

## كلمة رئيس التحرير

المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري هي مجلة علمية محكمة نصف سنوية متخصصة في مجال الإعلام والاتصال، تصدر عن كلية الإعلام جامعة بني سويف، وتسعى لتحقيق التميز والريادة في نشر الأبحاث العلمية المتعلقة بالإعلام والاتصال على المستوى المحلي، والإقليمي، والدولي. وتنطلق المجلة من رؤية تدعم الإبداع الفكري وفق المعايير الدولية، وتسعى إلى أن تكون منصة تجمع بحثي، تكفل التواصل العلمي الخلاق بين باحثي الإعلام والاتصال من مختلف التخصصات وفروعه.

تهدف المجلة إلى نشر نتائج وتوصيات الدراسات المبنية على أسس علمية منضبطة، للاستفادة منها في تطوير الواقع الإعلامي، وصياغة رؤية مستقبلية لتطوير بحوث الإعلام. كما تحرص المجلة على تقديم دراسات ذات أصالة علمية مبنية على عدم التكرار والاختلاف والتميز، واستكشاف موضوعات مدروسة باستخدام منهجية أصيلة، وفي نفس الوقت تعتمد التجديد والابتكار والإبداع لخلق رصيد معرفي تراكمي يسمح بتكوين رؤى تفصيلية دقيقة تقود إلى فهم أعمق للمشكلات، ورؤى استراتيجية متكاملة يمكن أن تكون إطارًا معرفيًا لصناعة قرارات رشيدة، تساهم في خلق تغيير إيجابي في المجتمع.

كما تسعى المجلة إلى رصد وتحليل الاجتهادات والإضافات المعرفية والنظرية والمنهجية في الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية، لتقديمها كرؤية استراتيجية تنطلق منها الممارسات الإعلامية؛ لبلوغ مكانة مرتفعة في التصنيفات الدولية.

ويضم هذا العدد مجموعة من الأبحاث المهمة في مجال الإعلام وهي:

الدراسة الأولى... واقع استخدام تطبيقات تصميم الرسوم المتحركة بالذكاء الاصطناعي واتجاهات المصممين والأكاديميين نحوه.

الدراسة الثانية... طبيعة العمل التلفزيوني والسينمائي: دراسة كيفية مقارنة.

الدراسة الثالثة... دور مبادرات المشاركة المجتمعية في تعزيز الوعي الرقمي لدى الشباب السعودي الجامعي في ضوء رؤية المملكة 2030.

الدراسة الرابعة... التحليل الأسلوبي النقدي لخطاب التقارير التلفزيونية بشأن هروب بشار الأسد من سوريا في ضوء الأدوات المفاهيمية النصية لجيفريز.

الدراسة الخامسة... دوافع تعرض الجمهور للحملات التسويقية الرقمية وعلاقتها بسلوكهم الشرائي للمنتجات السياحية السعودية: دراسة مسحية.

الدراسة السادسة... الصورة الذهنية لرجل الأمن من وجهة نظر الجمهور السعودي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

الدراسة السابعة... استدامة صناع المحتوى الرقمي في بيئة التواصل الاجتماعي دراسة إثنوغرافية حول دور رأس المال الاجتماعي.

الدراسة الثامنة... صورة صانعي المحتوى على تطبيق (التيك توك) كما تعكسها المسلسلات المصرية بالتلفزيون وعلاقتها بمستوى تعاطف الجمهور معهم.

الدراسة التاسعة ... The Impact of Guerrilla Marketing Strategies on Egyptian Consumer Perception of Brands

الدراسة العاشرة... Analysis of the mechanisms of using artificial intelligence to manipulate social media content and mislead public opinion in the Middle East.

رئيس التحرير  
أ.د. إسلام أحمد عثمان

## محتويات العدد

| م | البحث                                                                                                                                             | رقم الصفحة |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 1 | واقع استخدام تطبيقات تصميم الرسوم المتحركة بالذكاء الاصطناعي واتجاهات المصممين والأكاديميين نحوه.<br>د. حسن فراخ حسن فراخ                         | 81-1       |
| 2 | طبيعة العمل التلفزيوني والسينمائي: دراسة كيفية مقارنة.<br>د. إبراهيم بن عبد الله الزايد                                                           | 111-83     |
| 3 | دور مبادرات المشاركة المجتمعية في تعزيز الوعي الرقمي لدى الشباب السعودي الجامعي في ضوء رؤية المملكة 2030.<br>أ م د. هيثم محمد يوسف                | 195-113    |
| 4 | التحليل الأسلوبى النقدي لخطاب التقارير التلفزيونية بشأن هروب بشار الأسد من سوريا في ضوء الأدوات المفاهيمية النصية لجيفريز.<br>د. إلهام سيد السايح | 283-197    |
| 5 | دوافع تعرض الجمهور للحملات التسويقية الرقمية وعلاقتها بسلوكهم الشرائي للمنتجات السياحية السعودية: دراسة مسحية.<br>أ/عمر بن يحيى بن إبراهيم حمزي   | 354-285    |
| 6 | الصورة الذهنية لرجل الأمن من وجهة نظر الجمهور السعودي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.<br>د. حامد عتيق الغامدي.                                       | 420-355    |
| 7 | استدامة صناعات المحتوى الرقمي في بيئة التواصل الاجتماعي دراسة إثنوغرافية حول دور رأس المال الاجتماعي.<br>أ م د. فاطمة فايز قطب                    | 515-421    |

|         |                                                                                                                                                                               |    |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 620-517 | صورة صانعي المحتوى على تطبيق (التيك توك) كما تعكسها المسلسلات المصرية بالتلفزيون وعلاقتها بمستوى تعاطف الجمهور معهم.<br>أ. م. د. أحمد أحمد أحمد عثمان                         | 8  |
| 651-621 | The Impact of Guerrilla Marketing Strategies on Egyptian Consumer Perception of Brands.<br>Dr. Fedaa Mohamed<br>Dr. Abdelmonem Mohamed Ali<br>Manar Abdallah Dr.              | 9  |
| 706-653 | Analysis of the mechanisms of using artificial intelligence to manipulate social media content and mislead public opinion in the Middle East.<br>Dr. Wafaa Salah Abdel Rahman | 10 |