

## إعادة تصميم أغلفة المجلات الأسبوعية المصرية وعلاقته بتفضيلات القراء Egyptian Weekly Magazine's Covers Redesign and Readers' Preferences

أ.م.د/ مروة إبراهيم سليمان النخيلي

أستاذ مساعد بقسم الطباعة والنشر والتغليف، كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان

م.م/محمد كامل عبدالرحمن محمد

مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر، كلية الإعلام – جامعة الأزهر

### كلمات دالة Keywords:

إعادة التصميم  
Redesigning  
المجلات الأسبوعية  
Weekly Magazines  
تخطيط الغلاف  
Cover Layout  
اللافتة  
Nameplate's Magazines.

### ملخص البحث Abstract:

يعد تصميم غلاف المجلة بمثابة الهوية البصرية التعريفية لها، فهو يعكس توجهات المجلة وسياساتها التحريرية وأسلوبها الفني في الإخراج. لذلك فإنه يعتبر من أهم عوامل نجاحها وتميزها، وهذا ما دفع القائمين على المجلات الأسبوعية المصرية إلى تطوير شكلها من خلال عملية إعادة تصميم أغلفتها ولافتاتها كمحاولة منها للصدور أمام الوسائل الاتصالية الأخرى الحديثة. وقد شملت عملية إعادة التصميم تغيير التصميم الأساس الثابت للأغلفة، أو تغيير قطع المجلة، أو الإكتفاء بإعادة تصميم اللافتة. ومن هنا ظهرت مشكلة الدراسة حيث كانت هناك ضرورة بحثية لملاحقة هذه التغييرات التي طرأت على تصميم أغلفة المجلات الأسبوعية المصرية خلال الفترة من أول شهر يوليو 2012م وحتى نهاية شهر يونيو 2016م - ولمدة أربع سنوات متصلة - بالرصد والتحليل، ثم الكشف عن علاقتها بتفضيلات القراء وتقبلهم لها. ولذلك تمثلت أهداف الدراسة في رصد وتحليل عمليات إعادة التصميم في عينة من المجلات الأسبوعية المصرية، ثم معرفة مدى تقبل القراء لتلك العمليات وتفضيلاتهم للتصميمات قبل وبعد إعادة التصميم. وكانت اهم نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر من القراء تفضل تصميم أغلفة مجلات (أخبار النجوم، ونصف الدنيا، وصباح الخير) قبل إجراء عملية إعادة التصميم، مما يدل على أن عملية إعادة التصميم في أغلفة تلك المجلات لم تلق قبولا واسعا لدى القراء. بينما فضلت النسبة الأكبر من القراء تصميم أغلفة مجلتي (الأهرام الاقتصادي، والأهرام الرياضي) بعد إجراء عملية إعادة التصميم، وبعد هذا مؤشراً قوياً على أن عملية إعادة تصميم أغلفة كلتا المجلتين كانت موفقة بدرحة كبيرة ظهر مردودها على القراء. كما يمثل متغير مستوى التعليم متغيراً أساسياً وقوياً بين فئات قراء المجلات ويؤثر على توجهاتهم أكثر من باقي المتغيرات الديموجرافية لقراء المجلات الأسبوعية المصرية عينة الدراسة. وأوصت الدراسة بضرورة إعادة النظر في تصميم أغلفة مجلات (أخبار النجوم، ونصف الدنيا، وصباح الخير)، لأن عملية إعادة التصميم في أغلفة هذه المجلات لم تلق قبولا واسعا من جانب القراء. كما ينبغي إعلام القراء بعملية إعادة تصميم الغلاف قبل البدء في إجرائها، ومتابعة ردود أفعالهم بعد الانتهاء منها.

Paper received 25<sup>th</sup> April 2017, Accepted 13<sup>th</sup> May 2017, Published 1<sup>st</sup> of July 2017

هذه التغييرات التي طرأت في تصميم أغلفة المجلات الأسبوعية المصرية في تلك الفترة بالرصد والتحليل، ثم الكشف عن علاقتها بتفضيلات القراء وتقبلهم لها.

### 2 أهداف البحث Objectives:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- رصد وتحليل عمليات إعادة التصميم في عينة من المجلات الأسبوعية المصرية.
- معرفة مدى تقبل القراء لعمليات إعادة تصميم أغلفة المجلات (عينة الدراسة)، وتفضيلاتهم للتصميمات قبل وبعد إعادة التصميم.

### 3. الدراسات السابقة Previous Studies:

#### 1/3 مفهوم تصميم المجلة:

يقصد بتصميم المجلة اللغة البصرية التي تخاطب بها المجلة جمهورها، والوسيلة التي تعيد إنتاج الأفكار والمعلومات التي يتضمنها المضمون الصحفي بما يعزز من تأثيره. (عبد العزيز الصويحي 1998 ص 239)

فهو فن عرض المادة التحريرية في شكلها النهائي مع مراعاة الأسس الصحفية والفنية التي تضع القارئ محل اعتبارها الأول وتحقق له يسر القراءة ووضوح المضمون. (مها الشبخلي 2011 ص 39)

ويرى الباحثان أن التعريف الشامل لتصميم أغلفة المجلات هو: الفن الذي يختص بعرض المادة التحريرية وفقاً لفكرة محددة، مستخدماً عناصر التصميم وملترماً بأسسه، بهدف الوصول لأسلوب تصميم مناسب للجمهور المستهدف يجمع بين الجانبين الجمالي والوظيفي.

ويشتمل التصميم على نوعين:

أولاهما: التصميم الثابت: ويعني شكل المجلة وهيكلها العام الذي

### مقدمة Introduction:

يعد تصميم غلاف المجلة بمثابة الهوية البصرية التعريفية لها، كما أنه من أهم عناصر المفاضلة بين المجلات بعضها البعض. ولذلك فإن له أهمية خاصة فهو كالمرآة يعكس ما بداخلها من جوانب قوة أو ضعف، فإما أن يدفع القارئ لشراؤها أو الانصراف عنها كلية، لأنه الواجهة الأولى التي تتركها عين القارئ من أول نظرة نحو المجلة، ومن ثمّ يعنى بتصميمه حتى يحقق أقصى درجات الوضوح المرئي في ظل تنافس واضح بين وسائل الاتصال بصفة عامة والمجلات بعضها البعض بصفة خاصة. والغلاف الجيد ذو التصميم الجذاب هو الذي يبرز شخصية المجلة ويضمن لها التميز والمنافسة وجذب الانتباه والاستحواذ على أكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف. وهذا ما دفع القائمين على المجلات الأسبوعية المصرية إلى تطوير شكلها من خلال إعادة تصميم أغلفتها كمحاولة منها للصدور أمام الوسائل الاتصالية الأخرى الحديثة.

فالقارئ الذي كان يقبل على المجلة نظراً لمحتواها الجيد وما تقدمه من موضوعات، أصبح اليوم يجذب أولاً نحو الشكل الفني لها، وإخراج عناصرها من صور ورسوم وعناوين وألوان حيث أصبح كل من الشكل والصورة أدوات تغني عن التعبير بالكلمات.

ونجد خلال تاريخ إصدار المجلات المصرية الطويل عمليات إعادة تصميم كثيرة لتلك المجلات تماشياً مع طبيعة كل فترة زمنية، ولكن على فترات متباعدة. بينما كان ملفتاً للنظر وتم رصده وملاحظته من خلال الدراسة الاستطلاعية المسحية للمجلات الأسبوعية المصرية أن هناك عدد كبير من عمليات إعادة التصميم قد حدثت في الخمس سنوات الأخيرة للحاق بركب التطور في عصر الرقمنة والتعبير البصري.

وقد شملت تلك المحاولات تغيير التصميم الأساس الثابت للأغلفة، أو تغيير قطع المجلة، أو الإكتفاء بإعادة تصميم اللافتة. ومن هنا ظهرت مشكلة الدراسة حيث كانت هناك ضرورة بحثية لملاحقة

الأنسب للتغلب على مشاكل الغلاف القديم. وقد يكون إعادة التصميم لجذب مجموعة من القراء الجدد للمجلة لزيادة نسب توزيعها. كما قد ترجع العملية إلى رغبة المعلنين في ذلك، ومواجهة الإصدارات المنافسة.

وعندما تتم إعادة التصميم في غياب أي من الأسباب السابقة؛ فإن ذلك قد يكون جزء من استراتيجية ذكية واستباقية للبقاء في المستقبل من جانب القائمين على المجلة، وذلك لافتراض أنهم يتعاملون مع المشكلة قبل وقوعها.

(Jandos, 2007- P. 55)

وتعد عملية إعادة تصميم مجلة عملية صعبة للغاية، لأن كل مجلة لها الطابع المميز لها والشخصية الثابتة بالإضافة إلى هويتها البصرية التي اعتاد قراءها عليها وارتبطت في أذهانهم. ويفضل إعلام القراء بعملية إعادة التصميم قبل البدء في تنفيذها حتى يتوفر عنصر التشويق من ناحية، وحتى لا يتفاجأ القراء بالتصميم الجديد من ناحية أخرى، مما يحقق عملية الولاء بين المجلة وقارئها. وهذا ما فعلته مجلتي الأهرام الاقتصادي في عدد (2309) بتاريخ 5-6-2013م، حيث أشارت المجلة في غلافها عن عملية إعادة التصميم المرتقبة قبل البدء في تنفيذها، وهذا ما يوضحه الشكل رقم (1) - على اليمين - فقد أعلنت المجلة على صدر غلافها أن (العدد القادم برؤية جديدة وشكل متطور) وتم إبراز هذا بأرضية مختلفة وسهم يربط بين لافتة المجلة وهذا الإعلان. كما أعلنت أيضاً مجلة الأهرام الرياضي في غلاف عددها الصادر تحت رقم (1218) بتاريخ 4-24-2013م، عن عملية إعادة التصميم في غلافها، ونشرت جزءاً من تصميمها الجديد معلنة فيه (أهرام رياضي جديد) وهذا ما يوضحه الشكل رقم (1) - على اليسار. (أرشيف المجلات المطبوعة)

يحدد الشخصية التصميمية للمجلة وهويتها البصرية، ولا يتغير من عدد لآخر إلا في حالة إذا ما أرادت المجلة عمل تغيير وتطوير شامل بإعادة تصميمها. ويشمل العناصر التيبوغرافية والجرافيكية. ثانيهما: التصميم المتغير: ويعني ذلك التصميم الذي يتم بطريقة دورية ويختلف من عدد إلى الآخر ولكن في إطار الشخصية التصميمية للمجلة، ويشمل العناصر التيبوغرافية والجرافيكية المتغيرة.

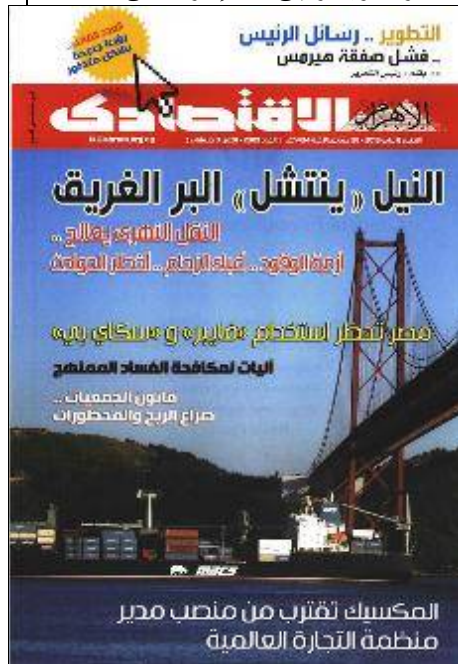
### 2/3 مفهوم إعادة تصميم المجلات:

وفقاً لتعريف قاموس أكسفورد فإن مفهوم إعادة التصميم يقصد به تصميم أي منتج من جديد أو تصميمه بطريقة مختلفة (en.oxforddictionaries). بينما يقصد بإعادة تصميم المجلات أي تقديمها في ثوب جديد غير الذي تعود القارئ عليه منذ صدورهما. وتشمل عمليات إعادة التصميم في المجلات الإجراءات التالية:

أما تغيير التصميم الأساس الثابت للغلاف، أو شعار المجلة ولافتتها، أو تغيير مقياس قطع المجلة، أو تغيير حجم الغلاف وإضافة طيات داخلية للإعلان، وقد يتم تغيير التصميم الأساس للصفحات الداخلية، أو تغيير طرز واشكال حروف العناوين والمحتوى. وقد تتم التغييرات السابقة مجتمعة جميعاً أو بعضها في عملية إعادة التصميم أو يتم تنفيذ إجراء واحد فقط منها.

### 3/3- الدافع وراء عملية إعادة تصميم المجلات والوقت المناسب لها وكيفية تنفيذها:

يكمن وراء عملية إعادة تصميم المجلات العديد من الأهداف منها: أن تصميم الغلاف قد يكون قديم الطراز ولا يتناسب مع ثورة التغيير وتحول تفضيلات القراء إلى الجانب المرئي أكثر من الجانب المقروء، وأنه قد يبعث على الملل، أو أنه يحدث نوع من التشويش أو الإرباك للقارئ. وينظر إلى هذا الإجراء على أنه الحل



شكل (1): إعلان غلاف مجلة " الأهرام الإقتصادي " عن التصميم الجديد لها -على اليمين - وإعلان غلاف مجلة " الأهرام الرياضي " عن التصميم الجديد لها -على اليسار

4/3: نماذج لإعادة تصميم أغلفة المجلات الأمريكية: فيما يلي نستعرض مجموعة من نماذج لأغلفة مجلات أمريكية قبل وبعد عملية إعادة التصميم: 1/4/3 مجلة " Blender " مجلة شهرية أمريكية متخصصة في مجال الموسيقى، والتي بدأت في عام 1994. وقامت بإعادة تصميم المجلة لأول مرة في عام 1999 واستمر هذا التصميم حتى عام 2009 قبل أن تتحول إلى الصورة الرقمي فقط على الأنترنت، كما

وإذا كان قرار إعادة التصميم مهم إلا أنه ليس سهلاً من وجهة نظر الصحافة ومشروع ضخم له حسابات تتعلق بأرباح وخسائر بلا حدود، وتشير الخبرة العالمية إلى أن الصحف تعيد تصميمها كل عشر سنوات من باب انعاش شكلها ومظهرها الطباعي في السوق، لإعادة ربط قارئها بها والسعي لإضافة قراء جدد، أو لزيادة أرقام التوزيع المساهمة في عمل جلب أرباح للمؤسسة. (سمير محمود 2011 ص 53)

هو موضح في شكل رقم (2) .



شكل (2): غلاف مجلة " Blender " قبل إعادة التصميم على اليسار، وبعد إعادة التصميم على اليمين

(Source: www.spd.org)

تغيير شكل وموقع اللافتة، وطرق إخراج العناوين . كما هو موضح في شكل رقم (3) .

مجلة " Billboard " أسبوعية أمريكية متخصصة في مجال الترفيه، والتي بدأت في عام 1894. وتقوم بعمليات إعادة تصميم بصورة دورية كل فترة كل آخرها في 2016 تشمل

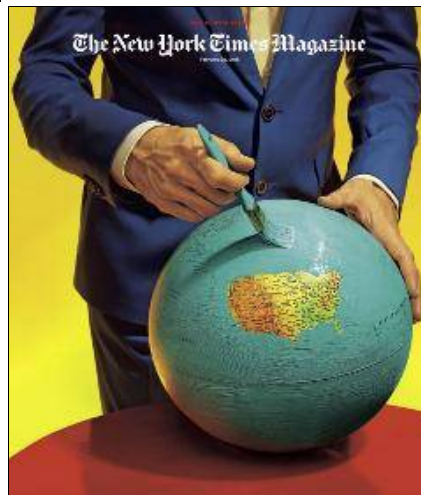


شكل (3): غلاف مجلة " Billboard " قبل إعادة التصميم على اليسار عام 2013، وبعد إعادة التصميم

على اليمين عام 2016 (Source: www.spd.org)

الأحد. وقد قامت بعمليات إعادة تصميم كثيره خلال فترة صدورها كان آخرها في عام 2016، كما هو موضح في شكل رقم (4) .

مجلة " The New York Times " أسبوعية أمريكية إخبارية عامة، بدأت في عام 1896. وتصدر كملحق مع العدد الأسبوعي من جريدة " The New York Times " يوم



شكل (4): غلاف مجلة " New York Times Magazine " قبل إعادة التصميم على اليسار عام 2011

، وبعد إعادة التصميم على اليمين عام 2015 (Source: www.dandad.org)

الخمس سنوات خلال فترة صدورها كان آخرها في 2013، والذي شمل تغيير اسم المجلة وتقليل عدد العناوين على الغلاف، كما هو موضح في شكل رقم (5).



مجلة " The New Republic " شهريه أمريكية إخبارية عامة، والتي بدأت في عام 1914. وقد قامت بعمليات إعادة تصميم متتالية على فترات زمنية قصيرة نوعا ما لانتعدي



شكل (5): غلاف مجلة " The New Republic " قبل إعادة التصميم على اليسار عام 2007

، وبعد إعادة التصميم على اليمين عام 2013 (Source: newrepublic.com)

كما هو موضح في شكل رقم (6) أحد عمليات إعادة تصميم لافتتها والتصميم الثابت للغلاف.

مجلة " Cycle World " شهريه أمريكية متخصصة في الدرجات البخارية، بدأت في عام 1962. ويظهر



شكل (6): غلاف مجلة " Cycle World " قبل إعادة التصميم على اليسار عام 2011

، وبعد إعادة التصميم على اليمين عام 2013 (Source: www.magazinedesigning.com)

القراء المختلفة. وبذلك تكون الدراسة قد شملت 13مجلة أسبوعية مصرية منتظمة في الصدور ومتنوعة المضمون. وقد أجريت الدراسة الاستطلاعية على جميع المجالات المصرية الأسبوعية الصادرة خلال السبع سنوات الأخيرة من يناير 2010 وحتى ديسمبر 2016. واستهدفت تحديد عينة الدراسة التحليلية وكذلك الفترة الزمنية الممثلة لحدود الدراسة. - الدراسة التحليلية: من خلال المسح الشامل لجميع أعداد أغلفة المجالات عينة الدراسة أثناء الفترة الزمنية المحددة لها. ثم باستخدام استمارة تحليل الشكل "Form analysis" المعدة من قبل الباحثان لرصد محاولات إعادة التصميم بها تم تحليل

4. إجراءات الدراسة Procedure:

1/4 منهج الدراسة Methodology :

اعتمد الباحثان في الدراسة على منهج المسح ( Survey Methodology)، وتم إجراؤه على مستويين هما:

2/1/4 مسح الوسيلة: وتم إجراؤه على مرحلتين :

- الدراسة الاستطلاعية: تم حصر المجالات الأسبوعية الحاملة ترخيصاً مصرية من خلال مخاطبة المجلس الأعلى للصحافة؛ حيث أفاد البيان الصادر منه بأن عدد المجالات الأسبوعية المصرية 16 مجلة، من بينهن ثلاث مجالات تصدرن للأطفال؛ وتم استبعدهن من دراسته نظرا لطبيعة

تصميم أغلفة المجلات عينة الدراسة.  
1/2/4. عينة الدراسة التحليلية: بناءً على نتائج "الدراسة استطلاعية" تم اختيار عينه عمدية تتمثل في عدد خمس مجلات هي مجلات (الأهرام الاقتصادي، الأهرام الرياضي، نصف الدنيا، أخبار النجوم صباح الخير).  
وتم اختيار تلك المجلات وفقاً للإعتبرات التالية:

- نوع المجلة: من خلال بيان من المجلس الأعلى للصحافة يفيد بعدد المجلات الأسبوعية المصرية ومجالات تخصصها (الاقتصادية، والرياضية، والنسائية، والفنية، والمجلات العامة) وقد تم اختيار من بين كل تخصص مجله واحدة ما تمثله.
- حدوث تغييرات في تصميم أغلفة هذه المجلات في الفترة الزمنية المحددة للدراسة مما يجعلها محل دراسة أكثر من غيرها.

وكان إجمالي حجم العينة (943) عدد بواقع (192) عدد لكل مجله ما عدا مجلة الهرام الاقتصادي (175) عدد فقط وذلك لأن بعض الأشهر لم يصدر خلالها سوى ثلاثة أعداد.

#### 2/2/4. عينة الدراسة الميدانية:

تمثلت عينة الدراسة الميدانية في عينة قوامها (400) مفردة من جمهور قراء المجلات الأسبوعية المصرية المقيم في محافظات الوجه البحري (الإسكندرية، والشرقية، والمنوفية)، ومحافظات القاهرة الكبرى (القاهرة، والجيزة، والقليوبية)، ومحافظات الوجه القبلي (بني سويف، والمنيا، وأسيوط)، من الذكور والإناث قاطني الريف والحضر، مع تفاوت مستوى تعليمهم ما بين التعليم (المتوسط، والجامعي، وفوق الجامعي). والجدول (1) التالي يوضح الخصائص الديموجرافية للمبحوثين وعددهم ونسبتهم في كل فئة.

جدول (1): الخصائص الديموجرافية للمبحوثين وعددهم ونسبتهم في كل فئة

المتغير	الفئة	العدد	النسبة %
نوع القارئ	ذكر	229	59.00
	أنثى	159	41.00
التوزيع الجغرافي	القاهرة الكبرى	122	31.40
	الوجه القبلي	135	34.80
	الوجه البحري	131	33.80
محل الإقامة	الريف	167	43.00
	الحضر	221	57.00
السن	من 18 لأقل من 40 سنة	332	85.60
	من 40 سنة فأكثر	56	14.40
مستوى التعليم	متوسط	52	13.40
	جامعي	267	68.81
	فوق الجامعي	69	17.78
الإجمالي		388	% 100

غلافها، كما في شكل (7) على اليمين. حيث كانت أبعاد اللافتة (3م ارتفاع x 20.5سم عرض)، وذلك من بدء فترة الدراسة وحتى عدد 1218 بتاريخ 24-4-2013م، بالإضافة إلى وجود خليفة لاسم المجلة ثابتة باللون الأحمر، وكتب اسم المجلة بالخط الثلث، وجاءت (الأهرام) باللون الأسود (والرياضي) مفرغة من الخلفية.

- بعد إعادة التصميم : جاءت لافتة الأهرام الرياضي باتساع نصف عرض غلاف المجلة تقريباً، حيث تغيرت مساحة اللافتة لتصبح (5م ارتفاع x 12.7سم عرض) وذلك بدءاً من عدد 1219 - بتاريخ 1-5-2013م، وتم تصغير مساحة اللافتة تدريجياً بعد ذلك لتصبح (4م ارتفاع x 9سم عرض)، وذلك بدءاً من عدد 1295 بتاريخ 15-10-2014م، ثم تغيرت مرة أخرى لتستقر على (3م ارتفاع x 7.5سم عرض)، وذلك بدءاً من عدد 1320 بتاريخ 8-4-2015م، وهذه المساحة دون سطر التاريخ والبيانات، كما في شكل

تصميم لافتات مجلات الدراسة وتصميم اسمها وشعارها وتصميمها الثابت (الأساس) قبل وبعد عملية إعادة التصميم .  
2/1/4. مسح الجمهور: من خلال دراسة ميدانية لاستقصاء آراء جمهور القراء لمعرفة مدى تقبلهم لتصميم أغلفة المجلات (عينة الدراسة)، وعمليات إعادة التصميم لها خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة . باستخدام استمارة استقصاء "Questionnaire" أعدها الباحثان . وقد تم استقصاء رأى 400 قارئ استبعد منهم 12 قارئ، وذلك لعدم دقة إجاباتهم، وبذلك يكون عدد الاستمارات الصحيحة (388) استمارة، تمثل 388 مفردة من قراء المجلات الأسبوعية المصرية.

تم تفرغ وتحليل استمارات الاستقصاء من خلال برنامج التحليل الإحصائي (SPSS Statistical Package for the Social Sciences)، واستخدمت الاختبارات والأدوات الإحصائية اللاعلمية التالية:

- المقاييس الإحصائية الوصفية (النسب المئوية والتكرارات والمتوسط الحسابي و الانحراف المعياري) لوصف ومقارنة درجات تفضيل القراء للافتات مجلات الدراسة قبل وبعد إعادة تصميمها.
- اختبار كروسكال وايلز (Kruskal Wallis Test) لإختبار الفروق بين متغيرات خصائص القراء المبحوثين تجاه عمليات التصميم وإعدته.

#### 2/4. مجتمع الدراسة وعينتها Sample :

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في أغلفة المجلات الأسبوعية المصرية، كما يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في قراء المجلات الأسبوعية المصرية للكشف عن تفضيلاتهم تجاه عمليات إعادة

#### 3/4. حدود الدراسة:

يقصر موضوع الدراسة على إعادة تصميم الغلاف الأول "الأممي أو الصدر" للمجلات الأسبوعية المصرية، وذلك في الفترة من أول شهر يوليو 2012م وحتى نهاية شهر يونيو 2016م، ولمدة أربع سنوات متصلة. وقد تم جمع بيانات البحث الميدانية في الفترة من بداية شهر مايو وحتى نهاية شهر سبتمبر 2016م.

#### 5. نتائج الدراسة ومناقشتها Results and Discussion :

##### 1/5 . نتائج الدراسة التحليلية ومناقشتها:

من خلال تحليل تصميم أغلفة مجلات الدراسة قبل وبعد عملية إعادة التصميم تم التوصل إلى النتائج الآتية:

##### 1.1/5. غلاف مجلة الأهرام الرياضي:

###### أ. تصميم اللافتة:

- قبل إعادة التصميم :جاءت لافتة الأهرام الرياضي باتساع عرض غلاف المجلة كاملاً، ويعلوها عنوان عريض في معظم أعدادها، وذلك في الفترة السابقة لإعادة تصميم

ووزنه (كوشيه لامع 135جم/م2)، وتغير بعد إعادة التصميم ليصبح (كوشيه لامع 180جم/م2).

- **العناوين:** اتسم غلاف الأهرام الرياضي في الفترة السابقة لإعادة التصميم بكثرة العناوين المنشورة به حيث يرى الباحثان أن الغلاف الذي تزيد عناوينه عن الستة عناوين يعد مزدحماً، وتميزت الفترة التالية لإعادة التصميم باستخدام عدد أقل من العناوين في معظم الأغلفة فقد يصدر الغلاف بعنوان أو عنوانين فقط وهذا يعد من إيجابيات إعادة التصميم حتى لا تفقد العناوين أهميتها من كثرة زحام بعضها البعض.
- **الصور:** لاحظ الباحثان كثرة عدد الصور المستخدمة في غلاف الأهرام الرياضي قبل إعادة التصميم، وهذا ناتج عن أسلوب التصميم المستخدم في هذه الفترة حيث اعتمدت المجلة - غالباً - على أسلوب التراكم بنوعيه (الكلي والجزئي)، أما بعد إعادة التصميم فقد اعتمدت المجلة على أسلوب الملصق، مما نتج عنه الاعتماد على صورة واحدة في الغلاف. ويوضح شكل (7) التالي غلاف مجلة " الأهرام الرياضي " قبل إعادة التصميم وبعدها.
- ويتضح مما سبق أن مجلة الأهرام الرياضي نجحت في إعادة تصميم لافقتها وغلافها وقدمت تصميماً أفضل من السابق في كافة عناصر الغلاف.



شكل (7) غلاف مجلة " الأهرام الرياضي " قبل إعادة التصميم على اليمين عدد (1216) في عام 2013م،

وبعد إعادة التصميم على اليسار عدد (1275) في عام 2014م

مع العناوين - وهذا أمراً مبرراً لوجوده - نظراً لإشتمال المجلة على صفحة محتويات.

#### ب. التصميم الثابت لغلاف المجلة:

- **القطع:** جاء قطع غلاف مجلة الأهرام الاقتصادي قبل إعادة التصميم كالتالي (27سم طول x 20سم عرض) بدءاً من عدد (2268) بتاريخ 2-7-2012م، وتغير قطع المجلة بدءاً من العدد (2279) بتاريخ 1-10-2012م، (أي بعد إعادة التصميم) ليصبح (28,4سم طول x 20سم عرض)، ثم تغير مرة أخرى ليصبح (29,5سم طول x 20سم عرض)، وهذا بدءاً من عدد (2309) بتاريخ 6-5-2013م، وحتى نهاية فترة الدراسة، بزيادة قدرها 2,5سم في الطول عن بداية فترة الدراسة، مع ثبات مقياس العرض طول فترة الدراسة.

- **نوع الورق ووزنه:** قبل إعادة التصميم (كوشيه لامع 135جم/م2) أما بعد إعادة التصميم تغير إلى (كوشيه لامع 180جم/م2).

- **العناوين:** لاحظ الباحثان كثرة عدد العناوين المنشورة بغلاف الأهرام الاقتصادي سواء في الفترة السابقة لإعادة التصميم أو

(7) على اليسار.

كما تنوعت أيضاً الخلفية الخاصة باسم المجلة وشعارها ما بين اللون (الأصفر، والأحمر، والأزرق، والأسود، والأخضر)، ثم بعد ذلك أصبحت صورة الغلاف أو أرضيته خلفية لاسم المجلة وشعارها. وقد اتخذت المجلة الأهرامات الثلاثة شعاراً بصرياً لها طوال فترة الدراسة عدا عددين جاءت الالفة مختفياً منها الشعار البصري وذلك بعد إعادة تصميمها، وهما عدد (1262) بتاريخ 26-2-2014م، وعدد (1263) بتاريخ 5-3-2014م، وتنوع لون اسم المجلة ما بين اللون الأحمر والمفرغ من الخلفية والبنفسجي، وذلك بالتناسب مع اللون الغالب في صورة الغلاف على كل عدد. وهو ما يحدث نوعاً من التناغم بين اسم المجلة ومضمون الغلاف.

#### ب. التصميم الثابت لغلاف المجلة:

- **القطع:** جاء قطع غلاف مجلة الأهرام الرياضي بمقاس (28,5سم طول x 20,5سم عرض) من العدد رقم (1176) بتاريخ 4-7-2012م، وحتى عدد 1218 بتاريخ 24-4-2013م (أي قبل إعادة التصميم)، وتغير القطع (بعد إعادة التصميم) ليصبح (30سم طول x 22,5سم عرض) وذلك بدءاً من عدد 1219 - بتاريخ 1-5-2013م، وحتى نهاية فترة الدراسة، بزيادة قدرها 1,5سم في الطول، و2سم في العرض.
- **نوع الورق ووزنه:** قبل إعادة التصميم كان نوع الورق



#### 2.1/5. غلاف مجلة الأهرام الاقتصادي:

##### أ. تصميم الالفة:

- قبل إعادة التصميم : جاء موقع الالفة في أسفل الربع الأول من الغلاف باتساع عرض المجلة، وجاءت كلمة (الأهرام والشعار) في وحدة بصرية واحدة، يفصل بينهما وبين كلمة (الاقتصادي) سطر التاريخ، واتخذت كلمة الاقتصادي عرض الغلاف مما يحدث فصلاً بصرياً بين عناصر الالفة التي من المفترض أن تكون في وحدة بصرية لا يفصل أجزاءها عن بعضها شيء. وفي بداية فترة الدراسة كان يعلو الالفة إما عنوان أو إعلان بدلاً منه، كما هو واضح في الشكل رقم (8).

- بعد إعادة التصميم : جاءت الالفة بعد إعادة التصميم تشمل اسم المجلة وشعارها في مسار أفقي واحد بعرض غلاف المجلة، يعلوها عنوانين أو إعلانين أو عنوان وإعلان بجوار بعضهما البعض، ثم تطور الأمر بعد ذلك ليصل عدد العناوين التي تعلو الالفة إلى أربعة عناوين (عنوان عريض وثلاثة عناوين عمودية)، بالإضافة إلى ذكر أرقام الصفحات

والتثمين) ويعتمد هذا الأسلوب على تجزئة الغلاف لجزئين، الأول منهما يضم ثلثي الغلاف والجزء الثاني يضم الثلث المتبقي منه، وقد هذا يحدث هذا رأسيًا، أو أفقيًا.



شكل (8) غلاف مجلة " الأهرام الاقتصادي " قبل إعادة التصميم على اليمين عدد (2270) في يوليو عام 2013م، وبعد إعادة التصميم على اليسار عدد (2326) في أكتوبر عام 2013م

بتاريخ 26-6-2016م، وعاد تصميم غلاف الأهرام الاقتصادي لما كان عليه في بداية فترة الدراسة. ويرى الباحثان أن هذا الإجراء موفق، ولكنه ليس الأفضل لأن هذا التصميم لم يلق قبولاً واسعاً من جانب القراء

ويتضح من خلال العمليات المتكررة لإعادة تصميم غلاف مجلة الأهرام الاقتصادي أن تلك العمليات تمت بصورة عشوائية غير مدروسة حيث لم تعتمد على فريق عمل متخصص ولم ترجع لدراسة تفضيلات القراء. حيث لم تنجح في تقديم هوية بصرية جديدة في أول عملية إعادة تصميم، ثم تلتها بتغيير فعلى في تصميم اللافتة كان ينقصه تطوير لتصميم الغلاف الذي تراجع إلى الخلف ولم يتطور .

التالية لها. وفي جميع عمليات إعادة التصميم في فترة الدراسة. - الصور والرسوم: اعتمدت الأهرام الاقتصادي على الأسلوب (التعبيري أو الدلالي) وذلك باستخدام الصور والرسوم ومعالجتها لإعطاء معنى ومخزى معين، يليه أسلوب (الثلاث



ولم تكن في إعادة تصميم سواء في تصميم لافقتها أو في أساليب التصميم المستخدمة على الغلاف فتم إعادة تصميم غلافها مرة ثانية خلال فترة الدراسة بدءاً من العدد رقم (2354) بتاريخ 5-6-2016، كما هو موضح في الشكل رقم (9). حيث تغيير تصميم اللافتة وجاء سطر التاريخ والبيانات أفقياً أسفل اللافتة، حيث كان في منتصف اللافتة في بداية فترة الدراسة. وتغير أسلوب التصميم المستخدم إلى أسلوب الأرضية الموحدة المعتمد على إبراز أكبر عدد ممكن من العناوين على صدر الغلاف، بالإضافة لعدم الاعتماد على الصور والرسوم في تصميم الغلاف، حيث كان الاعتماد الأكبر على إبراز العناوين. ويفتقد هذا الأسلوب لوجود فكرة رئيسة تسعى المجلة لإبرازها. واستمر ذلك التصميم لمدة أربعة أعداد فقط انتهاءً بالعدد رقم (2357)



شكل (9) غلاف مجلة " الأهرام الاقتصادي " بعد إعادة التصميم للمرة أخرى في يونيو 2016

استخدام شعارين مصاحبين لاسم المجلة لا مبرر له، وأن كلمة الأهرام لا مبرر لوجودها، حتى وإن كانت مجلة نصف الدنيا من إصدارات مؤسسة الأهرام، كما أن المجلة لم تستخدم شعاراً لفظياً لها طوال فترة الدراسة. وجاء موقع اللافتة في قمة الغلاف يميناً أو يساراً حسب اتجاه الحركة في صورة الغلاف، وهو ما أعطاه قدرًا من الحرية ليحدث نوعاً

3,1/5. غلاف مجلة نصف الدنيا :

أ. تصميم اللافتة:

- قبل إعادة التصميم : استخدمت المجلة صورة النفاحة غير المكتملة شعاراً لها طوال فترة الدراسة، بالإضافة لوجود شعار آخر وهو (الأهرامات الثلاثة) - خلفية لكلمة الأهرام- يتوسط كلمة (نصف) في اسم المجلة. ويرى الباحثان أن

- نوع الورق ووزنه: قبل إعادة التصميم (كوشيه لامع 180جم /2م) ثم تغير بعد إعادة التصميم إلى (كوشيه لامع 250جم/2م).

- العناوين والصور: جاءت عناوين غلاف مجلة نصف الدنيا في الفترة السابقة لإعادة التصميم في اتجاه الحركة في صورة الغلاف مما يحدث نوعاً من التوازن بين العناوين المنطلقة من اليمين إلى اليسار تجاه الصورة، والحركة في صورة الغلاف تجاه العناوين، وجاءت العناوين غير مزدحمة حيث إنها لم تتخطى السنة عناوين في الغالب، وربما يرجع السبب في ذلك إلى أن القائمين على المجلة كانوا يعتمدون في صورة الغلاف على أن تكون من القطع المحكم، على عكس الفترة التالية لإعادة التصميم فغالباً ما كانت تعتمد المجلة على الصورة ذات القطع الفضفاض، واتباع المصمم رؤية مغايرة لموقع العناوين عن سابقتها، بحيث توضع الصورة في منتصف الغلاف رأسياً، وتأخذ العناوين موقعها يمين ويسار صورة الغلاف، مما يحدث ازدحاماً في العناوين المنشورة على صدر الغلاف، وجاء سطر التاريخ والبيانات في الفترة السابقة لإعادة التصميم في كعب المجلة فقط، إما بعد إعادة التصميم فجمعت المجلة بين موقعه في كعب المجلة وبين موقعه رأسياً يمين صدر الغلاف.

- كما هو موضح بالشكل (10) التالي.



شكل (10) غلاف مجلة " مجلة نصف الدنيا " قبل إعادة التصميم على اليمين عدد (1172) عام 2012م،

وبعد إعادة التصميم على اليسار عدد (1272) عام 2014م

ب. التصميم الثابت لغلاف المجلة:

- القطع: جاء قطع غلاف مجلة أخبار النجوم (قبل إعادة التصميم) كالأتي (32,5سم طول x 23,5سم عرض) وهذا من بداية فترة الدراسة، بدءاً من عدد 1030 بتاريخ 5-7-2012م، وحتى عدد 1175 بتاريخ 16-4-2015م، ثم تغير إلى (طول 29,5سم x 22,5سم عرض)، أي في الفترة التالية (لإعادة التصميم) وهذا بدءاً من عدد 1176 بتاريخ 23-4-2015م، وحتى انتهاء فترة الدراسة، بفارق قدره 3سم في الطول، و 1سم في العرض.

- نوع الورق ووزنه: استخدم في الغلاف ورق من نوع (الكوشيه اللامع 200جم/2م) ولم يتغير طوال فترة الدراسة.

- العناوين والصور: اعتمدت مجلة أخبار النجوم في تصميم أغلفتها في الفترة السابقة لإعادة تصميمها على أسلوب الحر، والعناوين الكثيرة نسبياً، أما في الفترة التالية لإعادة التصميم اعتمدت المجلة في المقام الأول على أسلوب المصق، بالإضافة للاستعانة بعدد قليل من العناوين، غالباً ما تكون عنوان أو اثنين على الأكثر .

- كما هو موضح بالشكل (11) التالي.

من التغيير غير المؤثر في الهوية البصرية للغلاف، وجاء اسم المجلة مفرغاً بالأبيض ويتضح هذا من الشكل رقم (10) على اليمين.

- بعد إعادة التصميم: لزم موقع اللافتة مكاناً واحداً في القمة بعرض الغلاف، ويعد هذا سبباً في إيقاف تحريكها يميناً أو يساراً - شكل (10) على اليسار - وتنوعت المجلة في استخدام الألوان المختلفة في (اسم المجلة) ما بين الأزرق والأخضر والمفرغ من الخلفية، والأصفر، وذلك بالتناسب مع اللون الغالب في صورة الغلاف على كل عدد، وتم الاكتفاء بشعار بصري واحد، وحذفت كلمة الأهرام بالإضافة لرسم الأهرامات الثلاثة.

ب. التصميم الثابت لغلاف المجلة:

- القطع: فيما يخص قطع غلاف مجلة نصف الدنيا (قبل إعادة التصميم) نجده كالتالي (28سم طول x 19,5سم عرض)، وهذا بدءاً من عدد 1169 بتاريخ 6-7-2012م، أي منذ بداية فترة الدراسة وحتى عدد 1196 بتاريخ 11-1-2013م، ثم تغير (بعد إعادة التصميم) ليصبح 30سم طول x 23 سم عرض، وذلك بدءاً من عدد 1197 بتاريخ 18-1-2013م، وحتى نهاية فترة الدراسة، بزيادة قدرها 2سم في الطول، و3,5سم في العرض، وفي بعض الأعداد قد يقل الطول 5مم ليصل إلى 29,5سم.

■ ويتضح مما سبق أن مجلة نصف الدنيا نجحت في إعادة تصميم لافتها وحافظت على تميز تصميم غلافها.

4.1/5. غلاف مجلة أخبار النجوم:

أ. تصميم اللافتة:

- قبل إعادة التصميم: تميز تصميم لافته مجلة أخبار النجوم أثناء فترة الدراسة -قبل إعادة التصميم- عن التصميم السابق له، حيث تمت معالجته بصورة احترافية مختلفه تماماً عن التصميم الأصلي، كما يتضح من الشكل رقم (11) على اليمين. وكان موقعها في أعلى الغلاف يميناً أو يساراً أو في المنتصف، وأحياناً قد تكون أسفل قمة الغلاف .

- بعد إعادة التصميم: عادت المجلة إلى استخدام التصميم الأصلي لللافتة مره أخرى، وربما يعود ذلك إلى ارتباط القراء به. وجاءت اسم المجلة إما (مفرغاً بالأبيض) من الخلفية أو باللون الأحمر، وفي بعض الأعداد يكون نفس لون اللافتة مأخوذاً من اللون الغالب في صورة الغلاف، واستخدمت المجلة الظلال المتسلسلة، والحواف (Stroke)، وحجب جزء من اسم المجلة أحياناً، كوسائل إبراز لإسم المجلة. كما يتضح من الشكل رقم (11) على اليسار.





شكل (11) غلاف مجلة " مجلة أخبار النجوم " قبل إعادة التصميم على اليمين عدد (1037) عام 2012م، وبعد إعادة التصميم على اليسار عدد (1240) عام 2016م

اللفظي لصباح الخير يحتوي على آخر مرئي فقد استبدل المصمم (لفظ قلوب) بثلاثة صور للقلب - في شعارها "القلوب الشابة والعقول المتحررة"، كما هو موضح بالشكل رقم (12) على اليسار.

#### ب. التصميم الثابت لغلاف المجلة:

- **القطع:** نلاحظ ثبات القطع في غلاف مجلة صباح الخير حيث جاء مفاسه (27سم طول x 19,5سم عرض) وقد يصل بعد القص في بعض الأعداد أحياناً إلى (26سم طول x 19سم عرض) وهذا ما يؤثر على بعض عناصر الغلاف ويجعلها مبتورة، خاصة التي تقع على حافة الغلاف.

- **نوع الورق ووزنه:** بالنسبة لنوع الورق ووزنه المستخدم قبل إعادة التصميم (كوشيه مطفي 90جم/م2) ثم تغير بعد إعادة التصميم إلى (كوشيه مطفي 115جم/م2).

- **العناوين والصور:** نلاحظ أن الفترة السابقة لإعادة تصميم غلاف مجلة صباح الخير اعتمدت تصميم الغلاف على كثرة العناوين واستخدام الأرضيات المختلفة لإبرازها، مع وجود إطار رمادي اللون يحيط بغلاف المجلة، بالإضافة لاعتماد تصميم الغلاف على الرسوم الساخرة بنوعها الكاريكاتورية والكارتونية، على عكس الفترة التالية لإعادة تصميمها فقد اعتمدت المجلة على الرسوم الشخصية (البورتريه) باستخدام أسلوب الأرضيات المتداخلة وغلاف الرسم، كما قل عدد العناوين المنشورة في الغلاف في هذه الفترة.

- كما هو موضح بالشكل (12) التالي.



شكل (12) غلاف مجلة " صباح الخير " قبل إعادة التصميم على اليمين عدد (3010) عام 2013م ، وبعد إعادة التصميم على اليسار عدد (3094) عام 2015م ،

الآتية:

1/2/5. مقارنة تفضيلات القراء لأغلفة مجلات الدراسة قبل وبعد إعادة تصميمها :

من خلال حساب كلا من "المتوسط الحسابي" و "الانحراف المعياري" لتكررات قيم تفضيل القراء لتصميم أغلفة مجلات الدراسة قبل وبعد إعادة التصميم تم تحديد الإجراء المفضل للقراء نحو تصميم كل مجلة من عينة الدراسة، كما يتضح من الجدول (2) التالي:

جدول رقم (2) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتكررات قيم تفضيل تفضيلات القراء لأغلفة مجلات الدراسة قبل وبعد إعادة تصميمها (إجمالي العدد =388)

الإجراء المفضل	المتوسط الحسابي/الانحراف المعياري	درجة التفضيل						قبل/بعد إعادة التصميم	غلاف المجلة
		لا أفضل		محايد		أفضل			
		%	ع	%	ع	%	ع		
بعد إعادة التصميم	0.85±2.10	31.4	122	27.3	106	41.2	160	قبل	الأهرام الرياضي
	0.75±2.41	16.2	63	26	101	57.7	224	بعد	
بعد إعادة التصميم	0.85±1.90	41.5	161	27.1	105	31.4	122	قبل	الأهرام الاقتصادي
	0.78±2.35	19.1	74	26.5	103	54.4	211	بعد	
بعد إعادة التصميم	0.79±2.16	24.7	96	34.5	134	40.7	158	قبل	نصف الدنيا
	0.76±2.35	17	66	30.7	119	52.3	203	بعد	
بعد إعادة التصميم	0.81±2.11	27.8	108	33.8	131	38.4	149	قبل	أخبار النجوم
	0.78±2.30	19.8	77	30.7	119	49.5	192	بعد	
بعد إعادة التصميم	0.83±2.02	33.2	129	32	124	34.8	135	قبل	صباح الخير
	0.72±2.51	13.7	53	22.2	86	64.2	249	بعد	

الأفضل، خاصة مع مرور وقت طويل على تصميم لافتات مجلات الدراسة دون إعادة تصميمهم مما قد يبعث الشعور بالملل والرتابة لدى القارئ.

2/2/5. العلاقة بين خصائص القراء الديموجرافية وبين درجة تفضيلهم لتصميم أغلفة مجلات الدراسة قبل وبعد عملية إعادة التصميم :

من خلال حساب قيمة مربع "كا" باستخدام اختبار كروسكال ويلز تم تحديد الفروق بين متغيرات خصائص القراء الديموجرافية تجاه عمليات التصميم وإعادته، وتحديد مستوى المعنوية ودلالته الإحصائية .

ويوضح جدول رقم (3) التالي قيم مستوى المعنوية لكل متغير ديموجرافي لقراء مجلات الدراسة و دلالتها الإحصائية:

جدول رقم (3) قيم كا ومستوى المعنوية للمتغيرات الديموجرافي لقراء مجلات الدراسة و دلالتها الإحصائية

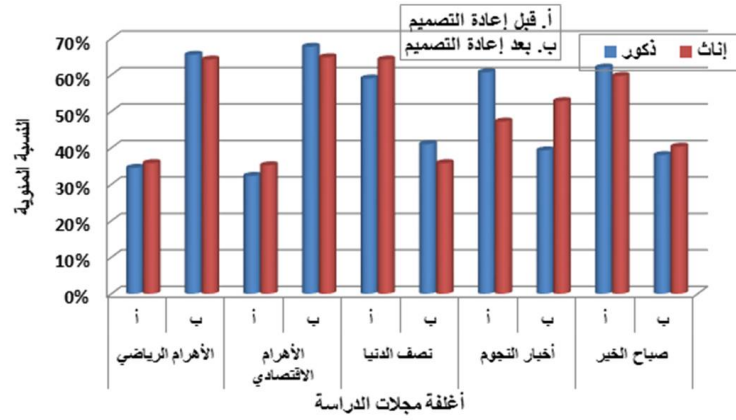
قيم مربع "كا" ومستوى المعنوية والدلالة الإحصائية لكل متغير ديموجرافي						أغلفة مجلات الدراسة
مستوى التعليم	السن	محل الإقامة	التوزيع الجغرافي	نوع القارئ	كا <sup>2</sup> /مستوى المعنوية	
6.38	6.42	0.30	11.13	0.08	كا <sup>2</sup>	الأهرام الرياضي
* 0.04	* 0.01	0.59	** 0.00	0.78	مستوى المعنوية ودلالته	
25.44	0.47	9.31	2.82	0.36	كا <sup>2</sup>	الأهرام الاقتصادي
** 0.00	0.49	** 0.00	0.24	0.55	مستوى المعنوية ودلالته	
11.51	0.69	0.70	15.73	1.07	كا <sup>2</sup>	نصف الدنيا
** 0.00	0.41	0.40	** 0.00	0.30	مستوى المعنوية ودلالته	
6.71	0.70	7.30	3.92	6.94	كا <sup>2</sup>	أخبار النجوم
* 0.03	0.40	* 0.01	0.14	* 0.01	مستوى المعنوية ودلالته	
0.74	3.83	5.34	6.09	0.20	كا <sup>2</sup>	صباح الخير
0.69	0.07	* 0.02	* 0.05	0.65	مستوى المعنوية ودلالته	

\* ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية >0.05\*\* ذو دلالة إحصائية عالية عند مستوى معنوية >0.001  
كما توضح الأشكال رقم (13،14،15،16،17) التالية الفروق بين تفضيلات القراء وفقاً لخصائصهم الديموجرافية المختلفة:

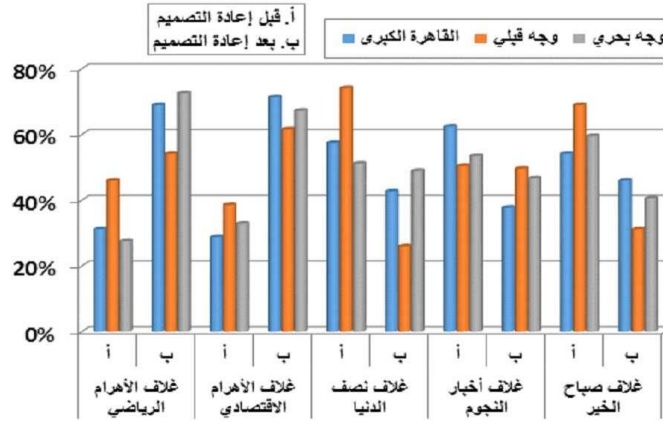
ويتضح مما سبق أن مجلة صباح الخير حافظت على تصميم أسمها المميز لها منذ صدورها والمرتبطة ذهنياً وبصرياً مع قرائها مع إضافة بعض العناصر الجديدة إلى اللافتة لتؤكد على توجهه المجلة. بينما قدمت تصميمًا جديدًا للغلاف مختلف تمامًا عن التصميم السابق ويؤكد أن المجلة بالفعل تحاول أن تكون "القلوب الشابة والعقول المتحررة".

2/5. نتائج الدراسة الاستقصائية ومناقشتها:

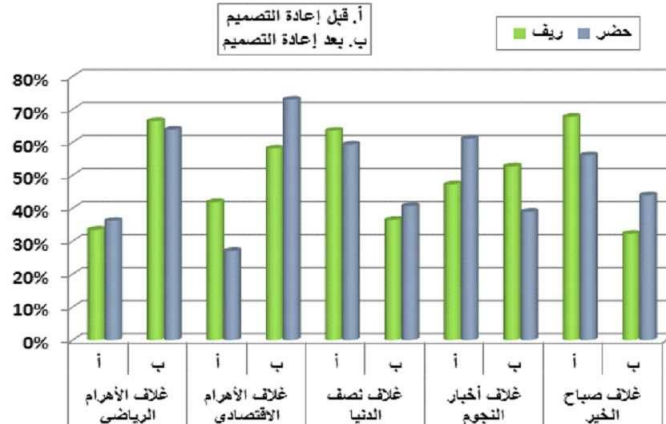
قام الباحثان بتحليل استمارات الاستقصاء وتم التوصل إلى النتائج



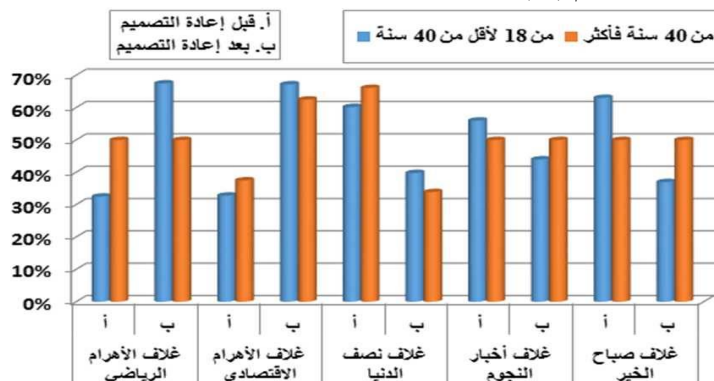
شكل رقم (13) الفروق بين تفضيلات القراء وفقاً لنوع القراء



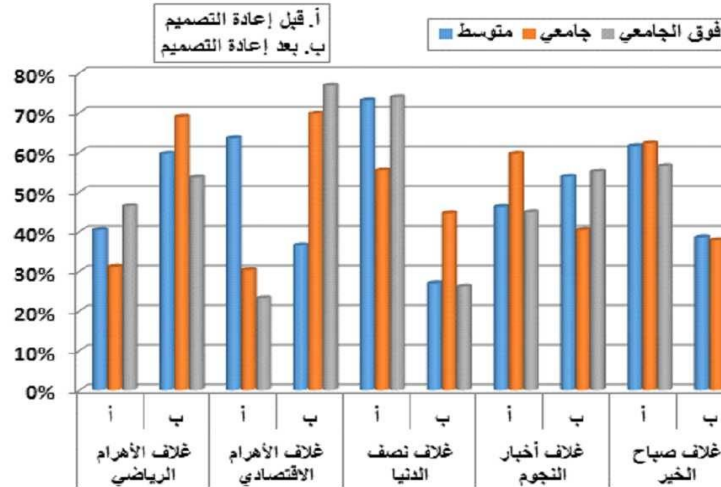
شكل رقم (14) الفروق بين تفضيلات القراء وفقاً لتوزيعهم الجغرافي



شكل رقم (15) الفروق بين تفضيلات القراء وفقاً لمحل الإقامة



شكل رقم (16) الفروق بين تفضيلات القراء وفقاً للسنة



شكل رقم (17) الفروق بين تفضيلات القراء وفقاً لمستوى تعليمهم

(من 18 لأقل من 40 سنة) تصميم أغلفة مجلتي (الأهرام الرياضي، والأهرام الاقتصادي) بعد إعادة التصميم، وتصميم أغلفة مجلات (نصف الدنيا، وأخبار النجوم، وصباح الخير) قبل إعادة التصميم، بينما فضلت النسبة الأكبر من الذين تتراوح أعمارهم (من 40 سنة فأكثر) تصميم أغلفة مجلة (الأهرام الاقتصادي) بعد إعادة التصميم، وتصميم أغلفة مجلة (نصف الدنيا) قبل إعادة التصميم، وتساوى تفضيلهم لتصميم أغلفة مجلات (الأهرام الرياضي، وأخبار النجوم، وصباح الخير) فكانت نسبة تفضيلهم لتصميم أغلفة هذه المجلات قبل إعادة التصميم مساوياً لنسبة تفضيلهم لها بعد إعادة التصميم. وكان مستوى الدلالة الإحصائية لمتغير محل الإقامة عالي (0.01) مع مجلة الأهرام الرياضي، بينما لم تكن هناك أي دلالة مع باقي المجلات.

وهذا يدل على أن المرحلة العمرية لم تمثل أي معيار مفاضلة بين قراء المجلات يؤثر على توجهاتهم إلا مع المجلات ذات الطابع الرياضي.

■ **من حيث المستوى التعليمي:** فضلت النسبة الأكبر من الحاصلين على مؤهل (متوسط، وجامعي، وفوق الجامعي) تصميم أغلفة مجلة (الأهرام الرياضي) بعد إعادة التصميم، وأغلفة مجلتي (نصف الدنيا، وصباح الخير) قبل إعادة التصميم، وفضل الحاصلون على (مؤهل متوسط) تصميم أغلفة (الأهرام الاقتصادي) قبل إعادة التصميم، بينما فضل الحاصلون على (مؤهل جامعي، وفوق الجامعي) أغلفتها بعد إعادة التصميم، وفضل الحاصلون على مؤهل (متوسط، وفوق الجامعي) أغلفة (أخبار النجوم) بعد إعادة التصميم، بينما فضل الحاصلون على مؤهل (جامعي) أغلفتها قبل إعادة التصميم. وكانت هناك دلالة إحصائية لمتغير مستوى التعليم مع جميع مجلات الدراسة فيما عدا مجلة صباح الخير.

- وهذا يدل على أن مستوى التعليم يمثل متغيراً أساسياً قوياً بين فئات قراء المجلات ويؤثر على توجهاتهم .  
وعموماً بالنظر إلى مؤشرات المتغيرات السابقة نجد أن النسبة الأكبر من القراء فضلت تصميم أغلفة مجلات (أخبار النجوم، ونصف الدنيا، وصباح الخير) قبل إجراء عملية إعادة التصميم، مما يدل على أن عملية إعادة التصميم في أغلفة تلك المجلات لم تلق قبولاً واسعاً لدى القراء. بينما فضلت النسبة الأكبر من القراء تصميم أغلفة مجلتي (الأهرام الاقتصادي، والأهرام الرياضي) بعد إجراء عملية إعادة التصميم، ويعد هذا مؤشراً قوياً على أن عملية إعادة تصميم أغلفة كلتا المجلتين كانت موفقة بدرجة كبيرة ظهر مردودها على القراء.

يتضح من الجدول رقم (3) والأشكال رقم (13،14،15،16،17) السابقة أن تفضيلات القراء لتصميم أغلفة مجلات الدراسة وفقاً لخصائصهم الديموجرافية ومدى تقبلهم لها كانت كالآتي:

■ **من حيث النوع:** فضلت النسبة الأكبر من الذكور والإناث تصميم أغلفة مجلتي (الأهرام الرياضي، والأهرام الاقتصادي) بعد إعادة التصميم، وتصميم أغلفة مجلتي (نصف الدنيا، وصباح الخير) قبل إعادة التصميم، كما فضل الذكور تصميم أغلفة مجلة (أخبار النجوم) قبل إعادة التصميم، بينما فضلت الإناث بعد إعادة التصميم، في حين أن متغير النوع لم يكن دال إحصائياً إلا مع مجلة أخبار النجوم وكان مستوى الدلالة عالي (0.01).

- وهذا يدل على أن هناك توافق في تفضيلات القراء الذكور والإناث بالنسبة لتصميم أغلفة جميع مجلات الدراسة ما عدا مجلة (أخبار النجوم) نظراً لقرب التصميم الجديد من طابع المجلة القديم.

■ **من حيث التوزيع الجغرافي:** فضلت النسبة الأكبر من قاطني محافظات الدراسة تصميم أغلفة مجلتي (الأهرام الرياضي، والأهرام الاقتصادي) بعد إعادة التصميم، وتصميم أغلفة مجلات (نصف الدنيا، وأخبار النجوم، وصباح الخير) قبل إعادة التصميم. وكان متغير التوزيع الجغرافي ذو دلالة إحصائية مع مجلات (الأهرام الرياضي، ونصف الدنيا، وصباح الخير)، وكان مستوى الدلالة عالي (0.00) مع أول مجلتين.

- وهذا يدل على أن اختلاف موقع محافظة السكن لقراء المجلات يؤثر على توجهاتهم وتفضيلاتهم التصميمية خاصة مع المجلات التي تقدم مادة صحفية في مجالات كإخبار الرياضة والمرأة والموضوعات الاجتماعية العامة.

■ **من حيث محل الإقامة:** فضلت النسبة الأكبر من سكان (الريف، والحضر) تصميم أغلفة مجلتي (الأهرام الرياضي، والأهرام الاقتصادي) بعد إعادة التصميم، وتصميم أغلفة مجلتي (نصف الدنيا، وصباح الخير) قبل إعادة التصميم. بينما فضلت النسبة الأكبر من سكان (الحضر) تصميم أغلفة مجلة (نصف الدنيا) قبل إعادة التصميم، على العكس من سكان (الريف) حيث فضلت النسبة الأكبر تصميم أغلفة مجلة (نصف الدنيا) بعد إعادة التصميم. وكان متغير محل الإقامة ذو دلالة إحصائية عالية (0.00)، (0.01)، (0.02) مع مجلات (الأهرام الاقتصادي، وأخبار النجوم، وصباح الخير) على الترتيب.

- وهذا يدل على أن اختلاف بيئة محل الإقامة لقراء المجلات من ريف أو حضر يؤثر على توجهاتهم وتفضيلاتهم التصميمية مع نسبة كبيرة من مجلات الدراسة.

■ **من حيث السن:** فضلت النسبة الأكبر من الذين تتراوح أعمارهم

1. سمير محمود، الإخراج الصحفي، الطبعة الثانية (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2011) - ص 53.
2. عبدالعزيز سيد الصويغي، الإخراج الصحفي والتصميم بين الأفكار والأقلام والحواشيب، الطبعة الأولى ( لبنان، دار الملتقى للطباعة والنشر، 1998م) - ص 239.
- **أبحاث ودراسات منشورة :**
3. مها إسماعيل الشبخلي، تصميم المجلات بين الحداثة والتقليد، مجلة كلية التربية الأساسية، العدد الثامن والستين، (العراق: الجامعة المستنصرية، كلية التربية الأساسية، 2011) - ص 39.
- **أعداد مجلات مطبوعة :**
4. جميع أعداد مجلات ( الأهرام الرياضى، الأهرام الأقتصادي، نصف الدنيا، أخبار النجوم، صباح الخير ) من أول شهر يوليو 2012م وحتى نهاية شهر يونيو 2016م، بأرشيف كلا من مؤسسة الأهرام، مؤسسة الأخبار، مؤسسة روز اليوسف.
- **Web sites:**
5. Jandos Rothstein, Designing magazines: inside periodical design, redesign, and branding, (New York: Allworth Press, 2007) P. 55.
6. [http://www.alahram.org.eg/pub\\_econ.htm](http://www.alahram.org.eg/pub_econ.htm) - Available online at 9/6/2016.
7. [http://www.alahram.org.eg/pub\\_sport.htm](http://www.alahram.org.eg/pub_sport.htm) - Available online at 9/6/2016.
8. [http://www.alahram.org.eg/pub\\_doniya.htm](http://www.alahram.org.eg/pub_doniya.htm) - Available online at 9/6/2016.
9. <http://nogoom.akhbarel.com/home/GetPage?Name=WhoWeAre>, Available online at 9/6/2016.
10. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/re-design> -Available online at 25/7/2017 10:30 am.
11. <http://www.spd.org/2008/08/blender-redesign.php> -Available online at 23/7/2017 3:00 am.
12. <http://www.spd.org/2013/01/billboard-redesign.php> -Available online at 25/7/2017 11:10 am.
13. [https://www.dandad.org/awards/professional/2017/magazine-newspaper\\_design/25847/the-new-york-times-magazine-covers/](https://www.dandad.org/awards/professional/2017/magazine-newspaper_design/25847/the-new-york-times-magazine-covers/)-Available online at 27/7/2017 4:25 pm.
14. <https://newrepublic.com/article/120253/new-republic-magazine-cover-history-100-years-print-redesigns> -Available online at 26/7/2017 09:10 am.
15. <http://www.magazinedesigning.com/when-and-how-to-redesign-a-magazine/> -Available online at 26/7/2017 09:40.

## 6. الخلاصة:

تناول هذا البحث دراستين أولهما تحليلية لتصميم أغلفة ولافتات خمس مجلات أسبوعية مصرية قبل عملية إعادة التصميم بعدها، والثانية ميدانية على جمهور القراء لمعرفة اتجاهات تفضيلات القراء لتلك العمليات. وقد اختلفت تلك المجلات فيما بينها وفقاً لطبيعة المادة التحريرية المقدمة والجمهور المستهدف، كما أنها تصدر عن ثلاث مؤسسات صحفية مصرية عريقة. وقد وجد الباحثان من خلال الدراسة العملية ما يلي :

- اهتمت مؤسسة الأهرام الصحفية المسؤولة عن إصدار كلا من مجلات " الأهرام الأقتصادي، الأهرام الرياضى، نصف الدنيا " بعمليات إعادة تصميم أغلفة المجلات الصادرة عنها بصفه مستمرة حتى تضمن لها الصدارة والتميز في السوق المصرى . وذلك نظراً لعراقة اسمها في عالم الصحافة المصرية، ولكن لم يكن أهتمام مؤسسة أخبار اليوم المسؤولة عن إصدار مجلة أخبار النجوم أقل منها حيث تميزت عمليات إعادة التصميم لها بمحاولة إرضاء جمهور القراء والحفاظ على هوية اسم المجلة البصرية كما حرصت مؤسسة روز اليوسف التي تصدر عنها مجلة صباح الخير على اللحاق بركب التطوير وإعادة تصميم غلاف المجلة مع الحفاظ على هوية اسمها البصرية.

- كان لكل مؤسسة صحفية اتجاه معين في التصميم والإخراج مختلف عن الأخرى، ويتضح ذلك من أساليب المخرجين الصحفيين في عمليات إعادة التصميم. والتي يعتقد الباحثان انها نابعة من توجهات رؤساء التحرير وفقاً لسياسة تحريرية خالصة. - فضل قراء المجلات محل الدراسة تصميم جميع الأغلفة واللافتات بعد إعادة التصميم. وهو ما يوضح أن عملية إعادة التصميم حققت قبولاً لدى جمهور القراء عن التصميم الذى سبقها. وربما يرجع هذا التفضيل إلى رغبة القراء في التغيير لمجرد التغيير وليس للوصول إلى التصميم الأفضل، خاصة مع مرور وقت طويل على تصميم لافتات مجلات الدراسة دون إعادة تصميمهم مما قد يبعث الشعور بالملل والرتابة لدى القارئ. - لعب متغير مستوى التعليم بين فئات قراء المجلات دوراً أساسياً وقريباً أثر على توجهاتهم أكثر من باق المتغيرات الديموجرافية لقراء المجلات الأسبوعية المصرية عينة الدراسة.

**وبناء على ما سبق فإن الباحثان يوصيان بمراعاة الاعتبارات التالية:**

- ينبغي مراجعة تصميم الشكل الأساس لأغلفة المجلات الأسبوعية من وقت لآخر، مع مراعاة الأخذ في الاعتبار تفضيلات جمهور القراء المستهدف من قبل المجلة.

- ضرورة إعادة النظر في تصميم أغلفة مجلات (أخبار النجوم، ونصف الدنيا، صباح الخير)، لأن عملية إعادة التصميم في أغلفة هذه المجلات لم تلق قبولاً واسعاً من جانب القراء.

- ينبغي إعلام القراء بعملية إعادة تصميم الغلاف قبل البدء في إجرائها، ومتابعة ردود أفعالهم بعد الانتهاء منها.

- يجب أن يضع القائمين على إعادة تصميم المجلة في اعتبارهم أن "التصميم الجيد والمميز لغلاف المجلة" هو مجرد غطاء خارجي قد يغطي العديد من القصور في المحتوى الإعلامى لها، وإعادة تصميمه قد لا يحقق شيئاً سوى التمويه المؤقت، إذا ما ظل المحتوى الداخلى بدون تطوير.

## المراجع والمصادر References:

■ الكتب :