

كلمة العدد

هذا هو المجلد الرابع والعشرون – العدد الرابع أكتوبر / ديسمبر 2025 من المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ويحتوى على 9 أبحاث.

وتغمرنا السعادة لما تحظى به المجلة من تقدير واهتمام وثقة عدد كبير من الأساتذة والباحثين فى مجالات الإعلام والرأى العام وقياساته ودراسة الجمهور والقائم بالاتصال فى مصر والوطن العربي، وهو ما يحفزنا على بذل المزيد من الجهد من أجل التطوير وتحقيق الأهداف بتقديم الأفكار البحثية الجديدة التى تعالج قضايانا ومشكلاتنا الإعلامية والمجتمعية الملحة، إيماناً منا بالدور الفاعل للبحث العلمي فى خدمة المجتمع .

ويتضمن هذا العدد من المجلة 9 أبحاث، تمثل جهداً علمياً متميزاً لمجموعة من الباحثين الذين ينتمون إلى مؤسسات أكاديمية مختلفة فى مجال الإعلام والرأى العام ودراسات الجمهور على النحو الآتى:

بحوث علمية محكمة:

الدراسة الأولى بعنوان: " المتابعة الشرهة لمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى الشعور بالاكتناب والوحدة النفسية لدى الشباب المصري " للدكتور/ د. محمد فؤاد محمد الدهراوي، الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام -جامعة الأزهر، والدكتورة / هناء حمدي أحمد بيومي ، المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.

الدراسة الثانية بعنوان: " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز وعي الجمهور من خلال إمداده بالمعلومات.. دراسة ميدانية" للدكتور/ رمضان إبراهيم محمد، الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام - جامعة الأزهر، والدكتور/ أسامة مصطفى عبدالوهاب، المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة الأزهر

الدراسة الثالثة بعنوان: "تأثير حملات التسويق بالحنين إلى الماضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الشرائي للأجيال الأقدم من الجمهور

المصري بالتطبيق على حملة إعلانات "نوستالجيا الشبراويشي" للدكتورة/
عبير فتحي محمد إبراهيم الشربيني، الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة
والإعلان بكلية الإعلام- جامعة الأهرام الكندية.

الدراسة الرابعة بعنوان: " استخدام طلاب الإعلام التربوي لتطبيقات الذكاء
الاصطناعي في إنتاج مشاريع التخرج وعلاقته بتعزيز مهارات ريادة الأعمال
الإعلامية الرقمية اللازمة للاندماج في سوق العمل: دراسة ميدانية في ضوء
النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا"، للدكتور / السيد محمود
عثمان، الأستاذ المساعد بكلية التربية النوعية- جامعة بنها

الدراسة الخامسة بعنوان: " عادات قراءة الأخبار المصغرة لدى عينة من
الجمهور المصري عبر التطبيقات الإخبارية على الهواتف الذكية"، للدكتورة/
فلورا إكرام، الأستاذ المساعد بقسم الصحافة الإخبارية بكلية الإعلام- جامعة
عين شمس

الدراسة السادسة بعنوان: " استراتيجيات الذكاء الاصطناعي في تحسين
فاعلية الإعلانات التليفزيونية: دراسة على الجمهور المصري " للدكتورة/ د.
انجي بهجت جمال لبيب، المدرس بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام-
جامعة النهضة.

الدراسة السابعة بعنوان: " التماس الجمهور المصري للمعلومات الاقتصادية
أثناء الأزمات الاقتصادية عبر اليوتيوب وعلاقته بنشر الوعي الاقتصادي
لديهم"، للدكتورة / دينا سيد صالح عويضة، المدرس بالأكاديمية الدولية
للهندسة وعلوم الإعلام

الدراسة الثامنة بعنوان: " دور الإعلانات الرقمية في التأثير على القرار
الشرائي دراسة ميدانية على شباب الجامعات الكويتية " للأستاذة/ هيا دهيران
مرمح أبا الخيل ، باحثة دكتوراه بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام-
جامعة القاهرة، إشراف الأستاذ الدكتور/ حنان جنيد ، الأستاذ بقسم العلاقات
العامة والإعلان بكلية الإعلام- جامعة القاهرة

الدراسة التاسعة بعنوان: " اتجاهات النساء الأردنيات نحو دور وسائل الإعلام في دعم التمكين الاقتصادي والاجتماعي للمرأة.. دراسة ميدانية" للأستاذة / شذى فيصل مسلم أبو عوده العودات، باحثة دكتوراه بقسم الصحافة بكلية الإعلام- جامعة القاهرة، إشراف: الأستاذ الدكتور/ إشراف: أ.م. د. سحر مصطفى عبدالغني سلامة، الأستاذ المساعد بقسم الصحافة بكلية الإعلام- جامعة القاهرة

وتعد هذه الدراسات بمثابة روافد مهمة لإثراء التراكم المعرفي لبحوث الإعلام الجديد وبحوث الرأي العام، وتتناول موضوعات حيوية للدارسين والباحثين والممارسين في مجال الاتصال. كما أن تلك الدراسات تتنوع من حيث المناهج، ويعكس تنوع البحوث طبقاً لمتغير الجامعات الإقبال المتزايد على المجلة من الجامعات المصرية والعربية. ونسأل الله العزيز الجليل أن ينفع الباحثين بالدراسات في هذا العدد وأن تكون إضافة بحثية ومعرفية لكل باحثي الإعلام في كليات وأقسام الإعلام المصرية والعربية.

والله ولي التوفيق

أ.م.د. سحر مصطفى عبد الغنى

مدير تحرير مجلة بحوث الرأي العام