ISSN: 1812-0512 (Print) 2790-346X (online)

Waist Journal for Human Sciences

Journal Homepage: https://wjfh.uowasit.edu.iq/index.php/wjfh/en

Research article

The role of digital public relation in shaping the perceived image of the ministry of higher education and scientific research among international enrolled in the "study in Iraq" program(A field study)

Asset Prof. Dr. Leith saber gabber Alkaabi

University of Misan -College of political science, Iraq

ARTICLE INFO

Keywords: Role، Digital public relations، Mental image، International students، Ministry of higher education

***Correspondence author*:**

leith_sabar@uomisan.edu.iq

Received: 09 **September 2026**
Accepted: 29 **September** 2026
Accepted: 30 **September** 2026
Published: 25 **November** 2026

1812-0512 /© 2026 The Author(s). Published by Wasit Journal for Humanities Sciences, Wasit University. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

***Cite*:**

Alkaiby, L. S. G. (2026). The role of digital public relation in shaping the perceived image of the ministry of higher education and scientific research among international enrolled in the "study in Iraq" program (A field study). *Wasit Journal for Human Sciences*, *22*(4/Pt2). https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol22.Iss4/Pt2.2279

ABSTRACT

This study aims to identify the role of digital public relations in shaping the mentel image of the ministry of higher education and scientific research among international students enrolled in the study in Iraq program، and to measure the impact of the cognitive، affective، and behavioral dimensions in addition to identifying the factors in flouncing its effectiveness، The researcher adopted the survey method using a purposive sample consisting of 1372 international students from five public universities university of Baghdad، university of Anbar، university of Basra، university of Babylon، and university of Misan، The results showed in high level of agreement among the respondents regarding the effectiveness of digital public relations tools in providing information and services related to the program، they also highlighted the role of these tools in providing in delivering continuously updated digital content that responds to students needs on an ongoing basis، The researcher recommends expanding the use of visual and interactive content such as introductory videos، testimonials from international students، and graduates experiences this would contribute to presenting realistic image of university education in Iraq.

دور العلاقات العامة الرقمية في تشكيل الصورة الذهنية لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي لدى الطلبة الدوليين الملتحقين ضمن برنامج أدرس في العراق (دراسة ميدانية)

أ.م.د ليث صبار جابر الكعبي
جامعة ميسان، كلية العلوم السياسية، العراق

المُستخلص

يهدف هذا البحث إلى التعرف على دور العلاقات العامة الرقمية في تشكيل الصورة الذهنية لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي لدى الطلبة الدوليين الملتحقين ضمن برنامج أدرس في العراق ، وقياس مستوى تأثيرها في الجوانب المعرفية والعاطفية والسلوكية ، إلى جانب تحديد طبيعة أدوات العلاقات العامة التي وظفتها الوزارة ضمن بيئتها الرقمية ، وأعتمد الباحث المنهج المسحي مستعينا" بالعينة القصدية ، وبلغ حجم العينة (١٣٧٢) مبحوثا" من الطلبة الدوليين موزعين على خمس جامعات حكومية هي (جامعة بغداد، جامعة الانبار ، جامعة البصرة، جامعة بابل، جامعة ميسان) ، وأظهرت النتائج ارتفاع مستوى اتفاق أفراد العينة على فاعلية أدوات العلاقات العامة الرقمية في توفير المعلومات والخدمات المرتبطة بالبرنامج ، فضلا" عن دورها في تقديم محتوى رقمي متجدد يستجيب لاحتياجات الطلبة بصورة مستمرة ، ويوصي الباحث بتوسيع استخدام المحتوى المرئي والتفاعلي ، كالفيديوهات التعريفية وشهادات الطلبة الدوليين وتجارب الخريجين لما يسهم في تقديم صورة واقعية عن الحياة الجامعية في العراق .

الكلمات المفتاحية: الدور، العلاقات العامة الرقمية، الصورة الذهنية، الطلبة الدوليين، وزارة التعليم العالي.

مقدمة

شهدت فلسفة مؤسسات التعليم العالي تحولاً اتصالياً ملحوظاً ، فرضته التطورات المتنامية في وسائل التواصل الاجتماعي وتقنيات الاتصال الرقمي ، أسهم هذا الأمر في بروز بيئة اتصالية جديدة ومستحدثة تتسم بسرعة تداول المعلومات واتساع نطاق انتشارها، وقدرتها على الوصول إلى مختلف الفئات ؛ وفي ظل هذا التطور شهدت أساليب العلاقات العامة تطوراً ملحوظاً فلم تعد تقتصر وظائفها في عمليات نقل الإخبار والتعريف بأنشطة المؤسسات وفعالياتها، بل اتخذت توجهاً جديداً وأصبحت جزءاً مهماً من الإدارة الإستراتيجية للاتصال المؤسسي ، لما تؤديه من دور مهم في بناء جسور التواصل مع الجمهور، وتعزيز مستوى الثقة لديهم؛ فضلاً عن ترسيخ ودعم السمعة المؤسساتية ، إلى جانب بناء الصورة الذهنية الايجابية للمؤسسة ، هذه التحولات الاتصالية انعكست برمتها على مؤسسات التعليم العالي التي أخذت تتجه إلى توظيف العلاقات العامة الرقمية للتعريف ببرامجها الأكاديمية وخدماتها التعليمية فضلاً عن إظهار إمكاناتها العلمية والبحثية ، إلى جانب تطوير أساليبها الاتصالية للتواصل مع الطلبة الدوليين عبر المنصات الرقمية الرسمية ، وفي هذا السياق تبرز وزارة التعليم العالي بوصفها الجهة المسؤولة عن قطاع التعليم العالي والتي تعمل على تعزيز حضورها وإبراز مكانتها على المستوى الدولي، ويأتي برنامج أدرس في العراق ضمن التجارب الهادفة إلى دعم توجهات تدويل التعليم العالي واستقطاب الطلبة الدوليين للالتحاق

في الجامعات العراقية ، من خلال إبراز المقومات العلمية والبحثية والثقافية التي توفرها البيئة التعليمية العراقية ، ومن ثم إن نجاح هذا البرنامج الدراسي لا يرتبط بالجوانب التنظيمية والأكاديمية وإنما يرتبط بمدى فاعلية العلاقات العامة الرقمية والاتصال المؤسسي في التعريف به وبناء صورة ذهنية ايجابية عنه ، وإيصال رسالته إلى الطلبة المستفيدين في البيئات المحلية والدولية ، وتكتسب الصورة الذهنية في هذا السياق أهمية خاصة ، باعتبارها المحصلة الإدراكية والانطباعية التي تتشكل لدى الطلبة الدوليين تجاه وزارة التعليم العالي وبيئتها التعليمية ، والتي يمكن إن تؤثر في مستوى الثقة والتفاعل لديهم ومدى اقتناعهم بالخدمات والبرامج التي تقدمها ، وبناءً على ذلك يسعى البحث إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين الممارسات الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية التي تعتمدها الوزارة وبين الانطباعات التي تتشكل لدى الطلبة الدوليين تجاه البيئة التعليمية ، بما يسهم في تقديم مؤشرات علمية يمكن الإفادة منها في تعزيز القدرة التنافسية للتعليم العالي .

الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث

يعد برنامج (أدرس في العراق) أحدى المبادرات الهادفة التي أطلقتها وزارة التعليم العالي في استقطاب الطلبة الدوليين ، وتعزيز انفتاحها وحضورها الأكاديمي على المستويين الإقليمي والدولي ، عبر استخدام ممارسات العلاقات العامة الرقمية للتعريف بالجامعات العراقية وبرامجها الأكاديمية وإبراز بيئتها التعليمية وبناء صورة ايجابية عنها ، ولا يرتبط نجاح تلك الممارسات على كثافة المحتوى الرقمي المنشور أو تعدد قنوات الاتصال الحديث ، وإنما يرتبط بمدى التأثير الذي تحدثه في اتجاهات الجمهور وفي بناء الصورة الذهنية الايجابية عنها، إذ أن الصورة الذهنية لا تتشكل بمعزل عن عوامل متداخلة في تكوينها من بينها مضمون الرسالة الاتصالية التي يتعرض لها الجمهور وخصائصه فضلاً عن سياقاته الإدراكية والثقافية ، وعلية فأن فاعلية العلاقات العامة الرقمية لا تقاس بحجم النشاط الاتصالي ، وإنما في قدرتها على إحداث تغييرات وتأثيرات حقيقية في إدراك الجمهور وانطباعاته ، وفي هذا السياق تبرز فجوة معرفية واضحة تتمثل في ندرة الدراسات التي بحثت تأثير العلاقة بين ممارسات العلاقات العامة الرقمية وتشكيل الصورة الذهنية لوزارة التعليم العالي من منظور الطلبة الدوليين ، لاسيما في ضوء تجربة أدرس في العراق ، والكشف عن مستوى هذا التأثير وأبعاده ، والعوامل التي تحد أو تعزز من فاعليته ، لذا تتجسد مشكلة بحثنا في تساؤل رئيس مفاده (ما طبيعة الدور الذي تؤديه العلاقات العامة الرقمية في تشكيل الصورة الذهنية لوزارة التعليم العالي لدى الطلبة الدوليين تجاه برنامج أدرس في العراق؟) ، ويتفرع عن هذا التساؤل عدد من التساؤلات الفرعية :

١. ما مستوى تعرض الطلبة الدوليين للأدوات والأساليب الاتصالية للعلاقات العامة التي توظفها وزارة التعليم العالي ضمن بيئتها الرقمية؟

٢. ما الانطباعات المتكونة لدى الطلبة الدوليين عن برنامج "أدرس في العراق" من حيث إجراءات القبول والإقامة وتقديم الخدمات التعليمية؟

٣. ما الاستراتيجيات التي وظفتها العلاقات العامة الرقمية في تشكيل الصورة الذهنية لدى الطلبة الدوليين تجاه برنامج أدرس في العراق؟

٤. إلى أي مدى تسهم العلاقات العامة الرقمية في تشكيل أبعاد الصورة الذهنية (المعرفية، والعاطفية، والسلوكية) لدى الطلبة الدوليين؟

٥. ما مصادر تكوين الصورة الذهنية لدى الطلبة الدوليين تجاه برنامج "أدرس في العراق"؟

٦. ما العوامل الأكثر تأثيرًا في تشكيل الصورة الذهنية لدى الطلبة الدوليين؟

٧. هل تختلف درجة تأثير العلاقات العامة الرقمية في تشكيل الصورة الذهنية لدى الطلبة الدوليين تبعًا للأبعاد المعرفية والعاطفية والسلوكية؟

ثانياً: أهمية البحث

تنبع أهمية أي بحث علمي من قدرته على تقديم قيمة معرفية تسهم في إثراء المجال الذي تنتمي إليه، إذ تمثل الأهمية العلمية مبرراً أساسياً لإجراء البحث، وتوضح ما يمكن أن يضيفه من نتائج وتفسيرات تسهم في تطوير المعرفة وخدمة الواقع العملي، وانطلاقاً من ذلك، تتحدد أهمية هذا البحث فيما يمكن أن يقدمه من إسهامات علمية وتطبيقية تعزز فهم موضوع البحث وتدعم الجهود البحثية ذات الصلة:

١.الأهمية العلمية – الأكاديمية:

أ- يسهم البحث في توسيع الإطار المعرفي للعلاقة بين ممارسات العلاقات العامة الرقمية وتشكيل الصورة الذهنية لدى الطلبة الدوليين، بما يفتح آفاقاً لدراسات مقارنة في البيئات التعليمية المختلفة.

ب- يسهم البحث في دعم الجهود الوطنية الرامية إلى تعزيز مكانة العراق كوجهة تعليمية جاذبة للطلبة الدوليين.

ت- يدعم تعزيز التبادل العلمي والثقافي بين الطلبة الدوليين والمجتمع العراقي، بما ينعكس إيجاباً على قيم التفاهم والانفتاح الثقافي.

ث- يسهم في توفير قاعدة معرفية يمكن إن يستند إليها الباحثون في الدراسات المستقبلية المتعلقة بالاتصال الرقمي المؤسسي، وتشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التعليمية، فضلاً عن دراسة اتجاهات وسلوك الجمهور الدولي في البيئة الرقمية.

٢.الأهمية المهنية – العملية:

أ- يسهم البحث في تقديم مؤشرات تحليلية يمكن الإفادة منها في تطوير أدوات قياس فاعلية العلاقات العامة الرقمية، ومدى تأثير ممارساتها الاتصالية في تشكيل الانطباعات والاتجاهات لدى الجماهير المستهدفة.

ب- يوفر نتائج وتوصيات يمكن الاستناد إليها في إعداد وتصميم الخطط الاتصالية والإعلامية الرقمية الموجهة إلى الطلبة الدوليين، بما يعزز التواصل معهم قبل الالتحاق بالدراسة مروراً بمرحلة الدراسة وانتهاءً بما بعد التخرج.

ت- يسهم في دعم تطوير الأداء المهني للعاملين في أقسام الإعلام والعلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي، من خلال تحديد الممارسات الرقمية الأكثر فاعلية في الوصول إلى الجمهور الدولي والتأثير في اتجاهاته وانطباعاته.

ث- يوفر تغذية راجعه لأصحاب القرار حول تصورات الطلبة الدوليين وانطباعاتهم تجاه وزارة التعليم العالي ومؤسساتها التعليمية، بما يساعد على تطوير السياسات والبرامج الاتصالية المستقبلية الرامية إلى دعم برنامج "أدرس في العراق".

ثالثاً: أهداف البحث

انطلاقاً من المشكلة البحثية وما تفرع عنها من تساؤلات، يتجه هذا البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

١. تحديد طبيعة أساليب العلاقات العامة وأدواتها الاتصالية، التي وظفت ضمن البيئة الرقمية لوزارة التعليم العالي.

٢. التعرف على التصورات المتشكلة لدى الطلبة الدوليين تجاه البرنامج الدراسي، من حيث الخدمات التعليمية المقدمة وإجراءات القبول للطلبة.

٣. التعرف على أنواع الاستراتيجيات التي وظفتها العلاقات العامة الرقمية في تشكيل الصورة الذهنية للطلبة الدوليين.

٤. بيان مكونات الصورة الذهنية وأبعادها (المعرفية؛ العاطفية؛ السلوكية) لدى الطلبة الدوليين تجاه برنامج "أدرس في العراق".

٥. تحديد مصادر تكوين الصورة الذهنية لدى الطلبة الدوليين تجاه برنامج "أدرس في العراق".

٦. بيان العوامل الأكثر تأثيرًا في تشكيل الصورة الذهنية لدى الطلبة الدوليين.

٧. التعرف على مستوى تأثير العلاقات العامة الرقمية في تشكيل الصورة الذهنية لدى الطلبة الدوليين تبعًا لأبعاد الصورة الذهنية (المعرفية والعاطفية والسلوكية).

رابعاً: فرضية البحث

تمثل الفروض العلمية ركناً أساسياً في بناء البحث، إذ تسهم في توجيه إجراءاته المنهجية وتحديد مسار اختبار العلاقات بين متغيراته، وانطلاقاً من ذلك أستند هذا البحث إلى التحقق والاختبار من الفرضية الرئيسة الآتية (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبعاد المعرفية والعاطفية والسلوكية للطلبة الدوليين والصورة الذهنية المتشكلة لديهم تجاه برنامج "أدرس في العراق")، وتتفرع منها الفرضيات الفرعية الآتية:

أ- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين البعد المعرفي للطلبة الدوليين والصورة الذهنية المتشكلة لديهم تجاه برنامج "أدرس في العراق".

ب- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين البعد العاطفي للطلبة الدوليين والصورة الذهنية المتشكلة لديهم تجاه برنامج "أدرس في العراق".

ت- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين البعد السلوكي للطلبة الدوليين والصورة الذهنية المتشكلة لديهم تجاه برنامج "أدرس في العراق".

ث- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض الطلبة الدوليين لأدوات العلاقات العامة الرقمية ومستوى الصورة الذهنية المتشكلة لديهم خلال برنامج "أدرس في العراق".

ج- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام أساليب العلاقات العامة الرقمية والصورة الذهنية المتشكلة لدى الطلبة الدوليين خلال برنامج "أدرس في العراق".

خامساً: نوع البحث ومنهجه

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تقوم على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج والتعميمات وذلك من أجل تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها (المشهداني، ٢٠١٧، ص.١٦٢)، أما المنهج المتبع هو المنهج المسحي الذي يعد من أكثر المناهج الإعلامية ملائمة لموضوع بحثنا، إذ قام الباحث بإجراء مسح للطلبة الدوليين المقبولين ضمن برنامج "أدرس في العراق" في مختلف الجامعات الحكومية العراقية، حيث بلغ عدد المتقدمين (٥٥٢٣) طالبا" وطالبة، والمقبولين (٢٠٨٥) طالبا" وطالبة للأعوام ٢٠٢٤-٢٠٢٥ ، بحسب الإحصائيات المثبتة في الدليل الإرشادي للطلبة الدوليين (العلمي، ٢٠٢٥، ص.١١٢) ، موزعين على جامعات حكومية مختلفة واختصاصات متنوعة ، واستخدم الباحث أداة المقياس لإكمال إجراءاته البحثية .

سادساً: مجتمع البحث وعينته

تمثل مجتمع البحث بالجامعات الحكومية العراقية، ولجأ الباحث إلى اختيار عينته بطريقة (قصديه) لما يراه من خصائص وسمات تتوفر في مفردات بحثه وبما يخدم أهدافه، فضلاً عن ضمان تمثيل جيد للمناطق الجغرافية المتباعدة، وبذلك أصبحت عينة البحث مكونه من خمسة جامعات حكومية عراقية هي (جامعة بغداد، جامعة الانبار، جامعة الموصل، جامعة بابل، جامعة ميسان)، حيث تم اختيار تلك الجامعات الحكومية عن غيرها للمبررات العلمية التي لاحظها الباحث وهي:

أ- تعد كل واحدة من هذه الجامعات أنموذجا" مصغرا" للرقعة الجغرافية للمحافظات العراقية، وهي جامعة الموصل ممثلة عن المنطقة الشمالية، وجامعة الانبار ممثلة عن المنطقة الغربية، وجامعة بابل ممثلة عن المنطقة الوسطى، وجامعة ميسان ممثلة عن المنطقة الجنوبية، وجامعة بغداد كونها الجامعة الأم والمعروفة إقليميا" وعالميا"، فضلا" عن مستوى تصنيفها المرتفع مقارنة ببقية الجامعات الأخرى، مما يعطي ذلك لكل جامعة خصوصية جغرافية وديموغرافية تميزها عن باقي الجامعات الأخرى.

ب-تعد هذه الجامعات الحكومية الأعلى قبولا" للطلبة الدوليين ضمن برنامج "أدرس في العراق".

ت-تمتاز الجامعات عينة البحث بأن لديها اختصاصات علمية متنوعة، واستحداثات نوعية تلبي رغبة وطموح الطلبة الدوليين، مما يعطي ميزة علمية لكل جامعة تميزها عن غيرها.

ووفقا" لطبيعة البحث لجأ الباحث إلى اختيار (أسلوب الحصر الشامل) لمجتمع بحثه والذي تمثل بالطلبة الدوليين المقبولين في الجامعات الحكومية عينة البحث والبالغ عددهم (١٣٧٢) طالباً، وهم مصنفين كالاتي:

جدول (١) يبين عدد الطلبة الدوليين المقبولين ضمن برنامج "أدرس في العراق"

ت	الجامعات الحكومية	عدد الطلبة الدوليين	ت	%
١	جامعة بغداد	٦٥٠	٦٥٠	%٤٧,٤
٢	جامعة الانبار	٣٦٠	٣٦٠	%٢٦,٢
٣	جامعة الموصل	٢٦٥	٢٦٥	%١٩,٣
٤	جامعة بابل	٧٠	٧٠	%٥,١
٥	جامعة ميسان	٢٧	٢٧	%٢
المجموع		١٣٧٢	١٣٧٢	%١٠٠

سابعاً: مجالات البحث

١. **المجال المكاني:** تحدد المجال المكاني بالجامعات الحكومية العراقية في عدة محافظات منها جامعات (بغداد، الانبار، الموصل، بابل، ميسان).

٢. **المجال الزماني:** تحدد البحث زمنياً بالمدة الممتدة من (١ آذار ٢٠٢٥ ولغاية ٣٠ حزيران ٢٠٢٥)، وهي مدة أربعة أشهر اختيرت لكونها تقع ضمن فترة الدراسة الجامعية للعام الدراسي ٢٠٢٤–٢٠٢٥، بما يتيح للباحث دراسة تفاعل الطلبة الدوليين مع العلاقات العامة الرقمية وتجربتهم التعليمية، تم خلالها توزيع الاستمارة وجمعها وتفريغها وإجراء العمليات الإحصائية اللازمة عليها.

٣. **المجال البشري:** تمثل بالطلبة الدوليين الملتحقين ضمن برنامج "أدرس في العراق" والمقبولين في الجامعات الحكومية العراقية (عينة البحث) والذين بلغ عددهم (١٣٧٢) طالباً وطالبة.

ثامناً: أدوات البحث

١. **أداة المقابلة العلمية:** أستخدمها الباحث في أطار جمع البيانات والمعلومات الأولية عن طريق توزيع الاستمارة على الطلبة الدوليين الملتحقين ببرنامج "أدرس في العراق" والمقبولين في الجامعات الحكومية العراقية عينة البحث.

٢. **أداة المقياس** : اعتمد الباحث على أداة المقياس بوصفها الأداة الرئيسة لجمع البيانات الميدانية، إذ وزعت على الطلبة الدوليين الملتحقين ضمن برنامج "أدرس في العراق" والمقبولين في الجامعات الحكومية المشمولة بعينة البحث، من أجل الحصول على المعلومات اللازمة للإجابة على تساؤلات البحث وتحقيق أهدافه، وقد صاغ الباحث المقياس بصورته النهائية بعد إن حدد المحاور الرئيسية لمتغيرات بحثه ، ثم قام بإعداد فقرات المقياس استنادا لأهداف البحث وتساؤلاته، وطبق المقياس على أفراد عينة البحث من الطلبة الدوليين ، والذين بلغ عددهم (١٣٧٢) مبحوثاً ، ثم جمعت الاستمارات وأخضعت بياناتها لمراحل التنظيم والتبويب والمعالجة الإحصائية ، واستخراج التكرارات والنسب المئوية وتحليل النتائج وتفسيرها؛ وتكون المقياس في صورته النهائية من (٤) محاور، اشتملت على (٩٠) فقرة فرعية؛

واعتمد الباحث لقياس استجابات أفراد العينة على مقياس ليكرت الثلاثي المتمثل في (أتفق ، محايد ، لا أتفق)، كونه يتناسب مع طبيعة البحث ومتطلباته المنهجية؛ ويساعد في الحصول على بيانات يمكن تحليلها بصورة علمية تسهم في تحقيق أهداف البحث .

تاسعاً: إجراءات الصدق والثبات

أ. **الصدق الظاهري للمقياس** : يعرف على انه قدرة أداة البحث على قياس متغيرات البحث بعد عرض استمارة المقياس بصيغتها الأولية على مجموعة من الخبراء للتأكد من سلامة صياغتها ووضوح فقراتها ، ومدى ارتباطها بأهداف البحث ومحاوره ، وبعد مراجعة آراء المحكمين وإجراء التعديلات المقترحة يقر المقياس بصورته النهائية ، إذ بلغت نسبة اتفاق الخبراء على صلاحية فقرات المقياس (٩٤,٤%) وهي نسبة تعكس مستوى مناسباً من القبول العلمي ، وتؤكد صلاحية المقياس للتطبيق الميداني وقدرته على قياس ما أُعد من أجله ، وقد احتسبت نسبة الاتفاق بين الخبراء بالاعتماد على المعادلة الآتية :

$$\text{الصدق} = \frac{\text{مجموع الفقرات المتفق عليها}}{\text{مجموع الفقرات الكلي}} \times 100 = \frac{٤٢٥}{٤٥٠} \times 100 = 94,4\%$$

جدول (٢) يبين نسبة اتفاق الخبراء على فقرات استمارة المقياس

ت	أسم الخبير العلمي	مكان العمل	دمج الفقرات الكلية	الفقرات المتفق عليها	الفقرات التي طلب تعديلها	نسبة الاتفاق
١	ا.د علي جبار علي	كلية الإعلام – جامعة بغداد	٩٠	٨٧	٠	%٩٦,٦
٢	ا.د جهاد كاظم العقيلي	قسم الإعلام – جامعة الآمال	٩٠	٨٦	٠	%٩٥,٥
٣	ا.د خلف كريم التميمي	كلية الآداب – جامعة واسط	٩٠	٨٥	٠	%٩٤,٤
٤	ا.د عراك غانم محمد	كلية الآداب – جامعة سامراء	٩٠	٨٤	٠	%٩٣,٣
٥	ا.م.د محمد إسماعيل حسن	جامعة الإمام جعفر الصادق (ع)	٩٠	٨٣	٠	%٩٢,٢
المجموع			٤٥٠	٤٢٥	٠	%٩٤,٤

أ- **ثبات المقياس** : يقصد بثبات أداة البحث مدى اتساق نتائجها واستقرارها عند إعادة تطبيقها في ظروف متشابهة على الفئة نفسها ، بما يعكس قدرتها على إنتاج نتائج متقاربة لا تتأثر بعوامل الصدفة أو التغيرات العابرة ، وللتحقق من ثبات أداة البحث طبق الباحث المقياس على عينة استطلاعية مكونة من (٥٠) مبحوثاً من الطلبة الدوليين من خارج عينة البحث الأساسية ، ثم حسب معامل الاتساق الداخلي باستخدام معامل ألفا كرونباخ إذ بلغ (٠,٩١) ، وهي قيمة مرتفعة تشير إلى تمتع أداة البحث بدرجة عالية من الثبات والاتساق الداخلي مما يؤكد صلاحيتها للتطبيق على عينة البحث الأساسية .

ب- **ثبات الإبعاد:** أظهرت النتائج أن أداة البحث تتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي، إذ بلغ معامل ألفا كرونباخ للمكون المعرفي (٠,٨٦) وللمكون العاطفي (٠,٨٩) وللمكون السلوكي (٠,٨٤) بينما بلغ للأداة ككل (٠,٩١)، وهي جميعها أعلى من الحد الأدنى المقبول (٠,٧٠)؛ مما يشير إلى تمتع الأداة بدرجة ثبات جيدة وصلاحيتها للتطبيق.

جدول (٣) يبين معامل ألفا كرونباخ

الإبعاد	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
البعد المعرفي	12	0.86
البعد العاطفي	12	0.89
البعد السلوكي	12	0.84
الأداة ككل	36	0.91

تاسعاً: مفاهيم البحث

قام الباحث بإعطاء تعريف أجرائي للمفاهيم الواردة في متغيرات عنوان بحثه وهي كما يلي:

١. **الدور:** مجموعة المهام والاختصاصات والمسؤوليات التي تتولاها الوحدة التنظيمية ضمن المؤسسة، بغية تحقيق أهدافها والتواصل مع جماهيرها، ويعكس مستوى تفاعلها مع محيطها الاجتماعي والاتصالي (محسن، ٢٠٢٦،ص.٥٥٦).

٢. **العلاقات العامة الرقمية:** مجموعة الأنشطة الاتصالية التي تنفذها المؤسسة عبر المنصات والتقنيات الرقمية، مثل مواقع الويب وشبكات التواصل الاجتماعي، وفق تخطيط منهجي يهدف إلى بناء تواصل مستمر وفعال مع الجمهور المستهدف، وتعزيز الثقة المتبادلة بما يسهم في تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة.

٣. **الصورة الذهنية:** التصورات والانطباعات التي تتكون لدى الأفراد تجاه المؤسسة، نتيجة ما يتلقونه من معلومات ورسائل اتصالية وما يمرون به من تجارب وخبرات مباشرة وغير مباشرة، والتي تنعكس في اتجاهاتهم ومواقفهم تجاه المؤسسة، وقد تكون الصورة الذهنية ايجابية أو سلبية تبعاً لطبيعة المؤثرات التي تسهم في تشكيلها.

٤. **الطلبة الدوليين:** جميع الطلبة من غير العراقيين الذين التحقوا بالدراسة في الجامعات العراقية من خلال برنامج "أدرس في العراق"، والذين خاضوا تجربة أكاديمية ومعيشية داخل العراق وتعرضوا للرسائل والأنشطة الاتصالية التي تنفذها وزارة التعليم العالي عبر منصاتها الرقمية، بوصفهم الفئة المستهدفة لقياس مستوى الصورة الذهنية المتشكلة لديهم.

٥. **وزارة التعليم العالي والبحث العلمي:** هي المؤسسة الحكومية التي يعتمدها الباحث بوصفها الجهة محل البحث، والتي تمارس أنشطتها الاتصالية عبر المنصات والتقنيات الرقمية لإدارة التواصل مع الطلبة الدوليين المستفيدين من برنامج "أدرس في العراق"، ويقاس من خلالها أثر تلك الأنشطة في تشكيل الصورة الذهنية لدى أفراد مجتمع البحث.

عاشراً: النظرية الموجهة للبحث

وظف الباحث نظرية (الصورة الذهنية) كونها تعد من الأطر النظرية التي حظيت باهتمام واسع في دراسات العلاقات العامة ، إذ تنطلق من فكرة أن الجمهور لا يكون أحكامه تجاه المؤسسات اعتمادًا على الواقع الموضوعي وحده ، وإنما يبني تصوراته من خلال ما يتعرض له من رسائل اتصالية وما يكتسبه من خبرات فضلًا عن المعلومات التي يتداولها من محيطه الاجتماعي والتفاعل عبر المنصات الرقمية (Cornelissen, 2024, p. 7) ، كما أن أنشطة العلاقات العامة تمارس تأثيرًا جوهريًا في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات وأن هذه الصورة تمثل عاملًا وسيطًا يعزز ثقة الجمهور وارتباطه بالمؤسسة واستعداده للتفاعل مع خدماتها (Antwi, 2024, p. 11) ، وفي ضوء ما تقدم ينظر البحث الحالي إلى هذه النظرية بوصفها الإطار النظري الأكثر ملائمة لتفسير الكيفية التي تتشكل بها تصورات الطلبة الدوليين تجاه وزارة التعليم العالي العراقية ، فالصورة الذهنية التي يحملها هؤلاء الطلبة لا تتكون نتيجة التعرض لرسالة واحدة، وإنما هي حصيلة تراكمية لما تقدمه الوزارة من أنشطة للعلاقات العامة وما توفره من معلومات وخدمات عبر برنامج "أدرس في العراق"، إلى جانب الخبرات التي يمر بها الطلبة خلال مراحل التقديم والقبول والدراسة، الأمر الذي يجعل هذه النظرية منسجمة مع أهداف البحث ومتغيراته .

أحد عشر: الدراسات السابقـة

١. دراسة (Mundie, 2016)

تسلط الدراسة الضوء على تشكيل الصورة الذهنية للخدمات الحكومية الإلكترونية في بنغلاديش، وتهدف الدراسة إلى تحليل تأثير الحكومة الإلكترونية على مجتمع بنغلاديش عن طريق استكشاف الوضع الحالي للخدمات الحكومية الرقمية، ورصد التصورات العامة بشأنها، وتقييم الفرص والتحديات المرتبطة بتطبيقها، وتعد من الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج دراسة الحالة للمجتمع ككل مستخدمة أداة الاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك وعياً متزايداً بأهمية التحول الرقمي، لكن التطبيق العملي يواجه تحديات هيكلية، من أبرزها ضعف البنية التحتية وارتفاع تكلفة التشغيل، مما يحد من فاعلية الخدمات الإلكترونية وقدرتها على خدمة شريحة واسعة من المواطنين .

٢. دراسة (Sing, 2017)

تبحث الدراسة تسليط الضوء على دور العلاقات العامة في إدارة الصورة الذهنية للمنظمات، وإثبات أهمية الحفاظ على علاقات جيدة مع جميع أفراد الجمهور الذين يتفاعلون مع تلك المنظمات، وهدفت الدراسة تحليل الأدوات والاستراتيجيات التي تعتمدها إدارات العلاقات العامة في إدارة الصورة العامة للمنظمة، والتعرف على التحديات التي تواجه إدارات العلاقات العامة في المحافظة على صورة المنظمة في

ظل بيئة إعلامية متغيرة وسريعة التأثير، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي (التحليلي) باستخدام أداة (الاستبيان والمقابلة)، وتوصلت الدراسة إلى إن التواصل مع الجمهور هو المفتاح لإدارة والحفاظ على صورة جيدة للمنظمة، كما إن الحفاظ على علاقات جيدة مع جميع الجماهير المعنية أمر بالغ الأهمية للحصول على صورة جيدة عن المنظمة، وتساعد الصورة الجيدة للمنظمة في الحصول على الميزة الإضافية المطلوبة في الأوقات التنافسية.

٣. دراسة (Gambaro, 2022)

تبحث الدراسة دور العلاقات العامة في تعزيز الصورة المؤسسية للمؤسسات الحكومية في مجلس إدارة كينيا، وهدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في تعزيز صورة المؤسسة، وتحديد استراتيجيات العلاقات العامة المستخدمة في مجلس الإدارة الكيني، وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية واعتمدت المنهج المسحي مستخدمة أداة الاستبانة لعينة البحث المتمثلة بـ(٩٠) مفردة من موظفي العلاقات العامة، وتوصلت الدراسة إلى إن مجلس الإدارة الكيني استخدم بنجاح العلاقات العامة عن طريق أنظمة الاتصالات الداخلية، وإشراك أصحاب المصلحة المهمين، مثل المؤسسات العامة الأخرى والجهات الفاعلة والمشتركين والجمهور العام .

الإطار النظري للبحث

أولاً: مفهوم العلاقات العامة الرقمية وأهميتها

يعد عام ٢٠٠٧ نقطة تحول في الأدبيات المتخصصة بالعلاقات العامة، إذ برز مصطلح "العلاقات العامة الرقمية" ليعبر عن توظيف منصات التواصل الاجتماعي والبيئات الرقمية في تنفيذ وظائف العلاقات العامة وإدارة الاتصال المؤسسي، وقد أتاح هذا التحول للمؤسسات فرصاً أوسع للتواصل المباشر مع جمهورها وتطوير آليات الوصول إلى الفئات المستهدفة، فضلاً عن دعم جهود بناء السمعة المؤسسية من خلال إشراك الجمهور في الحوار وتبادل الآراء والأفكار، بما يعزز الثقة ويقوي العلاقة بين المؤسسة وجمهورها (Breckenridge, 2012, p. 20)، كما وفرت البيئة الرقمية أدوات وتقنيات متقدمة عززت سرعة تبادل المعلومات ووسعت نطاق الوصول إلى الجماهير، الأمر الذي جعل الإنترنت قناة اتصال استراتيجية لا غنى عنها في العمل المؤسسي، ونتيجة لذلك، أصبح من الضروري إعادة صياغة مفاهيم وأدوات العلاقات العامة بما يتوافق مع متطلبات البيئة الرقمية في المؤسسات الحكومية ، بما يضمن تحقيق تواصل أكثر فاعلية واستجابة للتغيرات المتسارعة في البيئة الاتصالية (Permatasari, 2012, p. 373)، وتظهر أهمية العلاقات العامة الرقمية في تشكيل الصورة الذهنية لوزارة التعليم العالي لدى الطلبة الدوليين من خلال (Josipovic, 2022, p. 176) :

١. بناء السمعة المؤسساتية لوزارة التعليم العالي عبر التواجد الفعال في الفضاء الرقمي.
٢. تشكيل الصورة الذهنية الايجابية لدى الطلبة من خلال إدارة المحتوى الرقمي.
٣. تعزز مصداقية الوزارة وثقة الطلبة من خلال التفاعل الرقمي السريع والاستجابة عبر نشر المعلومات.
٤. توفر تواصلاً تفاعلياً مباشراً بين الوزارة والطلبة، بما يسهم في استقطابهم والإجابة عن استفساراتهم.

٥. تمكن الوزارة من قياس فاعلية أنشطتها الرقمية وتحليل تفاعل الطلبة وانطباعاتهم.

ثانياً: الوسائل والأساليب الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية

تعتمد العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية على مجموعة من الوسائل الاتصالية لإيصال أنشطتها إلى الجمهور وتشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة، وتقسم (Permatasari A. N., 2021, p. 373):

١. **الوسائل المطبوعة** وتشمل (الصحف والمجلات، المطبوعات بأنواعها، النشرات).

٢. **الوسائل المرئية** وتشمل (البرامج الثقافية أو العلمية أو الأفلام التعليمية أو التغطيات الميدانية للأخبار والفعاليات والمحافل العلمية).

٣. **أساليب الاتصال المباشرة** وتشمل (المؤتمرات العلمية، الندوات العلمية، ورش العمل، المقابلات، الاجتماعات، المعارض العلمية، الحملات الإعلامية والترويجية).

٤. **الوسائل الرقمية** وتشمل الانترنت، المواقع الالكترونية، مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي بأنواعها (الفيس بوك، تويتر، أنستغرام، سكايب، اليوتيوب، الواتساب، التلغرام).

ثالثاً: الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية

يقترح العالم (Ruler) أربع استراتيجيات رئيسة للاتصال تمثل إطارًا عمليًا لاختيار الأسلوب الاتصالي الملائم للمؤسسة الحكومية وفقًا لطبيعة الموقف والأهداف التنظيمية، وتقسم إلى (Gong, 2013, p. 46):

١. **استراتيجية الإعلام:** تعتمد على الاتصال أحادي الاتجاه، وتهدف إلى تزويد الجمهور بالمعلومات التي تعكس رؤية المؤسسة، بما يسهم في تعزيز المعرفة وتكوين المواقف والاتجاهات واتخاذ القرارات.

٢. **استراتيجية الإقناع:** تقوم على توظيف الرسائل الاتصالية للتأثير في اتجاهات الجمهور وسلوكياته، وتستخدم بصورة واسعة في الحملات الإعلامية والإعلانية لتعزيز قبول أفكار المؤسسة.

٣. **استراتيجية بناء التوافق:** من أهم الاستراتيجيات في بناء واتخاذ القرار التوافقي وحل الأزمات في المؤسسة، تهدف إلى الوصول إلى حل عام مرضي لجميع الإطراق ذات العلاقة، دون التهميش لطرف على حساب أخر، من خلال إتاحة الفرصة لكل طرف للتعبير عن آراءه بحرية، وبناء علاقات متبادلة قائمة على الفهم المتبادل.

٤. **استراتيجية المناقشة:** تعتمد أسلوب التفاعل والمشاركة في اتخاذ القرارات وتبادل الأفكار والمعلومات وتحليل القضايا من أجل الوصول إلى فهم مشترك وواعي بشأن المؤسسة وخدماتها وبرامجها، وتستخدم في المؤسسات التي تسعى إلى بناء علاقة جيدة مع جمهورها لتحقيق أهدافها الاستراتيجية.

رابعاً: مفهوم وأبعاد الصورة الذهنية في العلاقات العامة الرقمية

تعد الصورة الذهنية من الركائز الأساسية التي تستند إليها المؤسسات في ترسيخ مكانتها والحفاظ على استمرارية حضورها في ظل بيئة تتسم بحدة المنافسة وتعدد قنوات الاتصال الرقمي ، إذ تؤدي الصورة الذهنية دوراً مهماً في تحديد المكانة التي تحتلها المؤسسة في أذهان جمهورها ، فضلاً عن تأثيرها في مستوى القبول والتفاعل معها ، ومن هذا المنطلق اهتمت المؤسسات بالتعرف على الانطباعات والتصورات التي تتكون لدى الجمهور عنها ، فالصورة الذهنية لا تتكون بصورة مفاجئة وإنما تدريجياً بفعل تراكم الخبرات ، سواء أن كانت هذه الخبرات ناتجة عن تعامل مباشر مع المؤسسة أو عن مصادر غير مباشرة (عزاوي، ٢٠٢٠، ص.٢٤) ، لذا تعرف الصورة الذهنية بأنها (مجموعة التصورات والانطباعات التي يحملها الجمهور تجاه المؤسسة ، نتيجة تفاعله مع أنشطتها وخدماتها وسلوكها الاتصالي) (marquis, 1970, p. 13) ، كما أن الصورة الذهنية تتأثر بعوامل عدة أبرزها طبيعة الرسائل الاتصالية ، ومدى تفاعل الجمهور معها ، ومستوى الاستجابة ، وطبيعة الأداء (Camilleri, 2019, p. 13)، وللصورة أبعاد أساسية هي :

١. **البعد المعرفي:** يمثل المعلومات والمعارف التي يمتلكها الجمهور عن المؤسسة، والتي تبنى من خلال الخبرات الشخصية أو وسائل الاتصال، وتشكل الأساس الذي يعتمد عليه في تكوين انطباعاته عنها.

٢. **البعد العاطفي:** يعبر عن المشاعر والاتجاهات التي يحملها الجمهور تجاه المؤسسة، مثل الثقة أو الإعجاب أو عدم الرضا، ويتأثر بطبيعة التجارب السابقة والانطباعات المتراكمة.

٣. **البعد السلوكي:** يتمثل في السلوك الفعلي الناتج عن الإدراك والمشاعر تجاه المؤسسة، ويظهر في قرارات الجمهور مثل التعامل معها أو التوصية بها أو الاستمرار في دعمها (عزاوي، ٢٠٢٠، ص.٢٦).

خامساً: مصادر تشكيل الصورة الذهنية في العلاقات العامة الرقمية

يرى علماء النفس والاجتماع أن الصورة الذهنية تتكون من المعلومات والخبرات التي يختزنها الفرد في ذاكرته، سواء كانت قصيرة أو طويلة الأمد، ثم يستدعيها عند تكوين انطباعه عن الأشخاص أو المؤسسات، ويمكن تصنيف أهم مصادر تكوين الصورة الذهنية إلى (Dörnye i, 2019, p. 30):

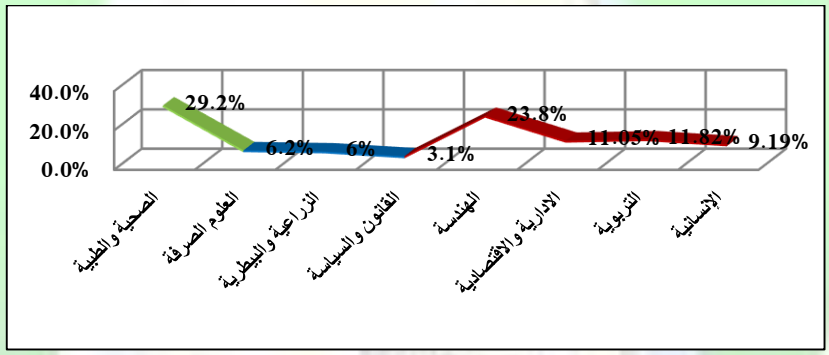
١. **الخبرة المباشرة:** وهي التجربة الشخصية التي يمر بها الفرد نتيجة تعامله المباشر مع الأشخاص أو المؤسسات أو الخدمات، وتُعد من أكثر المصادر تأثيراً في تكوين الانطباعات، لأنها تعتمد على الملاحظة والتفاعل الفعلي، مما يجعل أثرها أكثر رسوخاً في تشكيل الصورة الذهنية.

٢. **الخبرة غير المباشرة:** وهي الخبرات التي يكتسبها الفرد من الآخرين أو من وسائل الإعلام المختلفة دون أن تكون له تجربة شخصية مباشرة، وتشمل ما يتناقله الأصدقاء، أو ما تنشره وسائل الإعلام، وتؤدي دوراً مهماً في تكوين الانطباعات، ولاسيما لدى الأفراد الذين لم يسبق لهم التعامل مع المؤسسة.

٣. **وسائل الإعلام المتنوعة:** تؤدي وسائل الإعلام بمختلف أنواعها دوراً رئيساً في تشكيل الصورة الذهنية، إذ تزود الجمهور بالمعلومات والأخبار والتفسيرات التي تساعدهم على تكوين مواقف واتجاهات نحو المؤسسات والقضايا المختلفة، وتختلف درجة تأثير هذه الوسائل تبعاً لطبيعة الرسائل الإعلامية ومستوى مصداقيتها، إضافة إلى خصائص الجمهور وخبراته السابقة (Saad, 2021, p. 18).

سادساً: برنامج "أدرس في العراق" للطلبة الدوليين

يعد برنامج "أدرس في العراق" إحدى مبادرات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي لاستقطاب الطلبة الدوليين من مختلف الجنسيات للدراسة في الجامعات العراقية ، ويوفر البرنامج منحاً دراسية ممولة من الحكومة العراقية في مختلف المراحل الجامعية والدراسات العليا ، انسجاماً مع مبدأ إتاحة التعليم للجميع وتعزيز التعاون الأكاديمي الدولي، ويشمل البرنامج قنوات دراسية تتضمن (المنح الدراسية المجانية ، المنح الدراسية نصف المجانية ، النفقة الخاصة) مع تقديم تسهيلات تشمل السكن والتأمين الصحي والإقامة، وقد شهد البرنامج إقبالاً ملحوظاً خلال العام الدراسي ٢٠٢٤–٢٠٢٥، حيث بلغ عدد المتقدمين ٥٥٢٣ طالباً ، قبل منهم ٢٠٨٥ طالباً توزعوا على تخصصات مختلفة، كما في الشكل (١) (العلمي، ٢٠٢٥، ص ص.٣–٥).



الشكل (١) يوضح نسبة الطلبة الدوليين المقبولين حسب التخصصات العلمية

الإطار العملي للبحث

يتناول البحث التحليل الوصفي لإجابات المبحوثين بحسب ما احتوته استمارة المقياس، والتي قسمت على محاور عدة هي المعلومات الديموغرافية، وأساليب العلاقات العامة الرقمية في تشكيل الصورة الذهنية لدى الطلبة الدوليين، فضلاً عن طبيعة الإبعاد التي بنيت على أساسها الصورة الذهنية لدى الطلبة الدوليين، ومصادر العلاقات العامة الرقمية التي اعتمد عليها الطلبة الدوليين، فضلاً عن العوامل التي أسهمت في تشكيل الصورة الذهنية، وعلى النحو الأتي:

أولاً: المعلومات الديموغرافية لإفراد عينة البحث

أظهرت نتائج جدول (٤) الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة البحث البالغة (١٣٧٢) مفردة ، ففي متغير الجنس تبين أن الذكور يمثلون النسبة الأكبر من العينة بواقع (١٠٢٩) مفردة وبنسبة (٧٥,٠%) في حين بلغ عدد الإناث (٣٤٣) مفردة بنسبة (٢٥,٠%) مما

يدل على ارتفاع نسبة مشاركة الذكور مقارنة بالإناث ، أما بالنسبة إلى العمر فقد استحوذت الفئة العمرية (١٨–٣٠) سنة أعلى نسبة إذ بلغت (٨٤,٠%) وبواقع (١١٥٢) مفردة ، تلتها الفئة العمرية (٣١–٤٠) سنة بنسبة (١٤,٠%) وبواقع (١٩٢) مفردة ، ثم الفئة (٤١–٥٠) سنة بنسبة (١,٦%) والفئة (٥١–٦٠) سنة بنسبة (٠,٤%)، في حين سجلت الفئة العمرية (٦١ سنة فأكثر) أدنى نسبة بلغت (٠,١%)، ويشير ذلك إلى أن غالبية أفراد العينة ينتمون إلى فئة الشباب، وفيما يتعلق بالتخصص العلمي فقد جاء التخصص الإنساني في المرتبة الأولى بنسبة (٢٥,٩%)، يليه التخصص الطبي بنسبة (٢١,١%) ثم الدراسات الزراعية بنسبة (١٥,٩%) والعلوم الصرفة بنسبة (١٠,٥%) والإدارية والاقتصادية بنسبة (٩,٠%) والقانون والسياسة بنسبة (٨,٠%) ثم الهندسة والتكنولوجيا والتربية الرياضية بنسبة (٧,٠%) لكل منهما وأخيرًا الفنون الجميلة بنسبة (٠,٦%)، ويشير ذلك إلى وجود تنوع في تركيبة أفراد العينة الديموغرافية والأكاديمية ، فعلى مستوى التحصيل العلمي أستحوذ طلبة الدراسات الأولية على النسبة الأكبر بواقع (١١٩٤) مفردة وبنسبة (٨٧,٠%) مقابل (١٧٨) مفردة من طلبة الدراسات العليا وبنسبة (١٣,٠%)، وفيما يتعلق بسنوات الخبرة أظهرت النتائج تركز أفراد العينة بصورة أكبر ضمن فئة ذوي الخبرة التي تقل عن خمس سنوات إذ بلغت (٧٠,٠%) وبواقع (٩٦٠) مفردة، بينما بلغ عدد أفراد الفئة التي تتراوح خبرتهم بين (٥–١٠) سنوات (٢٧٤) مفردة وبنسبة (٢٠,٠%)، أما الفئة التي تزيد سنوات خبرتها على ١٠ سنوات فقد بلغ عدد أفرادها (١٣٨) مفردة وبنسبة (١٠,٠%)، ويتضح من ذلك أن أفراد العينة يتوزعون على مستويات مختلفة من الجنس والتخصص والتحصيل العلمي والخبرة، مع ارتفاع نسبة تمثيل طلبة الدراسات الأولية وذوي الخبرة الأقل من خمس سنوات، الأمر الذي يوفر بيانات وصفية يمكن الاستناد إليها في تحليل متغيرات البحث .

جدول (٤) يبين التوزيع النسبي في المعلومات الديموغرافية لعينة البحث

ت	المعلومات الديموغرافية	الصفة	التكرار	النسبة %
١	الجنس	الذكور	1029	75.0
		الإناث	343	25.0
٢	العمر	(١٨–٣٠) عاماً	1152	84.0
		(٣١–٤٠) عاماً	192	14.0
		(٤١–٥٠) عاماً	22	1.6
		(٥١– ٦٠) عاماً	5	0.4
		٦١ عاماً فأكثر	1	0.1
		الصحية والطبية	356	25.9
		العلوم الصرفة	144	10.5
		الزراعية والبيطرية	96	7.0

٣	التخصص العلمي	القانون والسياسة	110	8.0
		الهندسة	289	21.1
		الإدارية والاقتصادية	123	9.0
		التربوية	96	7.0
		الإنسانية	158	11.5
٤	التحصيل العلمي	الدراسات الأولية	1194	87.0
		الدراسات العليا	178	13.0
٥	القنوات الدراسية	المنح الدراسية المجانية	960	70.0
		المنح الدراسية نصف المجانية	274	20.0
		النفقة الخاصة	138	10.0
المجموع			1372	100.0

١. ما مستوى تعرض الطلبة الدوليين لأدوات العلاقات العامة التي وظفتها وزارة التعليم العالي ضمن بيئتها الرقمية؟

من خلال الجدول يتضح أن المقياس المستخدم هو مقياس ليكرت الثلاثي وبالتالي فإن الوسط الفرضي (٢,٠٠)، وبمقارنة الوسط الفرضي مع الأوساط الحسابية لأعلى وأقل فقرة تكون النتيجة الفقرة (٧) أعلى فقرة إذ بلغ الوسط الحسابي (٢,٧٠) وهي أعلى من الوسط الفرضي (٢,٠٠)، ويشير ذلك إلى وجود مستوى مرتفع جدًا من اتفاق أفراد العينة على أن أدوات العلاقات العامة الرقمية أسهمت في حصولهم على المعلومات والخدمات من وزارة التعليم العالي والمؤسسات الجامعية، مما يعكس إدراكًا إيجابيًا قويًا لفاعلية هذه الأدوات، بينما جاءت الفقرة (٥) كأقل فقرة إذ بلغ الوسط الحسابي (٢,٦٤) وهو أيضًا أعلى من الوسط الفرضي(٢,٠٠) مما يدل على وجود اتفاق مرتفع بين أفراد العينة على أن أدوات العلاقات العامة الرقمية تسهم في تكوين صورة ذهنية إيجابية عن وزارة التعليم العالي ومؤسساتها الجامعية، إلا أن هذا الأثر كان أقل نسبيًا مقارنة ببقية الفقرات.

جدول (٥) يبين مستوى تعرض الطلبة الدوليين لأدوات العلاقات العامة الرقمية

ت	الفقرات	أتفق		محايد		لا أتفق		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
		ت	%	ت	%	ت	%			
١	أسهمت أدوات العلاقات العامة الرقمية في تسهيل تواصلي مع وزارة التعليم العالي ومؤسساتها الجامعية	1015	74.0	258	18.8	99	7.2	2.67	0.6	مرتفعة جداً
٢	يحد ضعف استخدام أدوات العلاقات العامة	998	72.7	275	20.0	99	7.3	2.65	0.61	مرتفعة

	الرقمية من فاعلية التواصل بين وزارة التعليم العالي والطلبة الدوليين								
٣	أسهمت أدوات العلاقات العامة الرقمية في تعزيز تفاعلي مع وزارة التعليم العالي ومؤسساتها الجامعية عبر المنصات الرقمية	1038	75.7	236	17.2	98	7.1	2.69	0.59	مرتفعة جداً
٤	أسهمت أدوات العلاقات العامة الرقمية في زيادة ثقتي بالمعلومات الصادرة عن وزارة التعليم العالي ومؤسساتها الجامعية	1006	73.3	268	19.5	98	7.2	2.66	0.6	مرتفعة جداً
٥	أسهمت أدوات العلاقات العامة الرقمية في تكوين صورة ذهنية إيجابية لدي عن وزارة التعليم العالي ومؤسساتها الجامعية	972	70.8	301	21.9	99	7.3	2.64	0.62	مرتفعة
٦	أسهمت أدوات العلاقات العامة الرقمية في تعزيز معرفتي بالخدمات والفرص التي تقدمها وزارة التعليم العالي ومؤسساتها الجامعية	1027	74.9	247	18.0	98	7.1	2.68	0.59	مرتفعة جداً
٧	أسهمت أدوات العلاقات العامة الرقمية في حصولي على المعلومات والخدمات في الوقت المناسب	1046	76.2	229	16.7	97	7.1	2.7	0.58	مرتفعة جداً
٨	أسهمت أدوات العلاقات العامة الرقمية في تسهيل وصولي إلى المعلومات المتعلقة بوزارة التعليم العالي	1032	75.2	242	17.6	98	7.2	2.68	0.59	مرتفعة جداً

٢. ما أساليب العلاقات العامة الرقمية التي وظفتها وزارة التعليم العالي ضمن بيئتها الرقمية؟

أظهرت النتائج أن أعلى فقرة هي الفقرة (٧) جاءت بوسط حسابي (٢,٧٠) وهو أعلى من الوسط الفرضي (٢,٠٠) ، ويشير ذلك إلى وجود درجة أتفاق عالية لدى أفراد العينة على أن أساليب العلاقات العامة الرقمية التي وظفتها وزارة التعليم العالي أسهمت في توفير محتوى اتصالي متجدد يلبي رغباتهم بصورة مستمرة ويعكس فاعلية هذه الأساليب في تلبية احتياجات الطلبة وتعزيز التواصل معهم ، بينما جاءت الفقرة (٥) كأقل فقرة وبوسط حسابي بلغ (٢,٦٢) وهو أعلى من الوسط الفرضي (٢,٠٠) ، ورغم ظهورها في المراتب الأخيرة من فقرات المحور أعلاه وتجاوزها للوسط الفرضي ، يعني وجود اتفاق مرضي بين أفراد العينة على أن أساليب العلاقات العامة الرقمية كان

لها دور تفاعلي مع استفسارات الطلبة الدوليين وملاحظاتهم عبر الوسائل الرقمية ، إلا أن مستوى الرضا عن هذا الجانب كان أقل نسبياً مقارنة ببقية الأساليب المذكورة .

جدول (٦) يبين أساليب العلاقات العامة الرقمية

ت	الفقرات	أتفق		محايد		لا أتفق		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
		ت	%	ت	%	ت	%			
١	تسهم العلاقات العامة الرقمية في تصحيح المعلومات غير الدقيقة المتعلقة بوزارة التعليم العالي بما يحد من انتشارها بين الطلبة الدوليين	1024	74.6	250	18.2	98	7.2	2.67	0.6	مرتفعة جداً
٢	تسهم العلاقات العامة الرقمية في تعريف الطلبة الدوليين بالخدمات التي تقدمها وزارة التعليم العالي ومؤسساتها	1003	73.1	267	19.5	102	7.4	2.66	0.61	مرتفعة جداً
٣	تسهم العلاقات العامة الرقمية في تزويد الطلبة الدوليين بمحتوى رقمي محدث حول أنشطة الوزارة ومؤسساتها	1036	75.5	240	17.5	96	7.0	2.69	0.59	مرتفعة جداً
٤	لا تسهم العلاقات العامة الرقمية في تعريف الطلبة الدوليين بإنجازات وزارة التعليم العالي ومؤسساتها الجامعية	98	7.2	279	20.3	995	72.5	2.65	0.62	منخفضة
٥	تسهم العلاقات العامة الرقمية في التعامل مع الحملات المسيئة التي تستهدف وزارة التعليم العالي بأسلوب مهني يعزز ثقة الطلبة الدوليين	961	70.0	307	22.4	104	7.6	2.62	0.63	مرتفعة
٦	تسهم العلاقات العامة الرقمية في الاستجابة السريعة والفعالة لاستفسارات الطلبة الدوليين وتعليقاتهم	1015	74.0	258	18.8	99	7.2	2.67	0.6	مرتفعة جداً
٧	تسهم العلاقات العامة الرقمية في توضيح	1058	77.1	220	16.0	94	6.9	2.7	0.58	مرتفعة

	القرارات والتعليمات الصادرة عن وزارة التعليم العالي للطلبة الدوليين بصورة واضحة									جداً
٨	تسهم العلاقات العامة الرقمية في الاهتمام بآراء الطلبة الدوليين وإيصالها إلى الجهات المختصة	1042	76.0	232	16.9	98	7.1	2.69	0.59	مرتفعة جداً

٣. ما الانطباعات المتشكلة لدى الطلبة الدوليين تجاه برنامج "أدرس في العراق" من حيث إجراءات القبول والإقامة وتقديم الخدمات التعليمية؟

من خلال نتائج جدول (٧) يتضح أن غالبية الطلبة لديهم انطباع ايجابي عن البرنامج إذ بلغت نسبتهم (٧٦%) ، وهي نسبة تعكس مستوى واضحاً من القبول والرضا عن البرنامج وما يوفره من معلومات وخدمات تعليمية الأمر الذي يسهم في تكوين اتجاهات ايجابية لديهم ويعزز انطباعاتهم عن البرنامج ، بينما أظهرت النتائج أن (١٧%) من الطلبة يحملون انطباعاً متوسطاً وهو ما يعكس وجود مساحة يمكن من خلالها الارتقاء بمستوى رضا الطلبة وانطباعاتهم ؛ من خلال الوقوف على الجوانب التي لم تحقق مستوى التوقعات لديهم ، أما الطلبة الذين عبروا بانطباع سلبي عن البرنامج بلغت نسبتهم (٧%) وهي نسبة محدودة إلا أنها تمثل مؤشراً لا يمكن إغفاله في التعرف على مصادر عدم الرضا وتحليلها ومعالجتها ، بما يسهم في تحسين تجربة الطلبة وتعزيز مستوى رضاهم ؛ ومن ثم دعم الصورة الذهنية الايجابية للبرنامج والحفاظ عليها .

جدول (٧) يبين الانطباعات المتكونة لدى الطلبة الدوليين إزاء برنامج "أدرس في العراق"

ت	الانطباعات المتكونة لدى الطلبة الدوليين	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	ايجابي	١٠٤٣	%٧٦	الأولى
٢	متوسط	٢٣٣	%١٧	الثانية
٣	سلبي	٩٦	%٧	الثالثة
المجموع		١٣٧٢	%١٠٠	

٤. ما الاستراتيجيات التي وظفتها العلاقات العامة الرقمية في تشكيل الصورة الذهنية للطلبة الدوليين تجاه برنامج "أدرس في العراق"

تبين النتائج تصدر إستراتيجية الإعلام المرتبة الأولى بنسبة ٣٦% مما يشير إلى أن اعتماد الجهات المشرفة على برنامج "أدرس في العراق" بدرجة أكبر على نشر المعلومات والتعريف به وإبراز مزاياه عبر المنصات الرقمية ، بهدف تعزيز مستوى الوعي لدى الطلبة الدوليين والالتحاق بالبرامج الدراسية في الجامعات العراقية ، بينما جاءت إستراتيجية الإقناع في المرتبة الثانية بنسبة ٢٩% بما يعكس توظيف التواصل الرقمي في تعزيز التفاعل والثقة والرد على استفساراتهم واحتياجاتهم ، وبما يسهم في بناء علاقة إيجابية مع الطلبة الدوليين، أما إستراتيجية الحوار فقد جاءت بالمرتبة الثالثة بنسبة ١٥% مما يشير إلى وجود مساحة للحوار المباشر وتبادل الآراء والمناقشات مع الطلبة الدوليين ؛ في حين جاءت استراتيجية بناء الثقة واستراتيجية التيسير بنسبة ١٠% لكل منهما وهو ما قد يعكس وجود تفاوت مستوى الاهتمام بهذه الاستراتيجيات في الممارسة الاتصالية للبرنامج والمحافظة على رضا الطلبة الدوليين.

جدول (٨) يبين أنواع استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية

ت	استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	استراتيجية الإعلام	494	36%	الأولى
٢	استراتيجية الإقناع	398	29%	الثانية
٣	استراتيجية الحوار	206	15%	الثالثة
٣	استراتيجية بناء الإجماع	137	10%	الرابعة
٥	استراتيجية التيسير	137	10%	الرابعة
المجموع		1372	100%	

ثانياً: طبيعة الأبعاد التي بنيت على أساسها الصورة الذهنية للطلبة الدوليين تجاه برنامج "أدرس في العراق"

نستعرض في هذا المحور نتائج فقرات مقياس طبيعة الإبعاد التي بنيت على أساسها الصورة الذهنية للطلبة الدوليين تجاه برنامج "أدرس في العراق" من خلال الجداول الآتية، حيث يوضح فيها الباحث تكرارات إجابات أفراد العينة على كل فقرة من فقرات المقياس وتكراراتها والنسبة المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة ومدى تحقق دلالتها من عدمها، علما بأن الوسط الفرضي للمقياس هو (٢)؛ وكما هو موضح:

أ- **البعد المعرفي** : من خلال النتائج يتضح أن الوسط الفرضي (٢,٠٠) وبمقارنة الوسط الفرضي مع الأوساط الحسابية لأعلى وأقل فقرة تكون النتيجة الفقرة (٣) في المرتبة الأولى بوسط حسابي (٢,٦٨) وانحراف معياري (٠,٦٠)، وهو أعلى من الوسط الفرضي (٢,٠٠) وتشير هذه النتيجة إلى ارتفاع مستوى اتفاق أفراد العينة على مضمون هذه الفقرة، مما يعكس نجاح برنامج "أدرس في العراق" في ترسيخ المعرفة الإيجابية المتعلقة بهذه الجزئية لدى الطلبة الدوليين ، ويؤكد فاعلية جهود العلاقات العامة الرقمية في إيصال المعلومات وتعزيز الصورة الذهنية المعرفية ، بينما جاءت الفقرة (١٢) في المرتبة الأخيرة بوسط حسابي (٢,٦٥) وانحراف معياري (٠,٥٩) ، إلا أن هذا

المتوسط ما يزال أعلى من الوسط الفرضي (٢,٠٠) مما يدل على أن مستوى الاتفاق عليها لا يزال مرتفعًا وإن كان أقل مقارنة ببقية الفقرات، ويعني ذلك أن هذا الجانب يحتاج إلى مزيد من الاهتمام والتطوير لتعزيز إدراك الطلبة له ورفع مستوى تقييمهم مستقبلاً.

جدول (٩) يبين مؤشرات البعد المعرفي للصورة الذهنية

ت	أبعاد الصورة الذهنية	مقياس الصورة						الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
		أتفق		محايد		لا أتفق				
		ت	%	ت	%	ت	%			
	أ. البعد المعرفي									
١	أسهم الإرث الحضاري والثقافي للعراق في تعزيز رغبتي بالدراسة في الجامعات العراقية	1010	73.6	267	19.5	95	6.9	2.66	0.6	مرتفعة
٢	أسهمت المكانة العلمية للجامعات العراقية في زيادة ثقتي بقرار الدراسة فيها	1015	74.0	264	19.2	93	6.8	2.67	0.59	مرتفعة
٣	كانت إجراءات التقديم عبر برنامج "ادرس في العراق "واضحة وسهلة	1020	74.3	261	19.0	91	6.6	2.68	0.6	مرتفعة
٤	أسهمت المعلومات التي اطلعت عليها عن التعليم العالي في تكوين صورة إيجابية	1025	74.7	258	18.8	89	6.5	2.65	0.59	مرتفعة
٥	أسهمت الأنشطة العلمية التي تقدمها الجامعات العراقية في تكوين صورة إيجابية لدي عن البيئة الجامعية في العراق	1030	75.1	255	18.6	87	6.3	2.66	0.6	مرتفعة
٦	أسهمت المنصة الإلكترونية للمبادرة في تسهيل إجراءات التقديم	1035	75.4	252	18.4	85	6.2	2.67	0.59	مرتفعة
٧	توفر البرامج الأكاديمية في الجامعات العراقية تخصصات متنوعة تلبي احتياجات الطلبة الدوليين	1040	75.8	249	18.1	83	6.0	2.68	0.6	مرتفعة
٨	أسهم التقارب الثقافي والاجتماعي بين العراق	1045	76.2	24	17.9	81	5.9	2.65	0.59	مرتفعة

	وبلدي في زيادة رغبتي بالدراسة في الجامعات العراقية			6					
٩	أسهمت تجربتي المباشرة في العراق في تصحيح بعض الانطباعات أو المعلومات التي كانت لدي قبل القدوم للدراسة	1050	76.5	243	17.7	79	5.8	2.66	0.6	مرتفعة
١٠	كان للانطباعات الإيجابية التي نقلها أفراد الأسرة أو الأصدقاء عن العراق دور في تشجيعي على اختيار الدراسة في الجامعات العراقية	1005	73.3	270	19.7	97	7.1	2.67	0.59	مرتفعة
١١	تسهم كفاءة أعضاء الهيئة التدريسية في تعزيز جاذبية الدراسة في الجامعات العراقية	1010	73.6	267	19.5	95	6.9	2.68	0.6	مرتفعة
١٢	كنت مترددًا في اختيار الدراسة في العراق بسبب نقص المعلومات المتاحة	1015	74.0	264	19.2	93	6.8	2.65	0.59	مرتفعة

ب- **البعد العاطفي** : من خلال النتائج يتضح أن الوسط الفرضي (٢,٠٠) وبمقارنة الوسط الفرضي مع الأوساط الحسابية لأعلى وأقل فقرة ، تكون النتيجة الفقرة (٢) جاءت كأعلى فقرة بالاشتراك مع الفقرات (٥،٨،١١) بوسط حسابي (٢,٦٨) وانحراف معياري (٠,٥٩) وهو أعلى من الوسط الفرضي (٢,٠٠) ، ويشير ذلك إلى وجود مستوى مرتفع من الاتفاق بين أفراد العينة ، بما يعكس نجاح البرنامج في تكوين مشاعر إيجابية لدى الطلبة الدوليين ، وتعزيز شعورهم بالرضا والانتماء والثقة تجاه الدراسة في الجامعات العراقية ، بينما جاءت الفقرتان (٣) و(١٢) في المرتبة الأخيرة بوسط حسابي (٢,٦٦) وانحراف معياري بلغ (٠,٦٠) و(٠,٥٩) على التوالي ، إلا أن هذا المتوسط ما يزال أعلى من الوسط الفرضي (٢,٠٠) ، ويشير ذلك إلى أن هذه الجوانب العاطفية تحتاج إلى مزيد من التعزيز من خلال الأنشطة والبرامج الاتصالية التي تزيد من ارتباط الطلبة بالبرنامج.

جدول (١٠) يبين مؤشرات البعد العاطفي للصورة الذهنية

ت	أبعاد الصورة الذهنية	مقياس الصورة						الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
		أتفق		محايد		لا أتفق				
	ب. البعد العاطفي	ت	%	ت	%	ت	%			
١	توفر الجامعات العراقية بيئة تعليمية تساعد الطلبة الدوليين على تحقيق أهدافهم العلمية	1014	73.9	263	19.2	95	6.9	2.67	0.6	مرتفعة
٢	يعزز التطور العلمي والبحثي في الجامعات العراقية ثقة الطلبة الدوليين بمخرجات التعليم فيها	1018	74.2	261	19.0	93	6.8	2.68	0.59	مرتفعة جداً
٣	يعكس أسلوب تعامل الجامعات العراقية مع الطلبة بيئة أكاديمية مرحبة ومحفزة	1022	74.5	259	18.9	91	6.6	2.66	0.6	مرتفعة
٤	يساهم اهتمام الجهات الرسمية بتوفير الخدمات المساندة للطلبة الدوليين في زيادة جاذبية الدراسة في العراق	1026	74.8	257	18.7	89	6.5	2.67	0.59	مرتفعة
٥	تمثل سهولة إجراءات القبول والتأشيرة والإقامة عاملًا مؤثرًا في اتخاذ قرار الدراسة في الجامعات العراقية	1030	75.1	255	18.6	87	6.3	2.68	0.6	مرتفعة جداً
٦	تشجع المنح الدراسية والامتيازات التي يوفرها برنامج ادرس في العراق الطلبة الدوليين على اختيار العراق وجهةً للدراسة	1034	75.4	253	18.4	85	6.2	2.66	0.59	مرتفعة
٧	تسهم الحملات الإعلامية ببرنامج أدرس في العراق في تكوين صورة إيجابية عن جودة التعليم العالي في العراق	1038	75.7	251	18.3	83	6.0	2.67	0.6	مرتفعة
٨	يشجع كرم الضيافة والتقبل الاجتماعي في المجتمع العراقي الطلبة الدوليين على الاندماج	1042	75.9	249	18.1	81	5.9	2.68	0.59	مرتفعة جداً

	في البيئة الجامعية								
٩	يسهم الاطلاع على الواقع الأكاديمي والخدمات الجامعية في العراق في تصحيح الانطباعات السابقة لدى الطلبة الدوليين	1046	76.2	247	18.0	79	5.8	2.66	0.6	مرتفعة
١٠	يمثل المنتج العلمي والثقافي للجامعات العراقية وسمعتها الأكاديمية دافعًا مهمًا لاختيارها وجهةً للدراسة	1050	76.5	245	17.9	77	5.6	2.67	0.59	مرتفعة
١١	يسهم التواصل الإعلامي الإيجابي في تصحيح التصورات غير الدقيقة عن الدراسة في العراق	1054	76.8	243	17.7	75	5.5	2.68	0.6	مرتفعة جداً
١٢	يسهم توفير السكن والخدمات الطلابية في زيادة جاذبية الدراسة في العراق	1013	73.8	241	17.6	118	8.6	2.66	0.59	مرتفعة

ت- البعد السلوكي : من خلال النتائج يتضح أن الوسط الفرضي (٢,٠٠) وبمقارنة الوسط الفرضي مع الأوساط الحسابية لأعلى وأقل فقرة تكون النتيجة الفقرة (٢) جاءت بالاشتراك مع الفقرات (٥،٨،١١) في المرتبة الأولى بوسط حسابي بلغ (٢,٦٨) وانحراف معياري (٠,٦٠) وهو أعلى من الوسط الفرضي (٢,٠٠) ، ويشير ذلك إلى وجود مستوى مرتفع جدًا من الاتفاق، مما يعكس نجاح البرنامج في تحفيز الطلبة الدوليين على تبني سلوكيات إيجابية مثل الرغبة في الاستمرار بالدراسة والتفاعل مع البرنامج والتوصية به للآخرين ، وهو ما يؤكد قوة تأثير الصورة الذهنية الإيجابية في الجانب السلوكي، في حين جاءت الفقرات (١٢,٩,٦,٣) في المرتبة الأخيرة بوسط حسابي بلغ (٢,٦٦) وانحراف معياري تراوح بين (٠,٥٩-٠,٦٠) إلا أن هذا المتوسط لا يزال أعلى من الوسط الفرضي (٢,٠٠) ، مما يدل على استمرار ارتفاع مستوى الاتفاق وإن كان بدرجة أقل مقارنة ببقية الفقرات ، ويشير ذلك إلى أن هذه الجوانب السلوكية بحاجة إلى مزيد من الدعم والتعزيز لضمان تحويل الاتجاهات الإيجابية إلى سلوكيات أكثر رسوخًا.

جدول (١١) يبين مؤشرات البعد السلوكي للصورة الذهنية

		مقياس الصورة			

ت	أبعاد الصورة الذهنية	أتفق		محايد		لا أتفق		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
	ب. البعد السلوكي	ت	%	ت	%	ت	%			
١	أسهمت الأساليب التعريفية والترويجية التي لبرنامج "أدرس في العراق "في تعزيز رغبتي بالدراسة في الجامعات العراقية	1007	73.4	267	19.5	98	7.1	2.67	0.59	مرتفعة
٢	حظيت بالرعاية والاهتمام المناسبين من الجهات المعنية بصفتي طالبًا دوليًا	1014	73.9	264	19.2	94	6.9	2.68	0.6	مرتفعة جداً
٣	وفرت الجهات المسؤولة عن البرنامج المعلومات والإرشادات التي ساعدتني في استكمال إجراءات الدراسة والإقامة	1021	74.4	261	19.0	90	6.6	2.66	0.59	مرتفعة
٤	أسهمت وسائل الإعلام والمنصات الرقمية في تعريفي بالجامعات العراقية وبالبيئة التعليمية والثقافية في العراق	1028	74.9	258	18.8	86	6.3	2.67	0.6	مرتفعة
٥	عكس مستوى الدعم الحكومي المقدم لبرنامج "أدرس في العراق "اهتمام الدولة باستقطاب الطلبة الدوليين	1035	75.4	255	18.6	82	6.0	2.68	0.59	مرتفعة جداً
٦	عزز التنوع الثقافي والاجتماعي داخل المجتمع الجامعات العراقية انطباعي الإيجابي عن بيئة الدراسة في العراق	1002	73.0	252	18.4	118	8.6	2.66	0.6	مرتفعة
٧	أسهمت مصداقية الجهات المعنية في تنفيذ إجراءات البرنامج في زيادة ثقتي بالدراسة	1009	73.5	249	18.1	114	8.3	2.67	0.59	مرتفعة
٨	حفزني الترحيب وحسن الاستقبال الذي حظي به الطلبة الدوليون على اختيار الدراسة في العراق	1016	74.1	246	17.9	110	8.0	2.68	0.6	مرتفعة جداً

٩	كنت مترددًا في اختيار الدراسة في العراق بسبب محدودية المعلومات المتوافرة لدي عن الدراسة والمعيشة قبل التقديم	1023	74.6	243	17.7	106	7.7	2.66	0.59	مرتفعة
١٠	مثلت الدراسة فرصة للتعرف على المجتمع وثقافته إلى جانب تحقيق أهدافي الأكاديمية	1030	75.1	270	19.7	72	5.2	2.67	0.6	مرتفعة
١١	أوصي الطلبة الدوليين الآخرين بالدراسة في الجامعات العراقية	1037	75.6	267	19.5	68	5.0	2.68	0.59	مرتفعة جداً
١٢	يعكس البرنامج اهتمام العراق بتوسيع التعاون الأكاديمي مع مختلف دول العالم	1004	73.2	264	19.2	104	7.6	2.66	0.6	مرتفعة

ثالثاً: مصادر تشكيل الصورة الذهنية لدى الطلبة الدوليين تجاه برنامج "أدرس في العراق"

من خلال النتائج يتضح أن الوسط الفرضي (٢,٠٠) وبمقارنة الوسط الفرضي مع الأوساط الحسابية لأعلى وأقل فقرة ، تكون النتيجة الفقرة (٢) "مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية" جاءت في المرتبة الأولى بوسط حسابي بلغ (٢,٦٩) وانحراف معياري (٠,٥٨) ، وهو أعلى من الوسط الفرضي (٢,٠٠) ويشير ذلك إلى وجود مستوى مرتفع جدًا من اتفاق أفراد العينة على اعتمادهم مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها المصدر الرئيس للحصول على المعلومات الخاصة ببرنامج "أدرس في العراق" ، وهو ما يعكس فاعلية هذه المنصات في نشر المعلومات والوصول إلى الطلبة الدوليين بسرعة وسهولة ، بينما جاءت الفقرة (١٢) في المرتبة الأخيرة بوسط حسابي بلغ (٢,٢٧) وانحراف معياري (٠,٧٩) ، إلا أن هذا المتوسط لا يزال أعلى من الوسط الفرضي (٢,٠٠) مما يدل على أن هذا المصدر ما زال يستخدم من قبل الطلبة ، ولكن بدرجة أقل مقارنة ببقية مصادر المعلومات ، ويعكس ذلك انخفاض الاعتماد عليه لصالح المصادر الرقمية الأكثر سرعة وانتشارًا.

جدول (١٢) يبين مصادر الحصول على المعلومات

ت	مصادر الحصول على المعلومات	أتفق		محايد		لا أتفق		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
		ت	%	ت	%	ت	%			
١	المواقع الإلكترونية الرسمية للجامعات أو وزارة التعليم العالي والبحث العلمي	1018	74.2	256	18.7	98	7.1	2.67	0.6	مرتفعة

٢	مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية	1042	76.0	232	16.9	98	7.1	2.69	0.58	مرتفعة جداً
٣	القنوات التلفزيونية والبرامج الثقافية أو التعليمية	972	70.8	301	21.9	99	7.3	2.64	0.62	مرتفعة
٤	الصحف والمواقع الإخبارية	710	51.7	430	31.3	232	16.9	2.35	0.76	متوسطة
٥	الإعلانات والحملات الترويجية الإلكترونية للبرنامج	1005	73.3	269	19.6	98	7.1	2.66	0.6	مرتفعة
٦	البرامج والإذاعات المهتمة بالتعليم والدراسة في الخارج	695	50.7	447	32.6	230	16.7	2.34	0.77	متوسطة
٧	التقارير والمقابلات الإعلامية حول التعليم في العراق	760	55.4	412	30.0	200	14.6	2.41	0.73	متوسطة
٨	السفارات والملحقيات الثقافية العراقية في الدول الأخرى	905	66.0	345	25.1	122	8.9	2.57	0.65	مرتفعة
٩	المعارض والفعاليات التعليمية الدولية	835	60.9	362	26.4	175	12.7	2.48	0.69	مرتفعة
١٠	المؤتمرات والندوات الأكاديمية والتعليمية	780	56.9	395	28.8	197	14.4	2.43	0.72	متوسطة
١١	الطلبة الدوليون أو الخريجون السابقون من الجامعات العراقية	930	67.8	330	24.1	112	8.2	2.6	0.64	مرتفعة
١٢	الأصدقاء أو الأقارب أو المعارف	640	46.6	468	34.1	264	19.3	2.27	0.79	متوسطة
١٣	الزيارات أو التواصل المباشر مع المؤسسات التعليمية العراقية	965	70.3	309	22.5	98	7.1	2.63	0.62	مرتفعة
١٤	الأدلة والمنشورات التعريفية الخاصة بالبرنامج	1010	73.6	264	19.2	98	7.1	2.66	0.6	مرتفعة
١٥	الشخصيات الأكاديمية أو التعليمية المعروفة	845	61.6	353	25.7	174	12.7	2.49	0.69	مرتفعة

رابعاً: العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية لدى الطلبة الدوليين تجاه برنامج "أدرس في العراق"

من خلال النتائج يتضح أن الوسط الفرضي (٢,٠٠) وبمقارنة الوسط الفرضي مع الأوساط الحسابية لأعلى وأقل فقرة ، تكون النتيجة الفقرة (٩) جاءت في المرتبة الأولى بوسط حسابي بلغ (٢,٧٠) وانحراف معياري (٠,٥٨) ، وهو أعلى من الوسط الفرضي (٢,٠٠) مما يدل على وجود اتفاق مرتفع جدًا بين أفراد العينة بشأن أهمية هذا العامل في تكوين الصورة الذهنية ، ويعكس ذلك أن هذا العامل يعد الأكثر تأثيرًا في تشكيل الانطباعات الإيجابية لدى الطلبة الدوليين ، ويؤكد أهمية التركيز عليه في الخطط الاتصالية والترويجية الخاصة ببرنامج "أدرس في العراق"، بينما جاءت الفقرتان (١٠,٧) في المرتبة الأخيرة بوسط حسابي بلغ (٢,٦٥) وانحراف معياري (٠,٦١) ، إلا أن هذا المتوسط ما يزال أعلى من الوسط الفرضي (٢,٠٠) مما يشير إلى أن أفراد العينة يتفقون أيضًا على أهمية هذين العاملين ولكن بدرجة أقل مقارنة ببقية العوامل ، وهذا يعني أن تأثيرهما ما زال إيجابيًا إلا أنه يحتاج إلى مزيد من الدعم لتعزيز دوره في بناء الصورة الذهنية.

جدول (١٣) يبين العوامل المؤثرة على تكوين الصورة الذهنية

ت	العوامل المؤثرة	أتفق		محايد		لا أتفق		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
		ت	%	ت	%	ت	%			
١	حسن الاستقبال والإجراءات التنظيمية في الجامعات والجهات الرسمية	1012	73.8	262	19.1	98	7.1	2.67	0.6	مرتفعة جداً
٢	التغطية الإعلامية المحلية والدولية	998	72.7	275	20.0	99	7.3	2.65	0.61	مرتفعة
٣	آراء وتجارب الطلبة الدوليين الحاليين والخريجين	1035	75.4	239	17.4	98	7.2	2.68	0.59	مرتفعة جداً
٤	مواقع التواصل الاجتماعي وما يُتداول فيها عن الدراسة في العراق	1004	73.2	270	19.7	98	7.1	2.66	0.6	مرتفعة
٥	التجربة الشخصية للطالب بعد وصوله إلى العراق	1018	74.2	256	18.7	98	7.1	2.67	0.6	مرتفعة جداً
٦	جودة الخدمات التعليمية	1040	75.8	235	17.1	97	7.1	2.69	0.58	مرتفعة

	والإدارية المقدمة								جداً
٧	الرسائل الاتصالية والحملات الترويجية لبرنامج "ادرس في العراق"	989	72.1	284	20.7	99	7.2	2.65	0.61	مرتفعة
٨	المحتوى المنشور عبر المنصات الرقمية الرسمية لوزارة التعليم العالي	1026	74.8	248	18.1	98	7.1	2.68	0.59	مرتفعة جداً
٩	السمعة الأكاديمية للجامعات العراقية	1048	76.4	227	16.5	97	7.1	2.7	0.58	مرتفعة جداً
١٠	تقييمات الطلبة والمنشورات المتداولة على المنصات الرقمية	995	72.5	279	20.3	98	7.2	2.65	0.61	مرتفعة

خامساً: اختبار الفرضيات والعلاقات الارتباطية

أ- **اختبار الفرضية الرئيسة:** (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبعاد المعرفية والعاطفية والسلوكية للطلبة الدوليين والصورة الذهنية المتشكلة لديهم تجاه برنامج "أدرس في العراق").

جدول (١٧) نتائج تحليل الانحدار المتعدد

المؤشر	القيمة
R	0.842
R^2	0.709
Adjusted R^2	0.708
F	1112.43

تشير النتائج إلى أن الأبعاد الثلاثة مجتمعة تفسر نحو ٧٠,٩% من التباين في الصورة الذهنية لدى الطلبة الدوليين، وهي نسبة مرتفعة تعكس قدرة النموذج على تفسير الصورة الذهنية.

جدول (١٨) تحليل التباين (ANOVA)

المؤشر	القيمة
F	1112.43
Sig.	0.000

أظهرت نتائج تحليل التباين أن نموذج الانحدار دال إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥)، مما يدل على صلاحية النموذج في تفسير العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع.

جدول (١٩) معاملات الانحدار

المتغير	Beta	t	Sig.
المكون المعرفي	0.341	14.82	0.000
المكون العاطفي	0.276	11.65	0.000
المكون السلوكي	0.431	18.97	0.000

تشير نتائج تحليل الانحدار المتعدد إلى أن الأبعاد الثلاثة (المعرفية والعاطفية والسلوكية) تؤثر تأثيرًا إيجابيًا ودالًا إحصائيًا في تشكيل الصورة الذهنية لدى الطلبة الدوليين تجاه برنامج "أدرس في العراق"، وقد جاء البعد السلوكي في المرتبة الأولى من حيث قوة التأثير (Beta = 0.431)يليه البعد المعرفي (Beta = 0.341) ثم العاطفي (Beta = 0.276) وبذلك تقبل الفرضية الرئيسة التي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأبعاد المعرفية والعاطفية والسلوكية والصورة الذهنية لدى الطلبة الدوليين.

ب- **اختبار الفرضية الفرعية الأولى:** (توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين البعد المعرفي للطلبة الدوليين والصورة الذهنية المتشكلة لديهم تجاه برنامج "أدرس في العراق").

جدول (١٤) نتائج معامل ارتباط بيرسون

المتغيران	r	Sig. مستوى الدلالة	القرار
المكون المعرفي ×الصورة الذهنية	0.718	0.000	قبول الفرضية

أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين البعد المعرفي والصورة الذهنية، إذ بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠,٧١٨)، وهي علاقة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، مما يدل على أن زيادة المعرفة التي يمتلكها الطلبة الدوليون عن برنامج "أدرس في العراق" تسهم في تكوين صورة ذهنية أكثر إيجابية لديهم.

ت- **اختبار الفرضية الفرعية الثانية :**(توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين البعد العاطفي للطلبة الدوليين والصورة الذهنية المتشكلة لديهم تجاه برنامج "أدرس في العراق").

جدول (١٥) نتائج معامل ارتباط بيرسون

القرار	Sig. مستوى الدلالة	r	المتغيران
قبول الفرضية	0.000	0.684	المكون العاطفي ×الصورة الذهنية

تشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة إحصائية بين البعد العاطفي والصورة الذهنية، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,٦٨٤)، مما يؤكد أن المشاعر الإيجابية والثقة والارتياح تجاه البرنامج ترتبط بارتفاع مستوى الصورة الذهنية لدى الطلبة الدوليين.

ث- **اختبار الفرضية الفرعية الثالثة :**(توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين البعد السلوكي للطلبة الدوليين والصورة الذهنية المتشكلة لديهم تجاه برنامج "أدرس في العراق").

جدول (١٦) نتائج معامل ارتباط بيرسون

القرار	Sig. مستوى الدلالة	r	المتغيران
قبول الفرضية	0.000	0.756	المكون السلوكي ×الصورة الذهنية

تبين النتائج وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين البعد السلوكي والصورة الذهنية، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,٧٥٦)، وهو ما يشير إلى أن السلوكيات الإيجابية، مثل الاستمرار في الدراسة أو التوصية بالبرنامج للآخرين، ترتبط ارتباطاً وثيقاً بتكوين صورة ذهنية إيجابية عن البرنامج.

ج- **اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:** (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض الطلبة الدوليين لأدوات العلاقات العامة الرقمية ومستوى الصورة الذهنية المتشكلة لديهم خلال برنامج "أدرس في العراق").

جدول (١٧) نتائج مستوى التعرض لأدوات العلاقات العامة الرقمية

قوة العلاقة	الدلالة الإحصائية	مستوى الدلالة (Sig.)	معامل ارتباط بيرسون(r)	المتغير التابع	المتغير المستقل
متوسطة إلى قوية	دالة إحصائياً	0.000	0.681	الصورة الذهنية الكلية	مستوى التعرض
متوسطة إلى قوية	دالة إحصائياً	0.000	0.645	البعد المعرفي	مستوى التعرض
متوسطة إلى قوية	دالة إحصائياً	0.000	0.672	البعد العاطفي	مستوى التعرض
متوسطة	دالة إحصائياً	0.000	0.611	البعد السلوكي	مستوى التعرض

يتضح من النتائج وجود علاقة ارتباطيه طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض الطلبة الدوليين لأدوات العلاقات العامة الرقمية والصورة الذهنية المتشكلة لديهم، إذ بلغ معامل الارتباط (٠,٦٨١)، وهي علاقة طردية متوسطة إلى قوية، فيما بلغت قيمة الدلالة الإحصائية (٠,٠٠٠)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (٠,٠٥)، ويشير ذلك إلى أنه كلما ارتفع مستوى تعرض الطلبة الدوليين لأدوات العلاقات العامة الرقمية، ارتفع مستوى الصورة الذهنية الإيجابية المتشكلة لديهم تجاه وزارة التعليم العالي ضمن برنامج "أدرس في العراق".

ح- **اختبار الفرضية الفرعية الخامسة:** (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام أساليب العلاقات العامة الرقمية والصورة الذهنية المتشكلة لدى الطلبة الدوليين خلال برنامج "أدرس في العراق").

جدول (١٨) نتائج مستوى التعرض لأساليب العلاقات العامة الرقمية

القرار	نوع العلاقة	مستوى الدلالة (Sig.)	معامل ارتباط بيرسون(r)	المتغير المقابل
دالة إحصائياً	طردية متوسطة إلى قوية	0.000	0.684	الصورة الذهنية الكلية
دالة إحصائياً	طردية متوسطة إلى قوية	0.000	0.657	البعد المعرفي
دالة إحصائياً	طردية متوسطة إلى قوية	0.000	0.671	البعد العاطفي
دالة إحصائياً	طردية متوسطة	0.000	0.618	البعد السلوكي

يتضح من النتائج وجود علاقة ارتباطيه طردية ذات دلالة إحصائية بين استخدام أساليب العلاقات العامة الرقمية والصورة الذهنية لدى الطلبة الدوليين، إذ بلغ معامل ارتباط بيرسون بين استخدام الأساليب الرقمية والصورة الذهنية الكلية (٠,٦٨٤)، وهي قيمة تشير إلى علاقة طردية متوسطة إلى قوية، في حين بلغت قيمة الدلالة الإحصائية (٠,٠٠٠)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (٠,٠٥) وتشير هذه النتيجة إلى أن ارتفاع مستوى استخدام أساليب العلاقات العامة الرقمية يرتبط بارتفاع مستوى الصورة الذهنية الإيجابية لدى الطلبة الدوليين خلال برنامج "أدرس في العراق"، كما أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام أساليب العلاقات العامة

الرقمية والأبعاد الثلاثة للصورة الذهنية؛ إذ بلغ معامل الارتباط مع البعد العاطفي (٠,٦٧١)، ومع البعد المعرفي (٠,٦٥٧) في حين بلغ مع البعد السلوكي (٠,٦١٨) ويلاحظ أن البعد العاطفي جاء بأعلى ارتباط يليه البعد المعرفي ثم البعد السلوكي.

أبرز النتائج والاستنتاجات:

١. حققت المنصات الرقمية التي وظفتها وزارة التعليم العالي ومؤسساتها الجامعية المرتبة الأولى ضمن نتائج محور المعلومات وبوسط حسابي بلغ (٢,٦٩)، وهذا يثبت أهميتها كأحد مصادر الحصول على المعلومات الخاصة بالبرنامج الدراسي لوزارة التعليم العالي، وما يوفره من خدمات وفرص تعليمية متنوعة.

٢. أظهرت النتائج وجود ارتفاع ملحوظ لاتفاق أفراد عينة البحث وبوسط حسابي بلغ (٢,٧٠)، بشأن أسهما العلاقات العامة الرقمية في إتاحة المعلومات والوصول بسهولة وييسر إلى الخدمات التعليمية الخاصة بالبرنامج الدراسي.

ولما وفرته من قنوات تواصل سريعة ومباشرة في تفاعلها مع الطلبة من مختلف الجنسيات .

٣. أشرت نتائج البحث تأثر مستوى القبول والرضا لدى الطلبة الدوليين بمدى نوعية المحتوى الرقمي المنشور في المنصات الرسمية وجودته، وخاصة فيما يتناوله من معلومات واضحة ودقيقة للتعريف بالبرنامج.

٤. أثبتت نتائج البحث أن توظيف اللغات الأجنبية المتعددة في المحتوى الرقمي المنشور له أهمية في تسهيل وصول الطالب الدولي للمعلومات التي يحتاجها عن البرنامج، وخاصة فيما يتعلق بقنوات القبول وإجراءات التسجيل والإقامة.

٥. ساهم التنوع في توظيف الوسائط الرقمية والإشكال المتعددة في تعزيز جاذبية الرسائل الاتصالية الخاصة ببرنامج أدرس في العراق، وزيادة قدرتها في الوصول للطالب الدولي والتأثير فيه.

٦. يتضح من خلال نتائج البحث أن العلاقات العامة الرقمية يمكن أن تؤدي دوراً استراتيجياً في تعزيز ودعم السمعة الأكاديمية الدولية للتعليم العالي العراقي، من خلال تبني سياسة اتصالية متكاملة قائمة على التنظيم والتخطيط والاتصال والتفاعل مع الطالب الدولي، وهذا ما أثبتته نتيجة هذه الفقرة بوسط حسابي بلغ (٢,٧٠).

٧. أن الخبرة المباشرة التي يكتسبها الطالب الدولي أثناء مجيئه للعراق واحتكاكه بالآخرين، أسهمت في تكوين تصورات واقعية عن الحياة الدراسية في الجامعات العراقية، مما يعزز ذلك قدرة الطالب الدولي على مواجهة ظروف ومتطلبات الحياة اليومية وبناء علاقات جيدة مع المحيطين به.

٨. يتضح من خلال النتائج أن ٧٦% من الطلبة الدوليين لديهم انطباعات ايجابية عن برنامج أدرس في العراق، وهذا يؤشر وجود مستوى مرتفع من حالة الرضا والقبول عن البرنامج وجاذبيته لدى أفراد العينة.

التوصيات:

١. يوصي الباحث الاهتمام بإنتاج محتوى اتصالي متعدد اللغات، مع أجلاء اللغة الانكليزية خصوصية فيه، ويتضمن معلومات تعريفية حديثة عن الجامعات العراقية وانجازاتها وتخصصاتها العلمية والإنسانية، فضلاً عن المنح والمقاعد الدراسية المتوفرة فيها.

٢. يوصي الباحث بزيادة الاعتماد على المحتوى الرقمي والتفاعلي في التعريف بالبرامج الدراسية كإنتاج الفيديوهات وتوظيف الانفوغرافيك ونقل تجارب الطلبة المقبولين في الجامعات العراقية، بما يساعد في تقديم تصوراً واقعياً واضحاً عن الحياة الجامعية في العراق.

٣. يوصي الباحث بضرورة الارتقاء بالمنصات الرقمية التي توظفها وزارة التعليم العالي ومؤسساتها الجامعية من حيث الشكل والتصميم، وبما يضمن سهولة الوصول إليها وتقديمها للمعلومات بصورة واضحة ودقيقة، تساعد الطالب الدولي في التعرف على البرامج الأكاديمية وإجراءات القبول والتسجيل والمنح الدراسية.

٤. يوصي الباحث التنوع في مضمون الرسائل الاتصالية الموجه للطالب الدولي، وألا تقتصر على الجوانب الأكاديمية والتعليمية بل تمتد لتشمل التعريف بالإرث الثقافي والتاريخي، وبما يسهم في تقديم صورة متكاملة عن الحضارة العراقية، بوصفة بيئة تعليمية وثقافية وتاريخية يستحق التعريف بها.

٥. يوصي الباحث الاهتمام باستحداث نظام الكتروني مركزي مخصص للاستعلام عن استفسارات الطلبة الدوليين ومتابعتها وتسريع الإجابة عليها، للحد من تباين المعلومات وتكرارها في مختلف المنصات الرقمية الرسمية.

٦. يوصي الباحث الاهتمام بالطالب الدولي والاستفادة من تجربته الأكاديمية ومشاركاته الشخصية في تقديم محتوى اتصالي تفاعلي، يعزز مصداقية المحتوى الموجه للطلبة الراغبين للدراسة في الجامعات العراقية.

قائمة المراجع

أولا": المراجع العربية

العزاوي، سالم جاسم. (٢٠٢٠). أسس الكتابة للعلاقات العامة. عمان: دار المعتز للنشر والتوزيع.

محسن، كرار علي، علاء أزوير ضميد، (٢٠٢٦)، دور العلاقات العامة في تعزيز الممارسات المستدامة رؤية مستقبلية للمؤسسات الحكومية، مجلة واسط للعلوم الانسانية،٢٢ (٣) 555-574 ، Doi: https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol22.Iss3/Pt1.1971

المشهداني، سعد سلمان. (٢٠١٧). مناهج البحث الإعلامي. الامارات: دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي. (٢٠٢٥). الدليل الارشادي للطلبة الدوليين ٢٠٢٥ – ٢٠٢٦. بغداد: الدار الجامعية للنشر والتوزيع.

ثانيا": المراجع الأجنبية

Antwi, B. F. (2024). Corporate image as a mediator between public relations and stakeholder engagement. Cogent Business & Management,. 11(1).

Breckenridge, D. (2012). social media and public relation eight new era ties thepr.

Camilleri, M. A. (2019). Strategic Perspectives in Destination Marketing. New York USA: IGI Globa.

Cornelissen, J. (2024). Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice. (7th ed.): Sage.

Dörnye i, D. (2019). Vision, Mental Imagery and the Christian Life. London: Routledge.

Gombari. (2022). The Role of Public Relations in Enhancing the Corporate Image of Government Institutions: A Case Study of the Kenya Film Council.

Gong, Y. G. (2013). Fundamentals and Practice. Springer & Business Media.

Josipovic, M. a. (2022). "THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN BUILDING A REPUTATION AND COMPETITIVE ADVANTAGES. ENGINEERING MANAGEMENT AND COMPETITIVENESS.

marquis, h. (1970). the changing cooperate image. new york.

Mundia, P. (2016). Public Perception of E-Government Services in Bangladesh.

Permatasari. (2012). Alfelia Nugky, et al. Digital public relations: trend and required skills. Jurnal Aspikom 6:2.

Permatasari, A. N. (2021). Digital public relations: trend and required skills. Jurnal Aspikom 6.2.

Saad, M. H. (2021). the role of the means of communication in shaping the trends of the iraqi public towards the election campaigns of the us. palarchs journal of Archaeology of Egypt /Egyptology, 16(15), - .0701 0711.

Sing, N. (2017). Role of Public Relations in Image Management of an Organization.