

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ. د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

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

مساعدو رئيس التحرير:

- أ. د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية
- أ. د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ. د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ. د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

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

- د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.
- د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

- أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مديقا اللغة العربية:

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

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

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الثاني والستون - الجزء الأول - ذو الحجة ١٤٤٢ هـ - يوليو ٢٠٢٢ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

## قواعد النشر

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

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق  
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

## محتويات العدد

- ٩ تأثير الأبعاد الثقافية على تصميم المجالات السياحية وإدراك الشباب المصري لها (مجلة السياحة الماليزية نموذجًا) (دراسة شبه تجريبية)  
أ.م.د/ أسماء محمد مصطفى عرام
- ٧١ فاعلية استخدام نموذج (وودز) في تطوير الأداء البحثي لدى طلاب الدراسات العليا في الإعلام التربوي (دراسة شبه تجريبية)  
أ.م.د/ إيمان عز الدين محمد دوابه
- ١٢٧ معالجة تقنيات الميتافيرس وشبكات الجيل الخامس في مواقع الصحف العربية والأجنبية «دراسة تحليلية»  
أ.م.د/ سحر عبد المنعم الخولي
- ٢٠١ فعالية الأنشطة الاتصالية للجامعات المصرية بالخارج ودورها في تعزيز الأمن الفكري لدى طلابها - الجامعة المصرية للثقافة الإسلامية (نور- مبارك) بكازاخستان أنموذجًا «دراسة تطبيقية»  
د/ ميادة محمد عرفة سيد أحمد
- ٢٦٣ اتجاهات الجمهور السعودي نحو الدور التوعوي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان (دراسة مسحية)  
د/ جارح بن فارس بن عبد الله العتيبي
- ٣٢٧ اندماج الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على الخوف المجتمعي لديهم: دراسة ميدانية في إطار نظرية الغرس الثقافي  
د/ نسمة عبد الله محمد مطاوع

- أساليب توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في جرائم غسيل الأموال  
والجرائم المرتبطة بها وانعكاسها على تزييف الوعي  
٣٩٥ د/ محمد مرضي الشمري
- 
- صورة المرأة الرياضية كما تعكسها الأفلام الروائية المصرية والعالمية  
«دراسة تحليلية مقارنة»  
٤٣٧ د/ دنيا طارق عبد الوهاب
- 
- الصفحات الرياضية عبر الفيس بوك ودورها في نشر التعصب وخطاب  
الكراهية  
٤٩٣ د/ سارة سعيد عبد الجواد
- 
- المعالجة الصحفية لعملية عاصفة الحزم في الصحافة الخليجية  
الإلكترونية «دراسة تحليلية»  
٥٣٣ أحمد محمد راشد البوعينين
-

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

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبدالواجد أمين

رئيس التحرير

الافتتاحية

## العدد الثاني والستون من مجلة البحوث الإعلامية الرائدة

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله .

وبعد

نقدم للباحثين خلال عام ٢٠٢٢م والمتخصصين في مجالات الإعلام والاتصال الأعضاء العدد رقم ( ٦٢ ) من مجلة البحوث الإعلامية التي تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر، متضمنة عددا من البحوث والدراسات المهمة حول عدة قضايا وظواهر حديثة في مجال الإعلام بفروعه المتعددة وموضوعاته الحديثة التي تثير لدى المتخصصين الكثير من التساؤلات، وتمدهم بكثير من النتائج.

ونود الإشارة إلى أننا قمنا في موقع مجلة البحوث الإعلامية بكلية الإعلام جامعة الأزهر بإرفاق ونشر غالبية الأعداد القديمة من المجلة على الموقع الإلكتروني ، حيث يوجد في الموقع ٥٦ عددا منذ أن صدرت المجلة في العام ١٩٩٣م ، ويوجد في الموقع حتى يناير ٢٠٢٢م ٨٧ جزءا من المجلة متوفرا بشكل مجاني على موقع المجلة ، تتضمن ٨٠٥ أبحاث في تخصصات المجلة المختلفة ( الصحافة والنشر ، الإعلام الجديد ، الراديو والتلفزيون، العلاقات العامة، الإعلان ).

وتشير البيانات الخاصة بالموقع أن عدد قراءة المقالات داخل المجلة ( بدون تحميل البحث والاحتفاظ به من القراء ) يناهز المائة وسبعين ألف مرة قراءة ( ١٧٠٠٠٠ ) وأن عمليات تحميل ملفات ال PDF للبحوث بلغ ثلاثمائة وستة آلاف مرة ( ٣٠٦٠٠٠ ) تحميل لبحوث المجلة، وهذه الأرقام تشير إلى أن مجلة البحوث الإعلامية أصبحت واحدة من الروافد المهمة للبحوث العلمية الرصينة في تخصص الإعلام والعلاقات العامة في مصر والعالم ، ولا غنى عنها للباحثين الراغبين في الاطلاع على كل ما هو جديد وجيد في حقل الدراسات الإعلامية.

ومن باب إسناد الفضل لأهله ، فإن الشكر لله تعالى أولاً وآخراً ، ثم لفريق عمل المجلة المتميز الذي يواصل العمل ليل نهار لنتلزم بالمعايير الجادة وربما الصعبة أحياناً التي وضعناها باختيارنا للمجلة ، سواء الفريق الحالي أو السابق وكل من كان له دور في أن تصل المجلة لما وصلت إليه اليوم ، والشكر موصول لهيئة التحرير والهيئة الاستشارية من الأساتذة الأفاضل أساتذة الإعلام في مصر والعالم العربي ، وللأساتذة الذين يسهمون في التحكيم المعنى لبحوث المجلة ، من مصر والعالم العربي ، ولكل الباحثين الذين يخبروننا بشكل مستمر عن تفضيلهم للنشر في هذا الوعاء العلمي الجاد .

بقيت معلومة أخيرة أريد أن أقدمها للقراء الأعزاء في هذا السياق ، وهي أننا في المجلة ومنذ أغسطس ٢٠٢٠ حتى ديسمبر ٢٠٢١ (أي عام وأربعة شهور ) قمنا برفض عدد ٩٤ بحثاً لعدم تطابقها مع معايير المجلة أو بسبب رفض الأساتذة المحكمين لإجازتها وفقاً لمعايير النشر في المجلة ، وهو الأمر الموثق والمسجل في النظام الإلكتروني للمجلة ، وفي هذا دلالة على الانتقاء الشديد الذي نقوم به في المجلة عبر مراحل العمل المختلفة حتى لا يجاز للنشر إلا الأبحاث ذات الرصانة والتي تقدم الإضافة العلمية الحقيقية إلى عالم البحوث والدراسات الإعلامية .

ونستلهم من الله تعالى دوام التوفيق، إنه سبحانه الهادي إلى سواء السبيل

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

**أ.د/ رضا عبد الواحد أمين**

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

ورئيس التحرير

ISSN-O	ISSN-P	نقاط المجلة يونيو 2022	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2735-4008	2536-9393	7	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	1
2682-4663	2356-914X	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	2
2682-4620	2356-9158	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	3
2682-4671	2356-9131	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	4
2682-4647	1110-5836	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	5
2735-377X	2735-3796	7	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	الدراسات الإعلامية	6
2682-4655	1110-5844	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	7
2682-4639	2356-9891	7	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	8
2682-292X	1110-9297	7	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	9
2314-873X	2314-8721	7	<b>Egyptian Public Relations Association</b>	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	10
2735-4326	2536-9237	7	جامعة جنوب الوادي، كلية الاعلام	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	11
2735-4016	2357-0407	6.5	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشرقية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	12

- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد سارياً للسنه التالية للنشر في هذه المجلات.



تأثير الأبعاد الثقافية على تصميم المجالات السياحية وإدراك  
الشباب المصري لها (مجلة السياحة الماليزية نموذجاً)  
(دراسة شبه تجريبية)

- The impact of cultural dimensions on the design  
of the Malaysian Tourism Magazine  
(Majalah Santai Travel Model)  
(Semi-experimental study)

● أ.م.د / أسماء محمد مصطفى عرام

أستاذة الصحافة المساعد ورئيس قسم الصحافة

كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة جنوب الوادي

smmhmdaram@yahoo.com

## ملخص الدراسة

سعت الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي تمثل في قياس أثر المتغيرات الخاصة بالأبعاد والسياقات الثقافية على تصميم وإخراج المجلة السياحية الماليزية لدى الشباب، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، أهمها:

- 1 - على الدول، وخاصة مصر، أن تولي مزيدًا من الاهتمام لتنمية قطاع السياحة، وتطويره ودعمه، من خلال استخدام وسائل الإعلام كافة، وخاصة المجلات السياحية.
  - 2 - ضرورة إطلاع محرري مجلة السياحة المصرية على مجلات السياحة العالمية، ومراعاة أساليب تصميمها وإدارتها واستخدامها، إضافة إلى المشاركة في المؤتمرات والمسابقات المحلية والدولية.
  - 3 - ضرورة الاهتمام بدراسة الجمهور المهتم بالسفر، وقراءة المطبوعات والمجلات السياحية، ودراسة اهتماماتهم وتفضيلاتهم الثقافية والمرئية، وعناصر التوجيه وطرقه، وقاعدة بيانات ودليل للتفاعل مع القراء، من خلال تطوير مخطط أساسي للمجلة يساعد في التقييم المستمر لأداء المنشورات السياحية.
  - 4 - ضرورة إصدار الدولة، ممثلة بوزارتي السياحة والثقافة، مجلات أسبوعية وشهرية تسهم بفاعلية في عرض الوجهات السياحية وتنشيط ودعم السياحة الوطنية والأجنبية، مع الحرص على جودتها وحداثتها.
- الكلمات المفتاحية: الأبعاد الثقافية - التصميم - مجلات السياحة الماليزية - تأثير الأبعاد الثقافية.

## Abstract

This study sought to achieve a major goal of “measuring the impact of variables of dimensions and cultural contexts on the design and output of the Malaysian tourist magazine among young people.” The study reached a set of recommendations, the most important of which are:

- 1- Countries, especially Egypt, should pay more attention to the development, development and support of the tourism sector through the use of all media, especially tourism magazines.
- 2- The editors of the Egyptian Tourism Magazine should be informed of the world tourism magazines and take into account the methods of design, management and use. In addition to participating in local and international conferences and competitions
- 3-The need to pay attention to the study of the public interested in travel and to read tourist publications and magazines and to study their interests and cultural and visual preferences and elements and methods of guidance, database and guide to interact with readers. By developing a basic outline of the magazine that helps in continuously evaluating the performance of tourism publications.
- 4-The need for the State represented by the Ministries of Tourism and Culture to issue weekly and monthly magazines that actively contribute to the presentation of tourist destinations and the revitalization and support of national and foreign tourism while ensuring its quality and modernity- The need to pay attention to the study of the public interested in travel, reading tourist publications and magazines and studying their cultural and visual interests and preferences, elements and methods of guidance, a database and a guide to interact with readers. By developing a basic outline of the magazine that helps in continuously evaluating the performance of tourism publications.

Words key: Cultural Dimensions , Design, Malaysian Tourism Magazines ,Impact of cultural dimensions

تفتقر الصحافة عموماً، والإخراج خصوصاً، إلى الخلفية العلمية والعملية اللازمة حول التصميم الصحفي بمفهومه الحديث، والأسس العلمية والفنية في تصميم المجلات السياحية بما يعكس القيم الثقافية والاجتماعية؛ لذا تحاول الباحثة هنا تعزيز استيعاب بعض التفاصيل والمفردات الإخراجية، سيما الفنية منها المتعلقة بالتحليل الاجتماعي والثقافي لسياقات تصميم المجلات السياحية الدولية في واقع عملي معاصر، وذلك لبلورة العلاقة الجدلية بين شكل المجلات السياحية ومضمونها وما تعكسه من قيم ثقافية واجتماعية.

ويساعد الامتزاج بين الثقافة ووسائل الاتصال في إدراك وتحليل عمليات إنتاج الثقافة وتوزيعها واستهلاكها؛ فالعلاقة بين الإعلام والثقافة وطيدة، نظراً لأنها علاقة متبادلة، فمحتوى الإعلام له طبيعة ثقافية، والإعلام في الوقت نفسه أحد المكونات الأساسية للثقافة، وهما إفراز لواقع ثقافي معين، ومن الصعب فهم ما تقدمه وسائل الإعلام بمعزل عن العوامل الاجتماعية والثقافية، وبذلك يمكن اعتبار الإعلام والثقافة شيئاً واحداً، أو على الأقل وجهان لعملة واحدة، إذ إن الثقافة تؤثر وتتأثر بالوسيلة التي تنقلها، بحيث تضي على الوسيلة طابعها وفي الوقت ذاته تكتسب هي طابع الوسيلة التي تنقلها، ومن هنا تتضح أهمية التحليل الثقافي كأحد المداخل النظرية للدراسات الإعلامية.

ويشير التصميم إلى وضع هيكل للصحيفة المطبوعة باستخدام عناصر البناء المختلفة، في ضوء إدراك المخرج لمكونات التصميم وأسسها الفنية، بمعنى توزيع العناصر المتاحة على كل صفحة على أساس أن لها طابعاً فنياً وقيماً جمالية تحكمها، ويعد مصطلح الإخراج أشمل من مصطلح التصميم، إلا أن الأخير هو الأكثر شيوعاً بين الباحثين في الغرب. كما تعد الثقافة ميزاناً مركباً من عناصر اجتماعية وسلوكية، ينقلها الأفراد من مرحلة تاريخية إلى مرحلة تاريخية أخرى، ذلك بفضل تداخلها في سلوكهم، وقدرة عناصرها

على الانتقال من الماضي إلى الحاضر والمستقبل، فالثقافة تتكون من عدد كبير من السمات والعناصر الثقافية البسيطة والممتدة، وهي نتاج مباشر من العناصر الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والروحية والفكرية، تختزن داخلها عديداً من الفعاليات بعد تحدد وظائفها داخل البناء الاجتماعي.

وتعد الدراسات الثقافية نوعاً من الدراسات التي لا تهتم بدراسة النص ونقده فقط، بل تأخذ النص من حيث ما ينكشف خلاله من أنظمة ثقافية تتشكل داخل منظومة مؤسسية، وأيضاً من أجل فهم أمور لها علاقة مع النص، لا تخص بنيته اللغوية أو الأسلوبية فقط، إذ أصبح النص يستخدم لاستكشاف أنماط معينة من الأنظمة السردية والإشكاليات الأيديولوجية وأنساق التصوير والتمثيل.

وبما أن التحليل الثقافي يهدف إلى الكشف عن القوى والمصالح التي تسهم في إنتاج النص بشكل معين، بما يؤدي إلى تحقيق أهداف متعمدة تسعى إليها تلك القوى، فإن هذا المدخل يكشف أيضاً عن تأثير الواقع الثقافي على طرق ممارسة الصحفيين والمخرجين لمهنتهم داخل المجتمع، ونظراً لأن الدراسة الحالية تستهدف دراسة القوى المؤثرة على الشباب - وهم فئة متميزة من الجمهور تفرض عليهم طبيعة أعمارهم وظروفهم السفر والعمل خارج نطاق الدولة والمجتمع الذي تصدر فيه المجلة - فإن مدخل الأبعاد الثقافية مناسب لدراسة تأثير الأبعاد الثقافية لإخراج المجلات السياحية على إدراك هؤلاء الشباب من خلال اتجاهين: أولاً دراسة تأثير الواقع الثقافي للمجتمع الذي تصدر فيه المجلة على القيم والصور القومية للدولة لدى الشباب، وطرق اختياره البلاد التي يرغب في السفر إليها، والمصادر التي يعتمد عليها، ونوعية القضايا السياحية التي يركز عليها، والنظرة إلى المجتمعات الأخرى، فوسائل الإعلام ككل انعكاس للثقافة المحيطة بها، كما أن ما تقدمه المجلات السياحية يتأثر بالثقافة والموقع الجغرافي أو الدولة التي تصدر منها الصحيفة. ثانياً دراسة تأثير المنظومة الثقافية للمجتمع الذي تصدر داخله المجلة السياحية، واستكشاف تأثيره على إدراك الشباب المصري للأبعاد الثقافية لتلك المجتمعات التي تصدر عنها المجلات السياحية المختلفة، ونوعيتها وطبيعتها الأحداث التي تفرض نفسها في هذا المجتمع، وهو ما ستركز عليه الدراسة من خلال مدخل التحليل الثقافي، للوقوف على دور تلك المنظومة الثقافية التي يعمل في إطارها مخرجو المجلات السياحية في تشكيل ممارساتهم واتجاهاتهم وتصميمهم للمجلات عينة الدراسة.

ومن هذا المنطلق، تأتي الدراسة لتقدم رؤية عميقة للإخراج الصحفي عامة، بديلة لتصميم المجالات السياحية الدولية على وجه الخصوص، تستند إلى الأسس العلمية، وتحكم في الوقت نفسه للتطبيقات والتجارب العملية، لتعكس الحالة الراهنة لإخراج وتصميم المجالات السياحية، وتقترب أكثر من الاتجاهات والتيارات الإخراجية عالمياً.

### الدراسات السابقة:

تعرض الباحثة الدراسات السابقة مرتبة زمنياً من الأحدث إلى الأقدم في محورين رئيسيين على النحو الآتي:

المحور الأول: يتعلق بالدراسات التي تناولت الأبعاد الثقافية.

المحور الثاني: يتناول الدراسات التي تتعلق بتصميم وإخراج المجالات المتخصصة.

المحور الأول: دراسات تناولت الأبعاد الثقافية

1- دراسة Fernández, J. A. S., Martínez, J. M. G., & Martín, J. M. M.

(2022) بعنوان: "تحليل القدرة التنافسية لصناعة السياحة في سياق الانتعاش

الاقتصادي بعد جائحة كورونا"<sup>(1)</sup>.

سعت إلى دراسة عودة الأنشطة التجارية في صناعة السياحة إلى طبيعتها بشكل خاص في ظل جائحة كورونا، فالبلدان التي يعتمد اقتصادها بشكل كبير على السياحة ستواجه وضعاً مزعجاً لسنوات مقبلة، وستكون عودتها إلى الوضع الطبيعي مشروطة بالقدرة التنافسية لقطاعهم السياحي، وبدأت الدراسة بتحديد البلدان التي لم ينتشر فيها الوباء بشكل دقيق، والتي تمثل السياحة فيها حصة أكبر من الناتج المحلي الإجمالي، وبإجراء تحليل مقارنة للقدرة التنافسية لهذه البلدان مع تلك التي تتمتع بها البلدان الرائدة في العالم من أجل استنتاج أي منها سيواجه فترة التعافي في حالة أكثر هشاشة.

وتوصلت الدراسة إلى أنه من المستحسن العمل بشكل عاجل في عدة مجالات حتى تعود السياحة إلى وضعها الطبيعي مرة أخرى، وهي: تعزيز العناصر الثقافية والتراث التاريخي والفني، وحماية المناطق الطبيعية، وتوفير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والانفتاح الدولي للوجهة، وتوفير البنية التحتية للمواصلات والخدمات السياحية.

2- دراسة Zhu, J. J., & Airey, D. (2021) بعنوان "السياحة الصينية في الشتاء..

التواصل الثقافي والرؤى الأكاديمية"<sup>(2)</sup>.

سعت الدراسة إلى التعرف على الهجرة والسياحة إلى الصين في فصل الشتاء، وكيفية جذب السياح إلى الصين وعودة الصينيين المهاجرين إلى أوطانهم خاصة في الشتاء، وتم

تحديد ارتباط المكان (الشعور بالحنين إلى الماضي)، والعبارة للقوميات، والاتصال الثقافي، والهوية الذاتية، ومقاييس قوة الدولة القومية في الصين بالنسبة للصينيين في الخارج، باعتبارها عوامل تحدد الدافع "للعودة إلى الوطن".

طلبت الدراسة بإجراء مزيد من البحوث لإجراء تحليل شامل لأنواع سياحة المغتربين، وعودة الصينيين المهاجرين إلى الصين في الشتاء التي قد تحتاج إلى النظر فيها من أجل تلبية احتياجات السياح المغتربين بعمل خطة مستقبلية لجذب السياح إلى الصين وعودة الصينيين المهاجرين باعتبار سياحة الشتاء سوقاً متجانساً.

3-دراسة (2021) Al-Ansi, A., Lee, J. S., King, B., & Han, H. بعنوان:

"التاريخ المسروق.. قلق المجتمع من نهب التراث الثقافي وانعكاساته السياحية"<sup>(3)</sup>.

سعت الدراسة إلى عرض التحف التاريخية في المتاحف الثقافية، مدفوعة بسوق الفن العالمي المزدهر، ومع ذلك، تكمن وراء ظاهرة المعارض الضخمة في المدن السياحية الرائدة في جميع أنحاء العالم مشكلة التراث الثقافي المنهوب، واقترحت الدراسة إطاراً بحثياً يجمع بين المنهج المفاهيمي والتجريبي لاستكشاف مخاوف المجتمعات المحلية التي تم تجاهلها سابقاً تجاه تهريب ممتلكات التراث الثقافي، وبناء على ذلك، تم إجراء تطوير وتقييم النموذج الهيكلي باستخدام عملية تحليل مزدوجة.

وتوصلت الدراسة إلى وجود عدة عوامل تسهم بشكل كبير في نشر السياحة المستدامة منها: إدارة الحماية المباشرة، والثقة في الحكومة، والمشاركة المجتمعية، ودعم السياحة المستدامة، وأوصت الدراسة بتقديم رؤية نقدية حول التخفيف من هذه المعضلة العالمية للتنفيذ من قبل السلطات الدولية والحكومات والمنظمات غير الحكومية والعلماء.

4- دراسة (2021) Cuomo, M. T., Tortora, D., Foroudi, P., Giordano, G

"A., Festa, G., & Metallo, G التحول الرقمي والتصميم المشترك للتجربة السياحية: بيانات اجتماعية كبيرة لتخطيط السياحة الثقافية"<sup>(4)</sup>.

سعت إلى دراسة كيفية تطبيق "البيانات الاجتماعية الكبيرة" في التصميم المشترك للتجربة السياحية، مما يوفر قيمة متزايدة للزوار ونهجاً أفضل لصنع القرار للمديرين، من منطلق أن التحول الرقمي غير تماماً تفاعل الطلب/ العرض في صناعة السفر، كما أثار بشكل كبير على رحلة العميل، وفي هذا الاتجاه، أصبحت "البيانات الاجتماعية الكبيرة" والمحتوى الذي ينشئه المستخدمون مصادر رئيسية للمعرفة الثرية تدعم نهج القرار الذي يعتمد على البيانات، وعالجت إدارة العلاقات المعقدة.

توصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي والتصميم المشترك للتجربة السياحية وفّر قيمة متزايدة للزوار، ونهجاً أفضل لصنع القرار، وأن التحول الرقمي أثر بشكل كبير على رحلة العميل.

5- دراسة (Zou, Y., Meng, F., Bi, J., & Zhang, Q. (2021) "تقييم استدامة سياحة المهرجانات الثقافية: من منظور مكانة بيئية"<sup>(5)</sup>).

سعت الدراسة إلى تقديم إطار نظري حول المهرجانات الثقافية والهويات الثقافية التي تؤدي لمزيد من المشاعر الوطنية، فلطالما شكل تقييم استدامة المهرجانات الثقافية تحديات لمنظمي المهرجانات والحضور، بناءً على نظرية المكانة البيئية، بما في ذلك البيئة والموارد والمتطلبات والمنافذ الزمانية المكانية لإنشاء نظام تقييم لتحليل استدامة سياحة المهرجانات الثقافية، باستخدام عملية التسلسل الهرمي التحليلي، وعمل تقييم استدامة مهرجان المصاييح في 34 منطقة في الصين بشكل تجريبي.

وأشارت النتائج إلى أن المكانة البيئية لها تأثير كبير على استدامة سياحة المهرجانات الثقافية، وأن دعم الحكومة المحلية يؤدي دوراً رئيسياً في تطوير المهرجانات المستدامة.

6- دراسة (Wondirad, A., Kebete, Y., & Li, Y. (2021) "سياحة الطهي كمحرك للتنمية الاقتصادية الإقليمية والإنعاش الاجتماعي والثقافي: شواهد من ولاية أمهرة الوطنية الإقليمية- إثيوبيا"<sup>(6)</sup>).

أصبحت سياحة الطهي مؤثرة بشكل متزايد في تشكيل عملية صنع القرار للزوار وتجربة العطلات، إضافة إلى توفير فوائد اجتماعية وثقافية واقتصادية كبيرة، لذلك سعت الدراسة إلى رصد إسهامات سياحة الطهي في التنمية الاجتماعية والاقتصادية والتنشيط الثقافي للوجهات السياحية، باستخدام نظرية سلسلة القيمة في بورتو، واستخدمت الدراسة منهج البحث النوعي مع تصميم استكشافي وتجميع البيانات من 71 مبحوثاً اختيروا بطريقة عمدية.

كشفت نتائج الدراسة أن التخطيط السليم، وتطوير سياحة الطهي وإدارتها يعزز التنمية الاقتصادية والتنشيط الاجتماعي والثقافي للوجهات من خلال تعزيز الروابط بين القطاعات وتمكين المجتمعات المحلية.

كما توصلت الدراسة إلى أن وجود منتجات زراعية متنوعة، إلى جانب تراث تذوق الطعام، وتوفير منتجات الطهي الأصلية أيضاً أدى إلى إظهار الثقافة المحلية، وقدمت

الدراسة إسهامات نظرية جوهرية وآثاراً عملية حول الأدوار المتعددة الأوجه لسياحة الطهي في الوجهات المعتمدة على الزراعة.

7- دراسة (Walters, G., Huck, L., Robinson, R. N., & Stettler, J. (2021) "الضيافة التجارية في السياحة: مقارنة عالمية وثقافية"<sup>(7)</sup>).

هدفت الدراسة إلى استكشاف ما إذا كانت الأهمية التي يوليها السائحون لجوانب مختلفة من "الضيافة" تختلف وفقاً لثقافتهم، وذلك باستخدام البلد/ المنطقة الأصلية كبديل، بإجراء دراسة استقصائية متعددة الجنسيات عبر وجهات متعددة في منطقة آسيا والمحيط الهادئ وأوروبا، وأظهرت النتائج الأهمية التي يوليها 2248 سائحاً لـ 12 جانباً من جوانب الضيافة.

كما أشارت النتائج إلى أن جنسية السائح تؤثر على الأهمية التي يعلقونها على جميع جوانب تجربة الضيافة، وأسهمت الدراسة نظرياً من خلال تعزيز فهم كيفية تقييم الثقافات المختلفة لأهمية الجوانب المتعددة للضيافة التجارية، ومن الناحية العملية، فالدراسة واحدة من الدراسات التي اهتمت بصناعة الضيافة، التي تعمل على توحيد تفاعلات المضيف بدلاً من تخصيصها.

8- مايكل مينكوف، وأنيلي كاسا (2020) "اختبار نموذج هوفستد للثقافة باتباع نهج الخاص"<sup>(8)</sup>.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن الدراسات الحديثة التي تتناول قضايا خطيرة بالاعتماد على نموذج هوفستد الشعبي للثقافة، وخاصةً أبعاده المتعلقة بتجنب عدم اليقين والذكورة والأنوثة، ولكن تلك الدراسات لم تركز على القضايا المتعلقة بالعمل كما هو الحال في بحث هوفستد، واتبعت الدراسة نهج هوفستد في أبعاده عن كذب أكثر من أي دراسة أخرى من قبل، واستخدمت بيانات من برنامج المسح الاجتماعي الدولي الممثل على المستوى الوطني (أكثر من 50000 مشارك من 47 دولة)، وقياس أهداف العمل والإجهاد المرتبط بالعمل بطريقة مماثلة لتلك الخاصة بهوفستد.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أنها دعت إلى تجنب المزيد من الالتباس، ونصح الباحثين والاستشاريين والمديرين بإعادة النظر في استخدام نموذج هوفستد القائم على تجنب اليقين والذكورة والأنوثة، والتركيز على الأبعاد الصالحة في نموذج Minkov-Hofstede المنقح، وأوصت الدراسة الحكومات الوطنية بإطلاق دراسات واسعة النطاق لثقافتهم الوطنية، بناءً على نموذج هوفستد، وأن يكون الهدف من هذه



الدراسات إشراك الثقافة في تصميم سياسات التنمية الاجتماعية والاقتصادية، وأن تقوم الدراسات من هذا النوع على نماذج سليمة تجريبياً، وإلا فقد تؤدي إلى صياغة سياسات معيبة.

9- دراسة (Wei, C., Dai, S., Xu, H., & Wang, H. (2020) "النظرة الثقافية للعالم والخبرة الثقافية في مواقع السياحة الطبيعية"<sup>(9)</sup>.

سعت الدراسة إلى استكشاف مقاييس النظرة الثقافية للعالم والتجربة الثقافية في السياحة الثقافية في الصين، والبحث في كل من السياحة الثقافية والطبيعة وعلم النفس الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى تحديد مقاييس النظرة الثقافية للعالم والتجربة الثقافية في السياحة الثقافية في السياق الصيني من خلال كل من السياحة الثقافية والطبيعة وعلم النفس الاجتماعي، كما أن الروابط الثقافية والحماية الثقافية والثقافة الصينية التقليدية للطبيعة في الأسلحة الكيميائية أثرت بشكل إيجابي على معظم أبعاد التعليم المستمر (تعليم الحفظ والمعرفة العلمية وتقدير الأشخاص والثقافة العالية) أثرت في الثقافة السياحية.

10- دراسة (Lee, C. K., Ahmad, M. S., Petrick, J. F., Park, Y. (2020) "أدوار النظرة الثقافية للعالم والأصالة في عملية صنع القرار للسائحين في وجهة سياحية تراثية باستخدام نموذج للسلوك الموجه نحو الهدف"<sup>(10)</sup>.

على الرغم من أن النظرة الثقافية للعالم والأصالة قد تم اقتراحهما كمفاهيم مهمة، إلا أنه تم إجراء القليل من الأبحاث لاستكشاف أدوارهم في عملية صنع القرار لزيارة الوجهات التراثية، لذا سعت هذه الدراسة إلى تعرف إذا كانت النظرة الثقافية للعالم والأصالة تؤدي دوراً مهماً في فهم عملية صنع القرار، بإجراء مسح في الموقع للسياح (ن = 323) الذين زاروا قرية هانكوك (منزل كوري تقليدي سياحي).

وكشفت النتائج أن كلاً من النظرة الثقافية للعالم والأصالة يؤثران على عملية صنع القرار لدى السياح، باستخدام الأصالة التي لها تأثير أكبر على العملية من النظرة الثقافية للعالم، كما كشفت النتائج أيضاً أن كلاً من النظرة الثقافية للعالم والأصالة يرتبطان بشكل غير مباشر بالرغبة والنية السلوكية، وعُثر على الرغبة أيضاً في أداء دور وسيط مهم بين أسلاف النظرة الثقافية والنية السلوكية.

## 11- دراسة (Soldatenko, D., &amp; Backer, E. (2019) "تحليل محتوى الدراسات

التحفيزية عبر الثقافات في السياحة المتعلقة بالجنسيات"<sup>(11)</sup>.

زادت أهمية الأسواق الخارجية للبلد المضيف من اهتمام العلماء بفهم العوامل المحفزة، والدافع هو محدد أساسي لسلوك السائح، وله دور أساسي في السياحة، ويعد الوعي بالاختلافات التحفيزية بين السياح من الأسواق المولدة الرئيسية شرطاً أساسياً لبرامج تسويق الوجهة الفعالة والناجحة، ومع ذلك، فإن مقارنات الدوافع عبر الثقافات للسياح من خلفيات ثقافية مختلفة قد حظيت باهتمام بحثي قليل نسبياً، إضافة إلى ذلك، لم يجرى تحليل للمحتوى حول هذا الموضوع، لذلك كان هدفت الدراسة إلى فحص وتجميع الدراسات السابقة حول مقارنة الدوافع السياحية عبر الثقافات، وكشفت النتائج عن الثغرات في الأدبيات وبيان اتجاهات البحث المستقبلية، بإجراء مراجعة لـ 71 مطبوعة تغطي فترة 30 عاماً، من 1988 إلى 2017، وركزت الدراسة على كل من مجالات الموضوع وطرق البحث المستخدمة.

حددت نتائج تحليل المحتوى نمواً حديثاً في دراسات المقارنة بين الثقافات، وكشف التحليل أيضاً عن زيادة في التحليل الأكثر تقدماً بما في ذلك متغيرات متعددة، مثل الدوافع والرضا وتجزئة الزوار وسلوكيات النية وسلوك البحث عن المعلومات، وأشار تحليل الجنسيات مقارنة بالدراسات التي تمت مراجعتها إلى تحول الاهتمام البحثي نحو الدول الآسيوية، كما أكدت الدراسة أن التصميم الكمي أكثر شيوعاً لدراسات التحفيز عبر الثقافات.

## 12- سونغشان هوانجا، جون كروتسب (2019) "العلاقات بين الأبعاد الثقافية

لهوفستد ورضا السائحين: تحليل شامل عبر البلاد"<sup>(12)</sup>.

سعت الدراسة إلى الكشف عن مدي تأثير الثقافة على السلوك السياحي، ولكن نظراً لصعوبة قياس القيم الثقافية مباشرة على المستوى الفردي، فإن العلاقة بين الثقافة الوطنية ورضا السائح لم يتم إثباتها بعد من الناحية التجريبية، واستخدمت الدراسة عينتين من السائحين الوافدين على المستوى الوطني، أي عينة مسح السائحين الدوليين لعام 2017 الخاصة بمسح السائح الدولي في أستراليا، وعينة مشروع مؤشر الرضا السياحي في هونغ كونغ لعام 2016؛ لاختبار العلاقات بين الأبعاد الثقافية الستة لهوفستد (مسافة القوة، والفرديّة/ الجماعية، والذكورة/ الأنوثة، وتجنب عدم اليقين،

والتوجه طويل المدى/ التوجيه المعياري قصير المدى، والانغماس/ ضبط النفس) ورضا السائح.

وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها: أن الدراسة أظهرت الارتباط ثنائي المتغير مع اختبارات التمهيد، وأن هذه الارتباطات متسقة بين أربعة من الأبعاد الثقافية الستة ورضا الزائر عبر العينتين، في حين وجد أن الفردية والانغماس مرتبطان ارتباطاً إيجابياً برضا السائح، كما أن مسافة القوة والتوجه طويل المدى يرتبطان سلباً برضا السائح، وقد تم التحقق من صحة النتائج باختبار إضافي يتضمن مفهوم المسافة الثقافية، وقد أسهمت هذه الدراسة في الأدبيات من خلال تقديم أدلة قوية على العلاقة بين الثقافة ورضا السائح ضمن إطار مبادئ التحيز الإنساني والقيم الثقافية الوطنية ورضا الزائرين عبر عينتين من الزوار الدوليين، وبشكل جماعي، فسرت هذه المقاييس للثقافة الوطنية ما بين 8% إلى 10% من الفروق الإجمالية لرضا الزائر الإجمالي.

**المحور الثاني: دراسات تتعلق بتصميم وإخراج المجلات المتخصصة**

13- دراسة شيماء أحمد عادل عبد العليم (2019) بعنوان: "إخراج الصحف الاقتصادية المصرية وعلاقته بتفضيلات القراء"<sup>(13)</sup>.

هدفت الدراسة إلى قياس جذب انتباه القارئ إلى الصحيفة كخطوة أولى لعملية القراءة، يرتبط بها اهتمام القارئ بالصحيفة أو إهماله لها، ويظهر هنا بجلاء دور شكل الصحيفة، وما يحققه من وظائف تنتهي إلى جذب القارئ لهذه الصحيفة، وضمان الفوز في عملية المنافسة خاصة بين الصحف ذات المضمون الواحد، حيث إن المنافسة في البناء الشكلي والإخراجي هو الضمان العملي لتفوق صحيفة على أخرى توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أنه بعد الاطلاع على عديد من الدراسات التي تنتمي إلى مجال بحوث الإخراج الصحفي، وجدت الباحثة ندرة في الدراسات الإخراجية التي أجريت على الصحف الاقتصادية المصرية، ووجود غياب شبه تام للدراسات التي أجريت على العناصر الإخراجية بالصحف الاقتصادية وتأثيرها على تفضيلات القراء لها.

14- دراسة رحاب هانى محمد (2017) "الإخراج الفني والرسوم التوضيحية وأثرهما في نجاح المجلة النسائية في مصر مجلتا حواء ونصف الدنيا: دراسة تحليلية"<sup>(14)</sup>.

هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على نشأة المجلات النسائية المصرية، ودراسة نماذج فنية من المجلات النسائية منذ صدور المجلة النسائية الأولى حتى صدور مجلة حواء، إلى

جانب دراسة الإخراج الفني للغلاف والصفحات الداخلية وتطورها عبر السنوات، وصدور مجلتي حواء ونصف الدنيا، واعتمدت الدراسة على استخدام المنهج التاريخي التحليلي.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: كان لمصر السابق في إصدار أول مجلة نسائية باللغة العربية، ثم توالى إصدار المجلات النسائية حتى بلغت حوالي 47 إصداراً، وتطور الإخراج الفني الصحفي والرسوم التوضيحية في المجلات النسائية، ثم بالتدرج وفيما يشبه البناء الهرمي، شاركت كل مجلة من المجلات النسائية التي صدرت في مصر خلال 125 عاماً، الذي اكتمل بإصدار مجلتي حواء ونصف الدنيا من حيث جودة المحتوى الصحفي والمستوى الإخراجي المتميز والرسوم الصحفية عالية الجودة، وصدرت مجلة حواء في عام 1955 بعد ثورة 1952 عن دار الهلال لتكون صوت المرأة الذي يعبر عن طموحاتها وقضاياها في إصدار أنيق ذي محتوى صحفي وفني راقٍ.

15- دراسة آلاء محمد ممدوح جبر (2014) "العناصر التيبوغرافية في المجلات العامة المصرية والأمريكية وأثرها في تفضيلات الصفوة المصرية"<sup>(15)</sup>.

يعد الإخراج الصحفي أمل المجلة في التميز عن غيرها من المجلات، حيث إن الشكل يضاف أبصار القراء قبل المضمون، كما أن الإخراج الصحفي لا بد أن يؤدي غرضاً وظيفياً بجانب الشكل الجمالي، وتكمن أهمية الدراسة في مقارنة مجلة مصرية بمجلة أمريكية، خاصة أن المجلات الأمريكية على وجه التحديد توجه عناية فائقة نحو مظهرها وتستعين بأخصائيين في فن التصميم الصحفي، وذلك للوقوف على الاتجاهات الحديثة في إخراج المجلات الأمريكية، وتوصلت الدراسة التحليلية الميدانية إلى تفوق مجلة النيوزويك الأمريكية على مجلة أكتوبر المصرية في التصميم والمعالجات التيبوغرافية، وأوصت الدراسة بإجراء مزيد من الدراسات حول تفضيلات القراء، وأن تحذو المجلة المصرية حذو المجلة الأمريكية، كما أوصت بضرورة دراسة الصحف الأجنبية، سواء من الناحية التحريرية أو الإخراجية، لتأخذ منها ما يدفع إعلامنا العربي إلى الأمام.

16- دراسة أحمد عادل عبد الفتاح محمد، وأحمد البهي السيد، ومحمد عبد الفتاح عوض (2010) "المعالجات الإخراجية للصور الصحفية بالمجلات المصرية دراسة تحليلية لمجلتي روز اليوسف - نصف الدنيا"<sup>(16)</sup>.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم المعالجات الإخراجية للصور الصحفية المقدمة بالمجلات المصرية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بشقه التحليلي، واستخدم

الباحث أداة تحليل المضمون لجمع البيانات من المجلات عينة الدراسة (مجلة روز اليوسف، ومجلة نصف الدنيا)، حيث تمثل الأولى المجلات العامة، والأخرى المجلات المتخصصة، بواقع 26 عدداً لكل مجلة، بإجمالي (52) عدداً في الفترة من 2009/7/1 حتى 2009/12/31.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: استخدام أساليب متنوعة لإخراج صفحة الغلاف في المجلات عينة الدراسة، منها أسلوب الملصق والتداخل الجزئي والكلي، واستخدام الأرضية الموحدة والغلاف المبني على الرسم، كما أن الصور الطاغية على الهوامش تعد من أكثر المعالجات الإخراجية للصور المستخدمة بأغلفة المجلات عينة الدراسة، وتتنوع مصادر المجلات في الحصول على الصورة ما بين مصدر داخلي وخارجي، ووجود تقسيمات عديدة للصور الصحفية التي تنشر في المجلات، منها ما هو متعلق بالشكل الفني، ومنها ما يتعلق بالمضمون، وأخرى تتعلق بالمادة المجاورة لها، ومنها ما يرتبط بالخصائص الطباعية للصورة، ومنها ما يتعلق بالهدف من نشر الصورة، واحتلت الصورة الصحفية أماكن بارزة على صفحات المجلات موضع الدراسة وخاصة صفحة الغلاف، واتخذت الصور الصحفية أشكالاً متنوعة على صفحات المجلات فكانت هناك صور تقليدية وأخرى غير مألوقة، كما غلب الشكل الهندسي التقليدي على الصور في مجلات الدراسة، وكثير استخدام الصور ذات الأشكال غير المنتظمة خاصة الصور ذات الخلفية المفرغة - الديكورية - باعتبارها من الأشكال التي تجذب القراء، بينما وجد إهمال للأشكال الأخرى كالبيضاوي والدائري... وغيرها، ومن المعالجات الإخراجية للصور في مجلات الدراسة قلّة مساحة الصور المستخدمة في المجلات، وهو ما يتناقض مع الاتجاهات الوظيفية الحديثة في الإخراج، ومن الممارسات الإخراجية المعاصرة للصور استخدام إطارات بشكل كبير حول الصور، وندرة استخدام الصور الخطية والتركيز على بعض أنواع الرسوم الساخرة وإغفال الأنواع الأخرى.

17- دراسة صقر جرادات إدريس محمد (2008) "دور المجلات التراثية في التأثير في الرأي العام في إطار تجربة مجلة السنابل في الخليل"<sup>(17)</sup>.

سعت الدراسة لبيان دور المجلات التراثية المتخصصة في الرأي العام في إطار تجربة مجلة السنابل تجاه الأطفال والفئات المستهدفة من المجتمع، من خلال كشف الجوانب التي تخدم الأغراض الاجتماعية والسياسة العامة للمجلة، ودراسة تقييمية لمسيرة المجلة في ظل الظروف الصعبة التي يمر بها الشعب الفلسطيني من انتفاضة وانقطاع الرواتب

والحصار والجدار الفاصل، والتعرف على واقع تأثير مجلة السنابل التراثية كنموذج للمبادرات الذاتية، والتوصل إلى مجموعة من الإجراءات التي من شأنها تفعيل العلاقة بين مجلة السنابل والمجتمع المحلي.

وحاولت الدراسة الإجابة عن الأسئلة الآتية: هل عملية إخراج المجلة بشكلها الحالي مناسب؟ وما مدى تغطية المجلة لجوانب التراث الشعبي؟ وما وجهة نظر القراء في مسيرة مجلة السنابل؟ وما دور المجلة في التأثير على الرأي العام في إطار تجربة مجلة السنابل تجاه الأطفال؟

### التعليق على الدراسات السابقة:

#### - بالنسبة للمحور الأول:

ركّزت معظم الأبحاث والدراسات السابقة المتعلقة بنظرية "هوفستد" على كل من أمريكا وأوروبا وقارنتهما مع دول الشرق، مثل اليابان والصين وكوريا، وتناولت معظم هذه الأبحاث والدراسات الجانب الكمي للنظرية، واستخدمته فقط على الإحصاء الوصفي والاستنتاجي، وتركت التصميم الثقافى شبه التجريبي، وهو ما تحاول الدراسة الحالية التركيز عليه من خلال الجزء الكمي شبه التجريبي، والدراسات التي أجراها "هوفستد" لم تركز على ماليزيا، وعلى الرغم من النطاق الضخم، أهملت التطورات التي حدثت على جميع المستويات، لا سيما في السياحة والأعمال، وتأثير الأبعاد والسياق والتقاطعات الثقافية على تصميم وإنتاج الصحف والمجلات، وكذلك القيم والصورة الوطنية التي تنقلها إلى دار النشر.

- بالنسبة للمحور الثاني: الدراسات السابقة في الإخراج والتصميم عمقت جوانب التصور البحثي وإضافة أبعاد أخرى للدراسة، إلى جانب إفادتها في معرفة أهم المراجع العربية والأجنبية التي يمكن الاستعانة بها في الدراسة الحالية، مما أسهم بشكل فعال في بلورة مشكلة الدراسة بما يتناسب مع منهجية الدراسة شبه التجريبية.

#### مشكلة الدراسة:

يعد الإخراج الصحفي وتصميم الصحف عملية فنية لها طابع جمالي خاص، تحمل في طياتها بعدا وظيفيا مهما، يختص بتحويل المادة المكتوبة إلى مادة مطبوعة قابلة للقراءة، وللأبعاد الثقافية بالمجتمع دور رئيسي في عملية إخراج وتصميم الصحف والمجلات التي تعمل على جذب انتباه القارئ إلى المحتوى المقدم، وخاصة المجلات السياحية باعتبار أن المجلات السياحية في الأساس منتج بصري يعتمد المخرج الصحفي في تصميمه على

أبعاد المجتمع وقيمه وثقافته لكي يعكس حضارته وتاريخه وثقافته، معتمداً على عنصر الجذب حتى يستطيع أن يوصل الرسالة للقارئ، ولن يتحقق ذلك إلا من خلال البناء الشكلي الجيد، ويتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة أنها لم تتناول السياقات والتقاطعات والتباينات الثقافية لتصميم المجالات السياحية، كما أنها لم تتناول تصميم المجالات السياحية بالمعنى الدقيق والشامل لكلمة إخراج، علاوةً على ما سبق، فقد تبين أن المجالات السياحية المايلزية لم تفد من تطبيق نظريات الأبعاد الثقافية في أساليب تصميمها، ومن ثم فإن مشكلة الدراسة تتطرق مما انتهى إليه التراث العلمي، فقد اتفقت كثير من البحوث الأجنبية على أبعاد "هوفستيد" الثقافية بوصفها مرجعية في الدراسات الثقافية؛ مما جعلنا نطبقها على التصميم والإخراج كونه مرآة تعكس الواقع الثقافي، لذا تتحدد مشكلة الدراسة في مدى تأثير الأبعاد الثقافية بالمجتمع على إخراج مجلاته السياحية بالتطبيق على النموذج المايلزي، بوصفها دولة نهضت اقتصاديا وسياحيا معتمدة على ثقافتها المجتمعية، وهذا بدوره قد يساعدنا على تطبيق نجاح ذلك النموذج المايلزي على النموذج المصري.

### أهمية الدراسة:

- يوجد عدد من العوامل جعلت من الدراسة مشكلة بحثية ذات أهمية، تتمثل في:
- 1- تأتي أهمية القضية البحثية في تناول إخراج مجلة سياحية دولية مالايلزية، ومحاولة فهم تأثير الأبعاد الثقافية على إخراجها.
  - 2- تعد من الدراسات الثقافية التي لا تهتم بدراسة النص ونقده فقط، بل تأخذ النص من حيث ما ينكشف خلاله من أنظمة ثقافية تتشكل داخل منظومة مؤسسية، وأيضاً من أجل فهم أمور لها علاقة بالربط بين الشكل والأبعاد الثقافية.
  - 3- تعد استجابة للتحويلات المعرفية المعاصرة التي تتجه إلى الاهتمام بمجال البحوث التجريبية، فلا تزال الدراسات العربية بعيدة عن دراسة الأثر الذي تحدثه السياقات والتقاطعات الثقافية بالمجتمع في البناء الإخراجي والتصميمي للصحف والمجلات، وذلك ما تحاول الدراسة اختباره من الناحية الإخراجية.
  - 4- تعد من الدراسات البنينة التي تربط الإعلام بكل من الأنثروبولوجيا وثقافة المجتمع.
  - 5- يمكن للدراسة الحالية استنتاج ثقافة المجتمع من خلال التصميم.

## أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي، هو: "قياس أثر المتغيرات الخاصة بالأبعاد والسياقات الثقافية على تصميم وإخراج المجلة السياحية الماليزية"، وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية، هي:

1- قياس قيمة الفردية مقابل الجماعية التي تعكسها المجلة السياحية الماليزية وأثرها على ترابط المجتمع ونزوعه إلى الفردية أو جنوحه نحو الجماعية لدى عينة الدراسة.

2- قياس قيمة الذكورة مقابل الأنوثة التي تعكسها المجلة السياحية الماليزية وأثرها على انخفاض التوجه الأنثوي وطفيان التوجه الذكوري لدى عينة الدراسة.

3- قياس قيمة مسافة السلطة التي تعكسها المجلة السياحية الماليزية وأثرها على تقبل عينة الدراسة للأنظمة الوراثية أو الجمهورية.

4- قياس قيمة تجنب الحيرة المرتفعة التي تعكسها المجلة السياحية الماليزية وأثرها على التمسك بالأفكار التقليدية ورفض الجديد والخوف من المستقبل والأمان لدى عينة الدراسة.

5- قياس قيمة تجنب الحيرة المنخفضة التي تعكسها المجلة السياحية الماليزية وأثرها على التجديد والابتكار والأمل في المستقبل ورفض التقاليد لدى عينة الدراسة.

6- قياس قيمة الثبات/ التغير التي تعكسها المجلة السياحية الماليزية وأثرها على التوجه طويل الأمد مقابل التوجه قصير الأمد لدى عينة الدراسة.

7- قياس قيمة خدش الحياء التي تعكسها المجلة السياحية الماليزية وأثرها على الاتجاه نحو الانغماس مقابل الكبح لدى عينة الدراسة.

## تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن تساؤل رئيسي هو: "ما أثر المتغيرات الخاصة بالأبعاد والسياقات الثقافية على تصميم وإخراج المجلة السياحية الماليزية، وينبثق من هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية، هي:

1- ما قيمة الفردية مقابل الجماعية التي تعكسها المجلة السياحية الماليزية، وأثرها على ترابط المجتمع ونزوعه إلى الفردية أو جنوحه نحو الجماعية لدى عينة الدراسة؟



- 2- ما قيمة الذكورة مقابل الأنوثة التي تعكسها المجلة السياحية الماليزية، وأثرها على انخفاض التوجه الأنثوي وطغيان التوجه الذكوري لدى عينة الدراسة؟
- 3- ما قيمة مسافة السلطة التي تعكسها المجلة السياحية الماليزية، وأثرها على تقبل عينة الدراسة للأنظمة الوراثية أو الجمهورية؟
- 4- ما قيمة تجنب الحيرة المرتفعة التي تعكسها المجلة السياحية الماليزية، وأثرها على التمسك بالأفكار التقليدية ورفض الجديد والخوف من المستقبل والأمان لدى عينة الدراسة؟
- 5- ما قيمة تجنب الحيرة المنخفضة التي تعكسها المجلة السياحية الماليزية، وأثرها على التجديد والابتكار، والأمل في المستقبل، ورفض التقاليد لدى عينة الدراسة؟
- 6- ما قيمة الثبات/ التغيير التي تعكسها المجلة السياحية الماليزية، وأثرها على التوجه طويل الأمد مقابل التوجه قصير الأمد لدى عينة الدراسة؟
- 7- ما قيمة خدش الحياء التي تعكسها المجلة السياحية الماليزية، وأثرها على الاتجاه نحو الانغماس مقابل الكبح لدى عينة الدراسة؟

### المدخل النظرية للدراسة:

(نظرية الأبعاد الثقافية لهوفستيد Hofstede's Cultural Dimensions)

صاحب النظرية هو البروفيسور الهولندي "جيرت هوفستيد"، عالم أنثروبولوجيا وعلم نفس اجتماعي، قدّم إضافة ثمينة في "مناهج التحليل"<sup>(18)</sup>، وتطوير "أدوات التأثير" القياسية المتعددة الأبعاد في المجموعات البشرية.

درس " هوفستيد" آثار تفاعل القوى المختلفة التي تشكل ثقافات الشعوب والأمم وتفسر تباينها في قبول الظواهر المختلفة ورفضها<sup>(19)</sup>، فخرج بنظرية (الأبعاد الثقافية للتجمعات البشرية)، كإطار تقييم منهجي للفروق بين الأمم والثقافات<sup>(20)</sup>.

تصف نظرية جيرت هوفستيد للأبعاد الثقافية Cultural Dimensions Theory آثار ثقافة مجتمع ما على قيم أعضائه ومدى ارتباط هذه القيم بالسلوك، وذلك باستخدام بنية مستمدة من تحليل العوامل، وجرى استخدام هذه النظرية على نطاق واسع في عديد من المجالات كنموذج للبحث، لا سيما في علم النفس بين الثقافات والإدارة الدولية والتواصل بين الثقافات<sup>(21)</sup>. وطوّرت "هوفستيد" نموذجها الأصلي نتيجة لاستخدام تحليل العوامل لفحص نتائج مسح على مستوى عالمي حول قيم الموظفين من قبل شركة آي بي إم (IBM) في الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي، وكانت النظرية إحدى

أولى النظريات التي يمكن تقييمها كميًا، ويمكن استخدامها لتفسير الفوارق الملحوظة بين الثقافات<sup>(22)</sup>. وقد جاءت الأبعاد الثقافية لـ"هوفستد"، كما يلي:

• **تَقْبَلُ السُّلْطَةَ**<sup>(23)</sup> **Power Distance**؛

يشير مستوى السلطة لأي مدى يتقبل الأعضاء الأقل سلطة أو نفوذًا في مؤسسة أو منظمة السلطة أو النفوذ الموزع بشكل غير متكافئ بين الأفراد، ففي 20 بلدًا توجد طاعة عمياء للأوامر الصادرة من السلطة العليا، ومن ثمَّ لديها مستوى نفوذ عالي، وفي كثير من المجتمعات يميل العاملون في المستويات الوظيفية الأقل إلى اتباع الأوامر باعتبارها مسألة إجرائية، أما في المجتمعات ذات مستوى النفوذ العالي<sup>(24)</sup> فتوجد طاعة صارمة حتى في المستويات العليا، ومن أمثلة ذلك المكسيك والهند وكوريا الجنوبية.

• **تجنب عدم اليقين**<sup>(25)</sup> **Uncertainty Avoidance**؛

يشير إلى أي مدى يشعر الأفراد بأنهم مهددون بأوضاع غامضة وحالات ومعتقدات مختلفة يحاولون تجنبها، فهناك (23)<sup>(26)</sup> دولة في العالم يسكنها أفراد لا يميلون إلى الغموض؛ لذلك تميل إلى توفير الأمن وإيمان قوي بخبراتهم ومعرفتهم، مثل (ألمانيا وإسبانيا واليابان)، أما الثقافات ذات تجنب الغموض أو عدم التأكد المنخفض، فإن أفرادها يميلون بشكل كبير لتقبل المخاطرة المرتبطة بعدم المعرفة والمجهول، ويجب أن تستمر الحياة على الرغم من ذلك، مثل (الدنمارك وبريطانيا)<sup>(27)</sup>.

• **الفردية مقابل الجماعية**<sup>(28)</sup> **Individualism**؛

الفردية: هي ميل الأفراد للاهتمام بأنفسهم وأسرهم فقط، وقاس "هوفستيد" أثر هذا الاختلاف الثقافي على التواصل بين الطرفين، بأن تكون النزعة الفردية في نهاية أحد الأطراف والنزعة الجماعية في الطرف الآخر<sup>(29)</sup>، أما الجماعة فإنها (ميل الأفراد لأن يكونوا ضمن مجموعات أو جماعات ورعاية بعضهم بعضاً من أجل تحقيق الولاء).

• **الذكورة مقابل الأنوثة**<sup>(30)</sup> **Masculinity**؛

يعرف "هوفستيد" الذكورية بأنها (الحالة التي تكون القيم المهيمنة هي النجاح والمال والمقتنيات)، وخلافًا لبعض الأفكار الطارئة والدلالات، فقد عرف "هوفستيد" الأنوثة بأنها (الحالة التي تكون فيها القيم السائدة المجتمعية والاهتمام بالآخرين ونوعية الحياة).

## • الانغماس والكبح Indulgence versus Restraint :

بناء على البحوث المرتبطة بالسعادة النسبية حول الحاجات والرغبات ضمن معظم معايير أبعاد الحرية، فالمجتمعات المتسامحة تشجع على إشباع الحاجات الإنسانية، بينما ثقافات الإكراه تنظم وتتحكم بالسلوك بناء على تقاليد ضمن المجتمع، فالبلدان التي تظهر دلائل على التسامح العالي تشمل الولايات المتحدة وأستراليا والمملكة المتحدة، وتميل هذه لأن تعيش اللحظة، وهي تشارك في كثير من الأنشطة، وقادرة بحرية على إرضاء رغباتها الإنسانية الأساسية، فالأفراد في هذه المجتمعات يعبرون بحرية عن ساعاتهم، ويظهرون أنفسهم كأفراد قادرين على التحكم برغباتهم، أما البلدان التي تظهر دلائل على الإكراه (بعد هوفستيد للإكراه) تشمل رومانيا والصين، في هذه البلدان الأفراد يشاركون في أنشطة أقل، ويعبرون عن ساعاتهم بمستوى أقل، ويعتقدون أن رغباتهم الخاصة ليست خاضعة لسيطرتهم.

## • التوجه طويل/ قصير الأمد LONG ORIENTATION SHORT TERM :ORIENTATION

يجب على كل مجتمع الحفاظ على بعض الروابط مع ماضيه أثناء التعامل مع تحديات الحاضر والمستقبل، وتعطي المجتمعات الأولوية لهذين الهدفين الوجوديين بشكل مختلف، حيث إن المجتمعات التي تحصل على درجات منخفضة في هذا البعد، على سبيل المثال، تفضل الحفاظ على التقاليد والأعراف العريقة، بينما تنظر إلى التغيير المجتمعي بعين الريبة، من ناحية أخرى، فإن أولئك الذين لديهم ثقافة تسجل درجات عالية يتخذون نهجاً أكثر واقعية، فهم يشجعون التوفير والجهود في التعليم الحديث كوسيلة للاستعداد للمستقبل، كما أنه في سياق إدارة الأعمال، يشار إلى هذا البعد على أنه معياري (قصير الأجل) مقابل (طويل الأجل)<sup>(31)</sup>.

## • توظيف نظرية "هوفستيد" بالدراسة:

يعد موضوع وصف الأبعاد للثقافة لـ"هوفستيد" مفيداً جداً للمساعدة على شرح الفروق بين مختلف البلدان، وقد ركزت بحوث "هوفستيد" على إظهار كيف يمكن وصف الدول من حيث ستة أبعاد، وساعدت نظرية "هوفستيد" الباحثة في توضيح تعقد عملية تأثير إدراك الثقافة على السلوك، ومن خلال تطبيق هذه الأبعاد على تصميم المجلة السياحية الماليزية عينة الدراسة، أمكن استنتاج ثقافة وقيم المجتمع الخاص بدولة ماليزيا التي تصدر عنها المجلة السياحية، إلى جانب استنتاج الصورة القومية التي تعكسها تلك

الأبعاد، وقد وجدت الباحثة من خلال استعراض الدراسات السابقة أنه قد يكون البلد ذا تقبل عالٍ للسلطة ويظهر فيه أن الفردية منخفضة، وقد يكون العكس، وقد وجد "هوفستيد" أنه عندما يكون عدم اليقين منخفضاً فقد يتوقف معه الذكورية العالية، وعلى الرغم من وجود عدد من الأفراد على استعداد للعيش مع اليقين، فإنهم يرغبون كذلك في المال والسلطة وتوافق القيمة المنخفضة وجودة العمل والاهتمام بالآخرين، ببساطة الأدلة التجريبية حو تأثير الأبعاد الثقافية.

### فروض الدراسة:

لتحقيق الأهداف تسعى الدراسة إلى اختبار الفروض الآتية:

- 1- الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين "قيمة هرمية السلطة" التي تعكسها المجالات السياحية الدولية والنموذج التجريبي المناظر لها وتفضيل الأنظمة الوراثية" في حكم الدول لدى عينة الدراسة.
- 2- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين "قيمة هرمية السلطة" التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها وتفضيل النظام الجمهوري والديمقراطي في حكم الدول.
- 3- الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تجنب القلق وعدم اليقين التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها والاعتقاد الفعلي للمستجيبين بقيمة التمسك بالأفكار التقليدية.
- 4- الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تجنب القلق وعدم اليقين الذي تعكسه المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها والاعتقاد الفعلي للمستجيبين بقيمة السعي إلى التجديد والابتكار.
- 5- الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين قيمة الجماعة التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها والاعتقاد الفعلي للمستجيبين بتلك القيمة.
- 6- الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين قيمة الفردية التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها والاعتقاد الفعلي للمستجيبين بتلك القيمة.

7- الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستدلال على قيمة الذكورة والأنوثة التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها والتوجه الذكوري والأنثوي.

8- الفرض الثامن: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستدلال على قيمة الانغماس أو الكبح التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها ودرجة الالتزام بالأعراف الاجتماعية أو الجنوح نحو إشباع الرغبات والانغماس في الملذات.

9- الفرض التاسع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستدلال على قيمة التوجه طويل/ قصير الأمد التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها والالتزام بالثبات أو الجنوح نحو التغيير.

### نوع الدراسة:

وفقاً لطبيعة المشكلة البحثية، تنتمي الدراسة إلى نوع الدراسات شبه التجريبية، التي تستهدف قياس مدى تأثير المتغيرات الخاصة بالسياقات والتقاطعات الثقافية لتصميم المجلة السياحية الدولية عينة الدراسة على منظومة القيم والصورة القومية، التي يكتسبها الشباب بعد تصفح نماذج المجالات بأسلوب تجريبي، من خلال اتباع التصميم شبه التجريبي في إجراء التجربة بالاعتماد على مقياس "ليكرت" الثلاثي لقياس الأبعاد الثقافية.

### مناهج الدراسة:

تعتمد الدراسة بشكل رئيسي على المنهج شبه التجريبي، الذي يعد من أكثر المناهج مناسبة لتحقيق أهداف الدراسة، وذلك بالاعتماد على تصميمات بعدية تختبر العلاقة بين المتغيرات المستقلة (الأبعاد الثقافية) والمتغير التابع (الإخراج)، لذا وظّف هذا المنهج لدراسة المتغيرات ورصد العلاقة بينها.

### أدوات الدراسة:

وفقاً لطبيعة المشكلة البحثية، استخدمت الباحثة التجربة أداة رئيسية للدراسة، مستعينة بنوعين من الإجراءات لجمع البيانات بما يتناسب مع الدراسة شبه التجريبية كآتي:  
1- (استمارة الدراسة شبه التجريبية)، بشكل رئيسي لقياس تأثير السياقات الثقافية والاجتماعية على تصميم المجلة السياحية المألوية.

2- الملاحظة المباشرة: التي ستكون أثناء الاختبارات القبليّة والبعدية لتدوين الملاحظات الخاصة بالمبحوثين.

### مجتمع الدراسة وعينتها:

- مجتمع الدراسة شبه التجريبية: يتمثل في الشباب المصري من عمر 18 عاماً حتى 30 عاماً، إذ تهدف الدراسة شبه التجريبية إلى التعرف على أثر السياقات الثقافية والاجتماعية على تصميم المجلة السياحية المألوية.
- عينة الدراسة شبه التجريبية: يتمثل الشباب المصري إطاراً بشرياً نموذجياً لاختبار عينة الدراسة شبه التجريبية، وتُطبق الدراسة على عينة عمدية قوامها 30 مفردة، لاختبار جميع فروض الدراسة بتطبيق الاختبار القبلي والبعدى ثم استخلاص النتائج العامة، ضماناً لدقة النتائج وإمكانية تعميمها على مجتمع العينة، واختيروا بناء على عدة أسباب من أهمها:
  - 1- سهولة الوصول إليهم وتوزيعهم عشوائياً على مجموعات التجربة.
  - 2- أن الشباب من عمر 18 حتى 30 عاماً أكثر حماساً وانطلاقاً ورغبة في السفر والتعرف على بلدان وثقافات وشعوب مختلفة، حتى إن اقتصر الأمر على مطالعة المجلات السياحية.
  - 3- أن الشباب الفئة الأكثر تأثيراً وتأثراً بالسياقات والتقاطعات الثقافية التي تعكسها وسائل الإعلام عامة، مما ينعكس على قيمهم وتوجهاتهم وتشكيل الصورة القومية للدول لديهم.
  - 4- توافر التجانس العمري والفكري بينهم، مما يسهل التحكم في تأثير هذه العوامل على النتائج.

جدول (1) توزيع العينة وفقاً للخصائص الديموغرافية (ن = 30)

النسبة	العدد	الخصائص الديموغرافية
50%	15	النوع - ذكر
50%	15	- أنثى
73.3%	22	السن - من 18 إلى أقل من 23
26.7%	8	- من 23 إلى أقل من 28
0%	√	- من 28 إلى 33
76.7%	23	المنطقة السكنية - حضر
23.3%	7	- ريف
70%	21	الحالة الاجتماعية - أعزب
16.7%	5	- مرتبط
13.3%	4	- متزوج
10%	3	المستوى التعليمي - فوق جامعي
90%	27	- جامعي
0%	0	- متوسط / ثانوي
6.7%	2	المهنة - موظف حكومي
3.3%	1	- موظف قطاع عام
6.7%	2	- موظف قطاع خاص
3.3%	1	- عمل حر
73.3%	22	- طالب
6.7%	2	- لا يعمل
30%	9	المستوى الاقتصادي - ضعيف
70%	21	- متوسط
0%	0	- مرتفع
83.3%	25	إجادة اللغة الإنجليزية - نعم
16.7%	5	- لا
83.3%	25	السفر إلى الخارج - نعم
16.7%	5	- لا

### الأساليب الإحصائية المستخدمة:

استخدمت الباحثة برنامج *Excel* لاستخراج الرسوم البيانية وبرنامج *SPSS* لتحليل البيانات إحصائياً، باستخدام الأدوات الآتية:

1- معامل ألفا كرونباخ *Cronbach's alpha* للتأكد من درجة ثبات المحاور الأساسية للاستبانة.

2- معامل الارتباط الخطي البسيط *Pearson's correlation coefficient* للتأكد من صدق المحاور الأساسية للاستبانة، واستخدامه للتحقق من اختبارات فروض دلالة العلاقة بين متغيرات الدراسة.

3- الجداول التكرارية والنسب المئوية.

4- المتوسط كمقياس للنزعة المركزية والانحراف المعياري كمقياس للتشتت.

5- الرسوم البيانية وشملت:

أ- رسم الأعمدة *Bar chart* لوصف التكرارات.

ب- رسم الدائرة *Pie Chart* لوصف النسب المئوية.

ج- رسم الأعمدة المجزأة المتلاصقة *Stacked clustered column bar*

لمقارنة التوزيع التكراري للعبارات الخاصة بالمجلة السياحية الدولية بالتوزيع التكراري للعبارات الخاصة بالنموذج التجريبي المناظر لها.

6- اختبار (ت) لقياس الفروق بين للمجموعات المستقلة (*Independent-samples T-Test*).

### مقياس ليكرت:

استخدمت الباحثة مقياس ليكرت الثلاثي والخماسي والسباعي وذا العشر نقاط، وبالتحديد اعتمدت الباحثة على مقياس ليكرت الثلاثي، حيث يمكن تفسير قيمة المتوسط للعناصر الخاصة به كما يلي:



## جدول (2) مقياس ليكرت الثلاثي

الاتجاه	فئات المتوسط
معارض (لا)	1,00 – 1,66
محايد (أحياناً)	1,67 – 2,33
موافق (نعم)	2,34 – 3,00

## 14- ثبات الاستمارة شبه التجريبية وصدقها:

### • ثبات الاستمارة:

يهدف التحقق من ثبات الاستبانة التأكد من أن اختلاف العينات التي تُطبق عليها الدراسة لا يؤثر على النتائج النهائية التي يتم التوصل إليها بشكل كبير، وللتحقق من ذلك استخدمت الباحثة معامل ألفا كرونباخ Cronbach's alpha، ويمكن القول إن الاستبانة لها درجة ثبات مقبولة إذا كانت القيمة تتراوح ما بين (0.7- أقل من 0.8)، ودرجة ثبات جيدة جداً إذا تراوحت ما بين (0.8- أقل من 0.9)، ودرجة ثبات ممتازة إذا تراوحت ما بين (0.9- أقل من 1).

## جدول (3) ثبات المحاور الرئيسية للاستبانة باستخدام معامل ألفا كرونباخ

درجة ثبات المحور	قيمة معامل ألفا كرونباخ	عدد العناصر	المحاور الرئيسية للاستبانة
مقبولة	0.748	6	الوظائف التي حققها تصميم المجلة
مقبولة	0.752	12	إدراك الأهداف التي حققتها المجلة
مقبولة	0.709	15	الأبعاد الثقافية لهوفستيد
مقبولة	0.753	13	التفضيلات/ القناعات الشخصية
مقبولة	0.755	10	أسلوب تصفح المجلة

نلاحظ من الجدول أن المحاور الرئيسية للاستبانة تتمتع بدرجة ثبات مقبولة، فقد تراوحت قيم معامل ألفا كرونباخ ما بين (0.709-0.755).

### • صدق الاستمارة:

تم ذلك عن طريق الصدق الظاهري Face Validity "صدق المحكمين"، فقد عرضت الاستمارة على السادة المحكمين من كلية الإعلام جامعة القاهرة، وكلية الإعلام جامعة جنوب الوادي، وكلية الفنون التطبيقية جامعة حلوان، إضافة إلى مجموعة من الممارسين والمهنيين في مجال إخراج وتصميم الصحف والمجلات في مصر<sup>(\*)</sup>، وبعد إضافة التعديلات التي أوصى بها المحكمون أصبحت الاستمارة قابلة للتطبيق في صورتها النهائية. إلى جانب مراعاة صدق المحتوى content Validity الذي يهدف إلى التأكد من مدى اتساق درجة العناصر المكونة لأي محور من المحاور الرئيسية مع الدرجة الكلية له، ويمكن القيام بذلك عن طريق التأكد من دلالة معامل ارتباط بيرسون Pearson's correlation coefficient.

جدول (4) صدق محور الوظائف التي حققها تصميم المجلة

رقم العنصر	معامل الارتباط
1	*0.736
2	*0.838
3	*0.850
4	*0.615
5	*0.684
6	*0.632

\* دلالة إحصائية مرتفعة عند مستوى معنوية 0.01

تشير نتائج الجدول إلى دلالة معامل الارتباط بين درجة كل عنصر من عناصر محور الوظائف التي حققتها المجلة مع الدرجة الكلية للمحور، وقد تراوحت قيم الارتباط ما بين (0.615-0.850).

جدول (5) صدق محور الأهداف التي حققتها المجلة

معامل الارتباط	رقم العنصر
*0.503	1
*0.466	2
*0.516	3
*0.340	4
*0.430	5
*0.561	6
*0.575	7
*0.528	8
*0.553	9
*0.506	10
*0.515	11
*0.562	12

\* دلالة إحصائية مرتفعة عند مستوى معنوية 0.01

تشير نتائج الجول إلى دلالة معامل الارتباط بين درجة كل عنصر من عناصر محور الأهداف التي حققتها المجلة مع الدرجة الكلية للمحور، وقد تراوحت قيم الارتباط ما بين (0.340-0.575).

جدول (6) صدق محور الأبعاد الثقافية لهوفستيد

معامل الارتباط	رقم العبارة
*0.701	1
*0.608	2
*0.577	3
*0.640	4
*0.546	5
*0.642	6
*0.655	7
*0.512	8
*0.564	9
*0.548	10
*0.515	11
*0.504	12
*0.555	13
*0.598	14
*0.618	15

\* دلالة إحصائية مرتفعة عند مستوى معنوية 0.01

تشير نتائج الجول إلى دلالة معامل الارتباط بين درجة كل عنصر من عناصر محور الأبعاد الثقافية لهوفستيد مع الدرجة الكلية للمحور، وقد تراوحت قيم الارتباط ما بين (0.504-0.701).

جدول (7) صدق محور القناعات الشخصية

معامل الارتباط	رقم العبارة
*0.448	1
*0.508	2
*0.451	3
*0.499	4
*0.573	5
*0.564	6
*0.563	7
*0.569	8
*0.586	9
*0.577	10
*0.611	11
*0.545	12
*0.589	13

\* دلالة إحصائية مرتفعة عند مستوى معنوية 0.01

تشير نتائج الجدول إلى دلالة معامل الارتباط بين درجة كل عنصر من عناصر محور القناعات الشخصية مع الدرجة الكلية للمحور، وقد تراوحت قيم الارتباط ما بين (0.448-0.611).

جدول (8) صدق محور أسلوب تصفح المجلة

معامل الارتباط	رقم العبارة
*0.590	1
*0.579	2
*0.550	3
*0.566	4
*0.514	5
*0.632	6
*0.551	7
*0.743	8
*0.587	9
*0.691	10

\* دلالة إحصائية مرتفعة عند مستوى معنوية 0.01

تشير نتائج الجول (8) إلى دلالة معامل الارتباط بين درجة كل عنصر من عناصر محور أسلوب تصفح المجلة مع الدرجة الكلية للمحور، وقد تراوحت قيم الارتباط ما بين (0.514-0.743).

### مفاهيم الدراسة:

1- **الأبعاد الثقافية<sup>(32)</sup>**: وتقصّد بها الباحثة هنا مجموعة من الصفات والقيم الاجتماعية تربط الفرد وسلوكه لا شعورياً بأسلوب حياة الوسط الذي وُجد فيه، أي بمعنى أنها الجو العام الذي يطبع أسلوب الحياة في جوٍّ مُعيّن بطابع خاص يختلف عن الطابع الذي نجده في مجتمع آخر، ولذلك فإنّ مفهوم السياقات والتقاطعات الثقافية يدلّ على مفهوم الحياة في كلّ مجتمع، ويعكس مصادر تماسكه، وهويته، وإدراكه، وشخصيّته، فتعبّر بذلك الثقافة في المجتمع عن نفسها.

2- **التصميم<sup>(33)</sup>**: هو فن عرض المادة التحريرية المكتوبة عرضاً يحقّق الجمال والمتعة والوظيفة في آن واحد، لأنه يعمل على توصيل المادة إلى القارئ بطريقه سهلة ميسورة، وبصورة جميلة شائقة تعمل على جذبته لهذه المادة، وعلى ذلك، يمكن القول بتيسير عملية القراءة وتحقيق الانسياب البصري على سطح الصحيفة المكتوب.

3- **المجلات السياحية الدولية<sup>(34)</sup>**: هي المجلات المتخصصة في نشر الأخبار والتقارير والمقالات والأحاديث السياحية فقط، وتكون في الغالب مجلات شهرية أو فصلية، وتهدف إلى تعريف الجمهور من المواطنين والمقيمين والسياح، بالمقومات السياحية والأبعاد الحضارية والتراثية والاكتشافات الأثرية، وتسليط الضوء على جهود الهيئات العامة للسياحة والتراث الوطني والدولي في هذا المجال.

## نتائج الدراسة:

جدول (9) توزيع العينة وفقاً لكيفية تصفحهم المجلة الأصلية والنموذج التجريبي (ن = 30)

نسبة التغير	النموذج التجريبي		المجلة الأصلية		كيفية التصفح
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
26.7- %	33.3 %	10	60 %	18	تصفح الصور والرسوم اللافتة
33.3 %	43.3 %	13	10 %	3	تصفح العناوين اللافتة فقط
6.7- %	23.3 %	7	30 %	9	اكتفيت بمطالعة الغلاف فقط

يتضح من بيانات الجدول السابق: بالنسبة للاختبار القبلي (تصفح النموذج الأصلي للمجلة)، أن تصفح الصور والرسوم اللافتة جاء في المرتبة الأولى بنسبة 60%. بينما جاءت مطالعة الغلاف فقط في المرتبة الثانية بنسبة 30%، وجاء تصفح العناوين اللافتة فقط في الترتيب الثالث بنسبة 10%، أما بالنسبة للاختبار البعدي (تصفح النموذج التجريبي للمجلة)، فجاء تصفح العناوين اللافتة فقط في المرتبة الأولى بنسبة 43%. في حين جاء تصفح الصور والرسوم اللافتة في المرتبة الثانية بنسبة 33%، وجاءت مطالعة الغلاف فقط في الترتيب الثالث بنسبة 23%.

جدول (10) توزيع العينة وفقاً لتحديد هدفهم للوسائل

التي تعبر عن هدف المجلة الأصلية والنموذج التجريبي (ن = 30)

نسبة التغير	النموذج التجريبي		المجلة الأصلية		الوسائل التي تعبر عن الهدف
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
10- %	86.7 %	26	96.7 %	29	الصور
6.6 %	53.3 %	16	46.7 %	14	العناوين
36.7 %	76.7 %	23	40 %	12	أسلوب التصميم والشكل الإخراجي العام
3.3 %	23.3 %	7	20 %	6	المضمون نفسه
16.7 %	30 %	9	13.3 %	4	الألوان

يتضح من بيانات الجدول السابق: بالنسبة للاختبار القبلي (تصفح النموذج الأصلي للمجلة)، أن الصور جاءت في المرتبة الأولى بين الوسائل الإخراجية التي عبرت عن هدف المجلة الأصلية وفقاً لرأي العينة بنسبة 96%. بينما جاءت العناوين في المرتبة الثانية

بنسبة 46%، وجاء أسلوب التصميم والشكل الإخراجي العام في الترتيب الثالث بنسبة 40%، وجاء المضمون نفسه في المرتبة الرابعة بنسبة 20%، وجاءت الألوان في المرتبة الخامسة بنسبة 13%. أما بالنسبة للاختبار البعدي (تصفح النموذج التجريبي للمجلة)، فجاءت الصور في المرتبة الأولى بين الوسائل الإخراجية التي عبرت عن هدف المجلة الأصلية وفقاً لرأي العينة بنسبة 86%، بينما جاء أسلوب التصميم والشكل الإخراجي العام في المرتبة الثانية بنسبة 76%، وجاءت العناوين في الترتيب الثالث بنسبة 53%، وجاءت الألوان في المرتبة الرابعة بنسبة 30%، كما جاء المضمون نفسه في المرتبة الخامسة بنسبة 23%.

جدول (11) توزيع العينة وفقاً لترتيب العناصر الإخراجية الأكثر جذباً لانتباههم وذلك للمجلة الأصلية والنموذج التجريبي (ن = 30)

		الترتيب										
		10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	العنصر
شكل الصور	المجلة الأصلية	0	1	0	4	5	5	6	7	2	0	
	النموذج التجريبي	0	0	0	5	8	6	6	4	1	0	
موقع الصور	المجلة الأصلية	0	0	1	0	4	5	5	0	10	0	
	النموذج التجريبي	0	0	0	1	5	7	6	7	4	0	
حجم الصور	المجلة الأصلية	0	0	0	0	0	0	0	4	7	16	
	النموذج التجريبي	0	0	0	0	0	0	1	8	9	12	
الألوان	المجلة الأصلية	0	0	0	1	1	4	3	8	8	13	
	النموذج التجريبي	0	0	0	0	1	3	1	2	10	13	
مساحة النص	المجلة الأصلية	10	19	1	0	0	0	0	0	0	0	
	النموذج التجريبي	9	18	1	0	0	0	1	0	1	0	
الخلفيات	المجلة الأصلية	0	0	20	5	1	3	1	0	0	0	
	النموذج التجريبي	0	2	20	5	0	2	1	0	0	0	
حجم العناوين	المجلة الأصلية	0	0	0	12	6	5	6	1	0	0	
	النموذج التجريبي	0	0	1	12	5	4	7	1	0	0	
لون العناوين	المجلة الأصلية	0	0	0	4	10	5	6	5	0	0	
	النموذج التجريبي	0	1	2	4	10	5	5	3	0	0	
نوع الخط	المجلة الأصلية	18	10	1	1	0	0	0	0	0	0	
	النموذج التجريبي	20	9	0	1	0	0	0	0	0	0	
المساحات البيضاء	المجلة الأصلية	1	1	7	4	2	3	3	5	3	1	
	النموذج التجريبي	0	0	6	3	1	3	2	5	5	5	

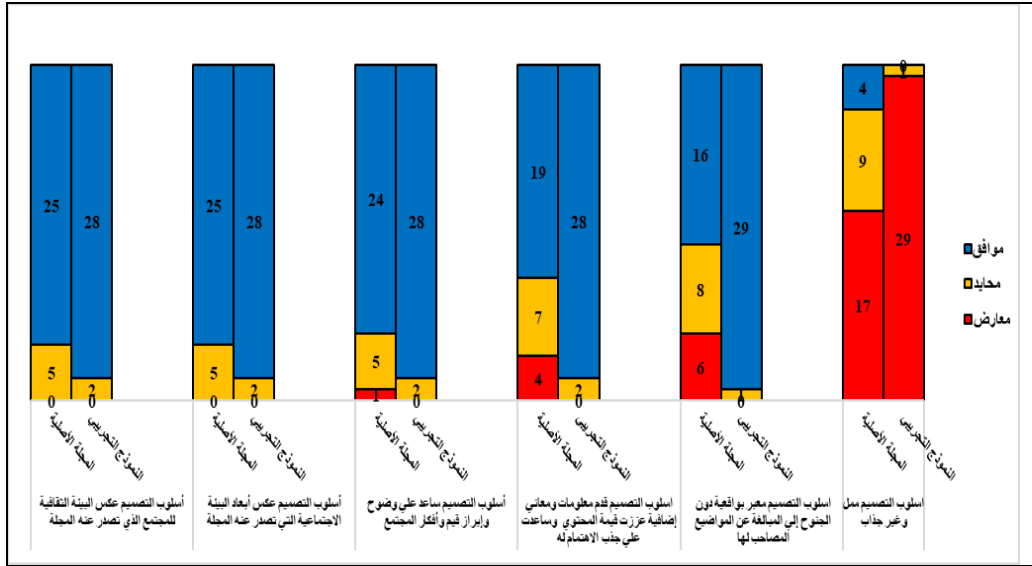
يتضح من بيانات الجدول السابق: بالنسبة للاختبار القبلي (تصفح النموذج الأصلي للمجلة)، جاء حجم الصور في المرتبة الأولى لترتيب العناصر الإخراجية الأكثر جذباً للانتباه وذلك للمجلة الأصلية والنموذج التجريبي وفقاً لرأي العينة، بينما جاء موقع الصور في المرتبة الثانية، وجاءت الألوان في الترتيب الثالث، وجاء شكل الصور في المرتبة الرابعة، وجاء لون العناوين في المرتبة الخامسة، بينما جاء حجم العناوين في المرتبة السادسة، في حين أتت الخلفيات في المرتبة السابعة، وجاءت مساحة النص في المرتبة الثامنة. وبالنسبة للاختبار البعدي (تصفح النموذج التجريبي للمجلة)، فجاءت الألوان في المرتبة الأولى لترتيب العناصر الإخراجية الأكثر جذباً للانتباه وذلك للمجلة الأصلية والنموذج التجريبي وفقاً لرأي، بينما جاء حجم الصور في المرتبة الثانية، وجاء حجم العناوين في المرتبة الثالثة، كما جاء موقع الصور في المرتبة الرابعة، وجاء حجم العناوين في المرتبة الخامسة، وجاءت الخلفيات في المرتبة بنسبة السادسة، في حين جاءت مساحة النص في المرتبة السابعة، وجاء نوع الخط في المرتبة الثامنة.

### جدول (12) توصيف العينة وفقاً لمدى اتفاقها

#### على الوظائف التي حققها تصميم المجلة الأصلية والنموذج التجريبي (ن = 30)

الوظائف	المجلة	معارض		محايد		موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه *	الترتيب
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد				
أسلوب التصميم عكس البيئة الثقافية للمجتمع الذي تصدر عنه المجلة	المجلة الأصلية	0	0	16.7	5	83.3	25	2.83	0.38	موافق	1
	النموذج التجريبي	0	0	6.7	2	93.3	28	2.93	0.25	موافق	2
أسلوب التصميم عكس أبعاد البيئة الاجتماعية التي تصدر عنها المجلة	المجلة الأصلية	0	0	16.7	5	83.3	25	2.83	0.38	موافق	2
	النموذج التجريبي	0	0	6.7	2	93.3	28	2.93	0.25	موافق	3
أسلوب التصميم ساعد على وضوح وإبراز قيم وأفكار المجتمع	المجلة الأصلية	1	3.3	16.7	5	80	24	2.77	0.50	موافق	3
	النموذج التجريبي	0	0	6.7	2	93.3	28	2.93	0.25	موافق	4
أسلوب التصميم قدم معلومات ومعان إضافية عززت قيمة المحتوى وساعدت على جذب الاهتمام له	المجلة الأصلية	4	13.3	23.3	7	63.3	19	2.50	0.73	موافق	4
	النموذج التجريبي	0	0	6.7	2	93.3	28	2.93	0.25	موافق	5
أسلوب التصميم معبر بواقعية دون الجنوح إلى المبالغة عن الموضوعات المصاحب لها	المجلة الأصلية	6	20	26.7	8	53.3	16	2.33	0.80	موافق	5
	النموذج التجريبي	0	0	3.3	1	96.7	29	2.97	0.18	موافق	1
أسلوب التصميم ممل وغير جذاب	المجلة الأصلية	17	56.7	30	9	13.3	4	1.57	0.73	معارض	6
	النموذج التجريبي	29	96.7	3.3	1	0	0	1.03	0.18	معارض	6
إجمالي	المجلة الأصلية	-	-	-	-	-	-	2.47	0.33	موافق	-
	النموذج التجريبي	-	-	-	-	-	-	2.62	0.17	موافق	-





\* 1.66-1.00: معارض - 2.33-1.67: محايد - 3.00-2.34: موافق.

يتضح من بيانات الجدول السابق: بالنسبة للاختبار القبلي (تصفح النموذج الأصلي للمجلة)، جاء الاتجاه العام للوظائف الإخراجية التي حققها تصميم المجلة الأصلية والنموذج التجريبي وفقاً لرأي العينة كما يلي: جاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أن الاتجاه العام للنموذج الأصلي للمجلة وأسلوب تصميم المجلة عكس أبعاد البيئة الثقافية للمجتمع الذي تصدر عنه المجلة بنسبة 83%، كما جاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أن الاتجاه العام للنموذج الأصلي للمجلة وأسلوب التصميم عكس أبعاد البيئة الاجتماعية للمجتمع الذي تصدر عنه المجلة بنسبة 83%، في حين جاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أن الاتجاه العام للنموذج الأصلي للمجلة وأسلوب التصميم ساعد على وضوح وإبراز قيم وأفكار المجتمع بنسبة 80%، كما جاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أن الاتجاه العام للنموذج الأصلي للمجلة وأسلوب التصميم قدم معلومات ومعانٍ إضافية عززت قيمة المحتوى وساعدت على جذب الاهتمام له بنسبة 63%، وجاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أن الاتجاه العام للنموذج الأصلي للمجلة وأسلوب التصميم معبر بواقعية دون الجنوح إلى المبالغة عن الموضوعات المصاحبة لها بنسبة 53%، كما جاء متوسط رأي العينة بالمعارضة لأن الاتجاه العام للنموذج الأصلي للمجلة وأسلوب التصميم ممل وغير جذاب بنسبة 56%. أما بالنسبة للاختبار البعدي (تصفح النموذج التجريبي للمجلة)، فجاء الاتجاه العام للوظائف الإخراجية التي حققها تصميم المجلة الأصلية والنموذج التجريبي

وفقاً لرأي العينة كما يلي: جاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أن الاتجاه العام للنموذج الأصلي للمجلة وأسلوب تصميم المجلة عكس أبعاد البيئة الثقافية للمجتمع الذي تصدر عنه المجلة بنسبة 93%، كما جاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أن الاتجاه العام للنموذج الأصلي للمجلة وأسلوب التصميم عكس أبعاد البيئة الاجتماعية للمجتمع الذي تصدر عنه المجلة بنسبة 93%، كما جاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أن الاتجاه العام للنموذج الأصلي للمجلة وأسلوب التصميم ساعد على وضوح وإبراز قيم وأفكار المجتمع بنسبة 93%، وكذلك جاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أن الاتجاه العام للنموذج الأصلي للمجلة وأسلوب التصميم قدم معلومات ومعانٍ إضافية عززت قيمة المحتوى وساعدت على جذب الاهتمام له بنسبة 93%، وجاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أن الاتجاه العام للنموذج الأصلي للمجلة وأسلوب التصميم معبر بواقعية دون الجنوح إلى المبالغة عن الموضوعات المصاحب لها بنسبة 96%، وجاء متوسط رأي العينة بالمعارضة لأن الاتجاه العام للنموذج الأصلي للمجلة وأسلوب التصميم ممل وغير جذاب بنسبة 96%.

جدول (14) توزيع العينة وفقاً لتحديد أبعاد الثقافة والاجتماعية التي عكسها تصميم وإخراج المجلة الأصلية والنموذج التجريبي (ن=30)

نسبة التغير	النموذج التجريبي		المجلة الأصلية		الأبعاد الثقافية والاجتماعية
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
73.4-%	13.3%	4	86.7%	26	أبعاد ثقافية تتعلق بالتراث والعادات والتقاليد
90-%	3.3%	1	93.3%	28	أبعاد اجتماعية تتعلق بنمط المعيشة والمأكل والملبس
70-%	96.7%	29	26.7%	8	أبعاد العلاقات الاجتماعية بين الأفراد
90-%	96.7%	29	6.7%	2	أبعاد تتعلق بالفن والتاريخ والإبداع
43.3-%	0%	0	43.3%	13	أبعاد تتعلق بالسياسة العامة للمجتمع وأنظمة الحكم
43.3-%	0%	0	43.3%	13	أبعاد تتعلق بالأديان
13.3-%	0%	0	13.3%	4	أبعاد تتعلق بالاقتصاد

يتضح من بيانات الجدول السابق: بالنسبة للاختبار القبلي (تصفح النموذج الأصلي للمجلة)، فجاءت الأبعاد الثقافية والاجتماعية التي عكسها تصميم وإخراج المجلة الأصلية وفقاً لرأي العينة كالآتي: أبعاد اجتماعية تتعلق بنمط المعيشة والمأكل والملبس في

المرتبة الأولى بنسبة 93٪، وأبعاد ثقافية تتعلق بالتراث والعادات والتقاليد في المرتبة الثانية بنسبة 86٪، وجاءت أبعاد تتعلق بالسياسة العامة للمجتمع وأنظمة الحكم، وأبعاد تتعلق بالأديان في المرتبة الثالثة بنسبة 43٪ لكل منهما، وجاءت أبعاد العلاقات الاجتماعية بين الأفراد في المرتبة الرابعة بنسبة 26٪، وجاءت أبعاد تتعلق بالاقتصاد في المرتبة الخامسة بنسبة 13٪. وبالنسبة للاختبار البعدي (تصفح النموذج التجريبي للمجلة)، فجاءت الأبعاد الثقافية والاجتماعية التي عكسها تصميم وإخراج النموذج التجريبي وفقاً لرأي العينة كالاتي: أبعاد العلاقات الاجتماعية بين الأفراد وأبعاد تتعلق بالفن والتاريخ والإبداع في المرتبة الأولى بنسبة 96٪، وجاءت أبعاد ثقافية تتعلق بالتراث والعادات والتقاليد في المرتبة الثانية بنسبة 13٪، بينما جاءت أبعاد اجتماعية تتعلق بنمط المعيشة والمأكل والملبس في المرتبة الثالثة بنسبة 3٪.

جدول (15) توزيع العينة وفقاً لتصنيفهم المجلة الأصلية والنموذج التجريبي (ن=30)

نسبة التغير	النموذج التجريبي		المجلة الأصلية		التصنيف
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
23.4٪	26.7٪	8	3.3٪	1	مجلة لأصحاب المستوى الاقتصادي المتميز
13.4٪	66.7٪	20	53.3٪	16	مجلة للطبقة المتوسطة
36.6-٪	6.7٪	2	43.3٪	13	مجلة شعبية لكل المستويات

يتضح من بيانات الجدول السابق: بالنسبة للاختبار القبلي (تصفح النموذج الأصلي للمجلة)، جاء التصنيف الطبقي للمجلة الأصلية وفقاً لرأي العينة كالاتي: رأت عينة الدراسة أن المجلة الأصلية لأصحاب الطبقة المتوسطة في المرتبة الأولى بنسبة 53٪، بينما جاءت آراؤهم عن أنها مجلة شعبية لكل المستويات في المرتبة الثانية بنسبة 43٪، وجاءت مجلة لأصحاب المستوى الاقتصادي المتميز في الترتيب الثالث بنسبة 3٪. أما بالنسبة للاختبار البعدي (تصفح النموذج التجريبي للمجلة)، فجاء التصنيف الطبقي للنموذج وفقاً لرأي العينة كالاتي: رأت عينة الدراسة أن المجلة الأصلية لأصحاب الطبقة المتوسطة في المرتبة الأولى بنسبة 66٪، بينما جاءت آراؤهم عن أنها مجلة لأصحاب المستوى الاقتصادي المتميز في المرتبة الثانية بنسبة 26٪، وجاءت كمجلة شعبية لكل المستويات في الترتيب الثالث بنسبة 6٪.

جدول (16) توزيع العينة وفقاً لتحديدهم الوظيفة الأساسية التي حققتها المجلة الأصلية والنموذج التجريبي (ن = 30)

نسبة التغير	النموذج التجريبي		المجلة الأصلية		الأبعاد الثقافية والاجتماعية
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
٪16.6	٪43.3	13	٪26.7	8	الإخبار
٪26.7	٪40	12	٪13.3	4	الترفيه والتسلية
٪23.3	٪83.3	25	٪60	18	التعبير عن الواقع الاجتماعي والثقافي والتاريخي للدول التي تصدر عنها
٪93.4-	٪3.3	1	٪96.7	29	الإعلان والدعاية والترويج

يتضح من بيانات الجدول السابق: بالنسبة للاختبار القبلي (تصفح النموذج الأصلي للمجلة)، جاءت الوظيفة الإعلامية الأساسية التي حققتها المجلة الأصلية وفقاً لرأي العينة كالتالي: جاءت وظيفة الإعلان والدعاية والترويج في المرتبة الأولى بنسبة 96٪، بينما جاءت وظيفة التعبير عن الواقع الاجتماعي والثقافي والتاريخي للدول التي تصدر عنها في المرتبة الثانية بنسبة 60٪، وجاءت وظيفة الإخبار في الترتيب الثالث بنسبة 26٪، كما جاءت وظيفة الترفيه والتسلية في المرتبة الرابعة بنسبة 13٪. وبالنسبة للاختبار البعدي (تصفح النموذج التجريبي للمجلة)، فجاءت الوظيفة الإعلامية الأساسية التي حققتها النموذج التجريبي وفقاً لرأي العينة كالتالي: جاءت وظيفة التعبير عن الواقع الاجتماعي والثقافي والتاريخي للدول التي تصدر عنها في المرتبة الأولى بنسبة 83٪، بينما جاءت وظيفة الإخبار في المرتبة الثانية بنسبة 43٪، وجاءت وظيفة الترفيه والتسلية في الترتيب الثالث بنسبة 40٪، كما جاءت وظيفة الإعلان والدعاية والترويج في المرتبة الرابعة بنسبة 3٪.

جدول (17) توصيف العينة وفقاً لمدى إدراكهم بعض الأهداف التي حققتها المجلة الأصلية والنموذج التجريبي (ن = 30)

الترتيب	الاتجاه*	الانحراف المعياري	المتوسط	موافق		محايد		معارض		المجلة	الوظائف
				النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
1	موافق	0.43	2.77	٪76.7	23	٪23.3	7	٪0	0	المجلة الأصلية	تعرفت وأدركت معلومات جديدة بشأن البيئة الثقافية لمجتمع المجلة
3	موافق	0.18	2.97	٪96.7	29	٪3.3	1	٪0	0	النموذج التجريبي	تعرفت وأدركت معلومات جديدة بشأن البيئة الاجتماعية لمجتمع المجلة
2	موافق	0.43	2.77	٪76.7	23	٪23.3	7	٪0	0	المجلة الأصلية	تعرفت وأدركت معلومات جديدة بشأن البيئة الاجتماعية لمجتمع المجلة
4	موافق	0.18	2.97	٪96.7	29	٪3.3	1	٪0	0	النموذج التجريبي	تعرفت وأدركت معلومات جديدة بشأن البيئة التاريخية لمجتمع المجلة
4	موافق	0.60	2.70	٪76.7	23	٪16.7	5	٪6.7	2	المجلة الأصلية	تعرفت وأدركت معلومات جديدة بشأن البيئة التاريخية لمجتمع المجلة
5	موافق	0.18	2.97	٪96.7	29	٪3.3	1	٪0	0	النموذج التجريبي	تعرفت بعض المشكلات السياحية والبيئية التي تواجه مجتمع المجلة
11	معارض	0.56	1.40	٪3.3	1	٪33.3	10	٪63.3	19	المجلة الأصلية	تعرفت بعض المشكلات السياحية والبيئية التي تواجه مجتمع المجلة
1	موافق	0	3	٪100	30	٪0	0	٪0	0	النموذج التجريبي	زيادة الرغبة لدى في السفر والتعرف على ثقافة وحضارة مجتمع المجلة
3	موافق	0.45	2.73	٪73.3	22	٪26.7	8	٪0	0	المجلة الأصلية	اشعر بالقلق من الإجراءات التي تُنفذ بشأن الحفاظ على الأماكن السياحية والتاريخية
2	موافق	0	3	٪100	30	٪0	0	٪0	0	النموذج التجريبي	يزيد ميلى ورغبتي في تشديد العقوبة والرقابة الحكومية والمجتمعية من قبل الأجهزة المختصة حول الحفاظ على التراث والتاريخ والآثار
7	معارض	0.94	1.77	٪33.3	10	٪10	3	٪56.7	17	المجلة الأصلية	المجلات السياحية أداة لتزييف ونجميل الواقع والتاريخ وتقديم صورة وردية عن السفر والرفاهية
7	موافق	0.18	2.79	٪96.7	29	٪3.3	1	٪0	0	النموذج التجريبي	
6	معارض	0.92	1.80	٪33.3	10	٪13.3	4	٪53.3	16	المجلة الأصلية	
6	موافق	0.18	2.97	٪96.7	29	٪3.3	1	٪0	0	النموذج التجريبي	
8	محايد	0.78	1.73	٪20	6	٪33.3	10	٪46.7	14	المجلة الأصلية	

الترتيب	الاتجاه*	الانحراف المعياري	المتوسط	موافق		محايد		معارض		المجلة	الوظائف
				النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
9	معارض	0.68	1.53	%10	3	%33.3	10	%56.7	17	المجلة التجريبية	مما يزيد الضجوة والسطح بين الطبقات الغنية والفقيرة في المجتمع
5	موافق	0.50	2.60	%60	18	%40	12	%0	0	المجلة الأصلية	المجلات السياحية مصدر أساسي من مصادر التعبير عن ثقافة وتراث المجتمع الذي تصدر عنه
8	موافق	0.47	2.70	%70	21	%30	9	%0	0	المجلة التجريبية	المجلات السياحية ليس لها تأثير يذكر في الترويج للسياحة والإسهام في الحفاظ على التراث والتاريخ
12	معارض	0.46	1.17	%3.3	1	%10	3	%86.7	26	المجلة الأصلية	المجلات السياحية لا يتوافر بها معايير الصدق والموضوعية في عرض تراث وتاريخ دولتها بل تجنح للمبالغة
12	معارض	0.35	1.13	%0	0	%13.3	4	%86.7	26	المجلة التجريبية	محتوى المجالات السياحية أصبح مستهلكا ولا يناسب العصر الحديث
9	محايد	0.58	1.73	%6.7	2	%60	18	%33.3	10	المجلة الأصلية	
11	معارض	0.56	1.37	%3.3	1	%30	9	%66.7	20	المجلة التجريبية	
10	معارض	0.63	1.50	%6.7	2	%36.7	11	%56.7	17	المجلة الأصلية	
10	معارض	0.63	1.47	%6.7	2	%33.3	10	%60	18	المجلة التجريبية	
-	محايد	0.28	2.06							المجلة الأصلية	إجمالي
	موافق	0.13	2.42							المجلة التجريبية	

يتضح من بيانات الجدول السابق: بالنسبة للاختبار القبلي (تصفح النموذج الأصلي للمجلة)، جاءت مواقف وإدراك أفراد العينة للأبعاد الثقافية التي حققتها المجلة الأصلية كما يلي: جاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أنه تعرف وأدرك معلومات جديدة بشأن البيئة الثقافية لمجتمع المجلة بنسبة 76%، وجاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أنه تعرف وأدرك معلومات جديدة بشأن البيئة الاجتماعية لمجتمع المجلة بنسبة 76%، في حين جاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أنه تعرف وأدرك معلومات جديدة بشأن

البيئة التاريخية لمجتمع المجلة بنسبة 76%، كما جاء متوسط رأي العينة معارض لأنه تعرف على بعض المشكلات السياحية والبيئية التي تواجه مجتمع المجلة بنسبة 63%، وجاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أنه بعد تصفح المجلة زادت لديه الرغبة في السفر والتعرف على ثقافة وحضارة مجتمع المجلة بنسبة 73%، وجاء متوسط رأي العينة معارض لأنه بعد تصفح المجلة شعر بالقلق من الإجراءات التي تُنفذ بشأن الحفاظ على الأماكن السياحية والتاريخية بنسبة 56%، كما جاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أنه بعد تصفح المجلة زاد لديهم الميل والرغبة في تشديد العقوبة والرقابة الحكومية والمجتمعية من قبل الأجهزة المختصة حول الحفاظ على التراث والتاريخ والآثار بنسبة 53%، وجاء متوسط رأي العينة محايد على أن المجالات السياحية أداة لتزييف وتجميل الواقع والتاريخ وتقديم صورة وردية عن السفر والرفاهية مما يزيد الفجوة والسخط بين الطبقات الغنية والفقيرة في المجتمع بنسبة 46%، كما جاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أن المجالات السياحية مصدر أساسي من مصادر التعبير عن ثقافة وتراث المجتمع الذي تصدر عنه بنسبة 60%، والاتجاه العام كان معارضاً لأن المجالات السياحية ليس لها تأثير يذكر في الترويج للسياحة والإسهام في الحفاظ على التراث والتاريخ بنسبة 86%، كما جاء متوسط رأي العينة محايد لأن المجالات السياحية لا يتوافر بها معايير الصدق والموضوعية في عرض تراث وتاريخ دولتها بل تجنح للمبالغة بنسبة 60%، كما جاء متوسط رأي العينة معارض لأن محتوى المجالات السياحية أصبح مستهلكاً ولا يناسب العصر الحديث بنسبة 56%.

وبالنسبة للاختبار البعدي (تصفح النموذج التجريبي للمجلة)، جاءت مواقف وإدراك أفراد العينة للأبعاد الثقافية التي حققها النموذج التجريبي كما يلي: جاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أنه تعرف وأدرك معلومات جديدة بشأن البيئة الثقافية لمجتمع المجلة بنسبة 96%، وجاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أنه تعرف وأدرك معلومات جديدة بشأن البيئة الاجتماعية لمجتمع المجلة بنسبة 96%، في حين جاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أنه تعرف وأدرك معلومات جديدة بشأن البيئة التاريخية لمجتمع المجلة بنسبة 96%، كما جاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أنه تعرف على بعض المشكلات السياحية والبيئية التي تواجه مجتمع المجلة بنسبة 100%، كما جاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أنه بعد تصفح المجلة زادت لديه الرغبة في السفر والتعرف على ثقافة وحضارة مجتمع المجلة بنسبة 100%، وجاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أنه بعد

تصفح المجلة شعر بالقلق من الإجراءات التي تُتخذ بشأن الحفاظ على الأماكن السياحية والتاريخية بنسبة 96%، وجاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أنه بعد تصفح المجلة زاد لديهم الميل والرغبة في تشديد العقوبة والرقابة الحكومية والمجتمعية من قبل الأجهزة المختصة حول الحفاظ على التراث والتاريخ والآثار بنسبة 96%، وجاء متوسط رأي العينة بالمعارضة لأن المجالات السياحية أداة لتزييف وتجميل الواقع والتاريخ وتقديم صورة وردية عن السفر و الرفاهية مما يزيد الفجوة والسخط بين الطبقات الغنية والفقيرة في المجتمع بنسبة 56%، بينما جاء متوسط رأي العينة بالموافقة على أن المجالات السياحية مصدر أساسي من مصادر التعبير عن ثقافة وتراث المجتمع الذي تصدر عنه بنسبة 70%، وجاء الاتجاه العام بالمعارضة لفكرة أن المجالات السياحية ليس لها تأثير يذكر في الترويج للسياحة والإسهام في الحفاظ على التراث والتاريخ بنسبة 86%، كما جاء متوسط رأي العينة بالمعارضة لأن المجالات السياحية لا يتوافر بها معايير الصدق والموضوعية في عرض تراث وتاريخ دولتها بل تجنح للمبالغة بنسبة 66%، كما جاء متوسط رأي العينة بالمعارضة تجاه أن محتوى المجالات السياحية أصبح مستهلكاً ولا يناسب العصر الحديث بنسبة 60%.

جدول (18) توصيف العينة وفقاً لأرائهم حول الأبعاد الثقافية لهوفستيد التي حققتها المجلة الأصلية والنموذج التجريبي (ن = 30)

الترتيب	الاتجاه*	الانحراف العياري	المتوسط	موافق		محايد		معارض		المجلة	الأبعاد الثقافية لهوفستيد
				النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
أولاً: التفاوت في القوى والنفوذ (مسافة السلطة)											
2	موافق	0.45	2.73	73.3%	22	26.7%	8	0%	0	المجلة الأصلية	يعكس التصميم هرمية السلطة ومركزيتها بدولة المجلة
1	معارض	0	1	0%	0	0%	0	100%	30	النموذج التجريبي	
3	موافق	0.55	2.67	70%	21	26.7%	8	3.3%	1	المجلة الأصلية	يعكس التصميم الوازع الأخلاقي والتقىديس والاجتماعي لرموز الدين بدولة المجلة
2	معارض	0	1	0%	0	0%	0	100%	30	النموذج التجريبي	
1	موافق	0.43	2.77	76.7%	23	23.3%	7	0%	0	المجلة الأصلية	يعكس التصميم قيود تداول المعلومات والقيود الأمنية وعدم حرية انتقال الأفكار المتصلة بالموضوعات السياسية والدينية والجنسية وعدم التعليق عليها بحرية
3	معارض	0	1	0%	0	0%	0	100%	30	النموذج التجريبي	



الترتيب	الاتجاه*	الانحراف المعياري	المتوسط	موافق		محايد		معارض		المجلة	الأبعاد الثقافية لهوفستيد
				النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
											كاملة
4	موافق	0.50	2.57	%56.7	17	%43.3	13	%0	0	المجلة الأصلية	يعكس التصميم مدي طبقية المجتمع من خلال طريقة تنظيم وترتيب المعلومات
4	معارض	0	1	%0	0	%0	0	%100	30	النموذج التجريبي	
-	موافق	0.43	2.68			-				المجلة الأصلية	إجمالي بعد التفاوت في القوى والنفوذ
	معارض	0	1			-				النموذج التجريبي	
ثانياً: تجنب القلق وعدم اليقين (رفض المخاطر)											
1	محايد	0.53	2.30	%33.3	10	%63.3	19	%3.3	1	المجلة الأصلية	يعكس التصميم أن المجتمع ينتمي للفئة الأولى من تجنب الحيرة المرتفع، وهو مجتمع يتمسك بالأفكار التقليدية ويرفض الجديد ويتخوف من المستقبل، ويرى الأمان في القيم والتقاليد
2	معارض	0.25	1.07	%0	0	%6.7	2	%93.3	28	النموذج التجريبي	
2	محايد	0.45	1.73	%0	0	%73.3	22	%26.7	8	المجلة الأصلية	يعكس التصميم أن المجتمع ينتمي للفئة الثانية من تجنب الحيرة المنخفضة، وهو مجتمع يسعى إلى التجديد والابتكار، ويرى الأمل في المستقبل ويرفض التقليد
1	موافق	0.37	2.93	%96.7	29	%0	0	%3.3	1	النموذج التجريبي	
-	محايد	0.38	2.02			-				المجلة الأصلية	إجمالي بعد تجنب القلق وعدم اليقين
	محايد	0.23	2			-				النموذج التجريبي	
ثالثاً: الجماعية مقابل الفردية											
1	موافق	0.38	2.83	%83.3	25	%16.7	5	%0	0	المجلة الأصلية	يعكس التصميم حفاظ المجتمع على العلاقات بين أعضائه من خلال جنوحه نحو الجماعية
2	معارض	0.18	1.03	%0	0	%3.3	1	%96.7	29	النموذج التجريبي	
2	معارض	0.31	1.10	%0	0	%10	3	%90	27	المجلة الأصلية	يعكس التصميم أن المجتمع يعلى من قيمة الفرد وتعزيز مصالحه دون أخذ مصالح المجتمع بعين الاعتبار
1	موافق	0	3	%100	30	%0	0	%0	0	النموذج التجريبي	

الترتيب	الاتجاه*	الانحراف المعياري	المتوسط	موافق		محايد		معارض		المجلة	الأبعاد الثقافية لهوفستيد	
				النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد			
-	محايد	0.18	1.97	-								إجمالي بعد الجماعة مقابل الفردية
	محايد	0.09	2.02	-								
رابعاً: الذكورة مقابل الأنوثة												
2	محايد	0.25	2.07	6.7%	2	93.3%	28	0%	0	المجلة الأصلية	يعكس التصميم المساواة بين الجنسين من خلال تقاسم المرأة مع الرجل في الواجبات والمسئوليات	
2	موافق	0.69	2.73	86.7%	26	0%	0	13.3%	4	النموذج التجريبي		
3	معارض	0.50	1.60	0%	0	60%	18	40%	12	المجلة الأصلية	يعكس التصميم رفعة شأن المرأة والإعلاء من نجاحاتها وإنجازاتها أكثر من الرجل	
1	موافق	0.18	2.97	96.7%	29	3.3%	1	0%	0	النموذج التجريبي		
1	محايد	0.50	2.23	26.7%	8	70%	21	3.3%	1	المجلة الأصلية	يعكس التصميم التوجه الذكوري للمجتمع من خلال رفعة شأن الرجل وإعلاء قيمته على المرأة	
3	معارض	0.18	1.03	0%	0	3.3%	1	96.7%	29	النموذج التجريبي		
-	محايد	0.25	1.97	-								إجمالي بعد الذكورة مقابل الأنوثة
	محايد	0.23	2.24	-								
خامساً: الانغماس/ الكبح												
2	معارض	0.63	1.57	6.7%	2	43.3%	13	50%	15	المجلة الأصلية	يعكس التصميم جنوح المجتمع نحو إشباع الحاجات الأساسية والطبيعية والرغبات المرتبطة بالاستمتاع بالحياة والحصول على المتعة، وأن السعادة تتحقق من خلال الانغماس في الملذات الشخصية	
1	موافق	0.46	2.83	86.7%	26	10%	3	3.3%	1	النموذج التجريبي		
1	موافق	0.56	2.40	43.3%	13	53.3%	16	3.3%	1	المجلة الأصلية	يعكس التصميم أن المجتمع محافظ ورغبات أفراده تضبط وتنظم من خلال الأعراف الاجتماعية، وأن السعادة تأتي من	
2	معارض	0.37	1.07	3.3%	1	0%	0	96.7%	29	النموذج التجريبي		

الترتيب	الاتجاه*	الانحراف المعياري	المتوسط	موافق		محايد		معارض		المجلة	الأبعاد الثقافية لهوفستيد
				النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
											خلال السيطرة على الذات
-	محايد	0.31	1.98			-				المجلة الأصلية	إجمالي بُعد الانغماس/ الكبح التجريبي
	محايد	0.15	1.95			-				النموذج التجريبي	
سادسا: التوجه طويل الأمد/ قصير الأمد											
1	موافق	0.43	2.77	76.7%	23	23.3%	7	0%	0	المجلة الأصلية	يعكس التصميم أن المجتمع ينتمي للثقافات ذات التوجه طويل الأمد التي ترتبط بالماضي وتلتزم بالثبات وتنشر الأخبار المفرحة دائما
2	معارض	0.40	1.10	3.3%	1	3.3%	1	93.3%	28	النموذج التجريبي	يعكس التصميم أن المجتمع ينتمي للثقافات قصيرة الأمد التي ترتبط بالمستقبل وتجنح نحو التغيير دائما وتنشر جميع الأخبار المفرحة والحزينة
2	معارض	0.43	1.23	0%	0	23.3%	7	76.7%	23	المجلة الأصلية	
1	موافق	0	3	100%	30	0%	0	0%	0	النموذج التجريبي	
-	محايد	0.26	2			-				المجلة الأصلية	إجمالي بُعد التوجه طويل الأمد/ قصير الأمد
	محايد	0.20	2.05			-				النموذج التجريبي	
-	محايد	0.21	2.10			-				المجلة الأصلية	إجمالي مقياس هوفستيد
	محايد	0.08	1.88			-				النموذج التجريبي	

يتضح من بيانات الجدول السابق: بالنسبة للاختبار القبلي (تصفح النموذج الأصلي للمجلة)، جاء توصيف العينة وفقاً لاستدلالاتهم على الأبعاد الثقافية لهوفستيد التي حققتها المجلة الأصلية كالآتي: جاء الاتجاه العام للعينة وفقاً لاستدلالاتهم على بعد التفاوت في القوى والنفوذ (مسافة السلطة) بالموافقة بمتوسط (2.68)، بينما جاء الاتجاه العام للعينة وفقاً لاستدلالاتهم على بعد تجنب القلق وعدم اليقين (رفض المخاطر) محايداً بمتوسط (2.02)، في حين جاء الاتجاه العام للعينة وفقاً لاستدلالاتهم على بعد

الجماعية مقابل الفردية محايداً بمتوسط (1.97)، وجاء الاتجاه العام للعينة وفقاً لاستدلالتهم على بعد الذكورة مقابل الأنوثة محايداً بمتوسط (1.97)، وجاء الاتجاه العام للعينة وفقاً لاستدلالتهم على بعد الانغماس/ الكبح محايداً بمتوسط (1.98)، وجاء الاتجاه العام للعينة وفقاً لاستدلالتهم على بُعد التوجه طويل الأمد/ قصير الأمد محايداً بمتوسط (2).

وبالنسبة للاختبار البعدي (تصفح النموذج التجريبي للمجلة)، جاء توصيف العينة وفقاً لاستدلالتهم على الأبعاد الثقافية لهوفستيد التي حققها النموذج التجريبي كالآتي: جاء الاتجاه العام للعينة وفقاً لاستدلالتهم على بعد التفاوت في القوى والنفوذ (مسافة السلطة) بالمعارضة بمتوسط (1)، بينما جاء الاتجاه العام للعينة وفقاً لاستدلالتهم على بُعد تجنب القلق وعدم اليقين (رفض المخاطر) محايداً بمتوسط (2)، وجاء الاتجاه العام للعينة وفقاً لاستدلالتهم على بعد الجماعة مقابل الفردية بمتوسط (2.02)، وجاء الاتجاه العام للعينة وفقاً لاستدلالتهم على بعد الذكورة مقابل الأنوثة محايداً بمتوسط (2.24)، وجاء الاتجاه العام للعينة وفقاً لاستدلالتهم على بعد الانغماس/ الكبح محايداً بمتوسط (1.95)، وجاء الاتجاه العام للعينة وفقاً لاستدلالتهم على بُعد التوجه طويل الأمد/ قصير الأمد محايداً بمتوسط (2.05).

جدول (19) توزيع العينة وفقاً لتحديدهم كيفية تأثير  
المجلة الأصلية والنموذج التجريبي على اكتساب الشباب قيماً معينة (ن = 30)

نسبة التغير	النموذج التجريبي		المجلة الأصلية		الأبعاد الثقافية والاجتماعية
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
0%	3.3%	1	3.3%	1	تغيير طريقة الكلام ونمط الملابس ونمط الطعام
26.7%	36.7%	11	10%	3	تغيير طريقة الحكم على الأشخاص والأشياء
26.6%	53.3%	16	26.7%	8	رفض الأفكار النمطية
30%	50%	15	20%	6	التسامح وعدم العنصرية وقبول الآخر
3.3%-	76.7%	23	80%	24	الاهتمام بالحفاظ على التراث والتاريخ والبيئة والحيوانات المهددة بالانقراض
30%-	53.3%	16	83.3%	25	تعزيز ثقافة الترحال والسفر واكتساب مهارات وخبرات وثقافات ولغات جديدة

يتضح من بيانات الجدول السابق: بالنسبة للاختبار القبلي (تصفح النموذج الأصلي للمجلة)، جاء توزيع العينة وفقاً لتحديدهم كيفية تأثير المجلة الأصلية على اكتسابهم قيماً معينة كالآتي: جاء التأثير على اكتساب قيم تعزيز ثقافة الترحال والسفر واكتساب مهارات وخبرات وثقافات ولغات جديدة في الترتيب الأول بنسبة 83%، بينما جاء التأثير على اكتساب قيم الاهتمام بالحفاظ على التراث والتاريخ والبيئة والحيوانات المهددة بالانقراض في الترتيب الثاني بنسبة 80%، وجاء التأثير على اكتساب قيم رفض الأفكار النمطية في الترتيب الثالث بنسبة 26%، وجاء التأثير على اكتساب قيم التسامح وعدم العنصرية وقبول الآخر في الترتيب الرابع بنسبة 20%، بينما جاء التأثير على اكتساب قيم تغيير طريقة الحكم على الأشخاص والأشياء في الترتيب الخامس بنسبة 10%.

وبالنسبة للاختبار البعدي (تصفح النموذج التجريبي للمجلة)، جاء توزيع العينة وفقاً لتحديدهم كيفية تأثير النموذج التجريبي على اكتسابهم قيماً معينة كالآتي: جاء التأثير على اكتساب قيم الاهتمام بالحفاظ على التراث والتاريخ والبيئة والحيوانات المهددة بالانقراض في الترتيب الأول بنسبة 76%، بينما جاء التأثير على اكتساب قيمتي رفض الأفكار النمطية وتعزيز ثقافة الترحال والسفر واكتساب مهارات وخبرات وثقافات ولغات جديدة في الترتيب الثاني بنسبة 53% لكل منهما، وجاء التأثير على اكتساب قيم التسامح وعدم العنصرية وقبول الآخر في الترتيب الثالث بنسبة 50%، وجاء التأثير على اكتساب

قيم تغيير طريقة الحكم على الأشخاص والأشياء في الترتيب الرابع بنسبة 36%، بينما جاء التأثير على اكتساب قيم تغيير طريقة الكلام ونمط الملابس ونمط الطعام في الترتيب الخامس بنسبة 3%.

### اختبار فروض الدراسة ومناقشتها:

1- الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين "قيمة هرمية السلطة" التي تعكسها المجالات السياحية الدولية والنموذج التجريبي المناظر لها و"تفضيل الأنظمة الوراثية في حكم الدول".

جدول (20) معنوية الفارق بين الاستدلال على قيمة هرمية السلطة

في المجالات وتفضيل الأنظمة الوراثية في حكم الدول

اختبار T-Test					المجلة الدولة
التعليق على اختبار T	القرار	معنوية إحصاء الاختبار	درجات الحرية	قيمة إحصاء اختبار T-Test	
يوجد فارق معنوي	نقبل الفرض	0.028	95.249	1.047	ماليزيا (سنتيا ماجين)

يتضح من بيانات الجدول السابق: بالنسبة لقيمة معنوية إحصاء الاختبار، كانت للمجلة الماليزية (0.028)، وجاءت أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وبذلك نقبل الفرض، وتتفق نتائج هذا الفرض مع دراسة بير ترام 2012<sup>(32)</sup>، التي فسرت سلوك الناس من خلال تقديم استنتاجات حول قصد الرؤساء وعقلهم وشخصيتهم، فقد قدمت هذه الدراسة استدلالاً على مدى هرمية السلطة والتنظيم داخل المجتمع لدى رؤساء الدول والشعوب في وقت واحد، لذلك بحثت فيما إذا كانت (القصد، والرغبة، والاعتقاد، والشخصية)، التي استتبعت في وقت واحد من خلال رصد استجابات السلوك، هل يمكن ترتيبها في تسلسل هرمي من الاحتمالية والسرعة لتحقيق التعميم على أفراد المجتمع كافة، وتضمنت الدراسة مجموعة واسعة من السلوكيات السلطوية، وعرضتها لفظياً وفيديوهات ديناميكية، وقيمت الاستنتاجات في كل من نموذج الاسترجاع (قياس احتمالية وسرعة الوصول إلى الاستنتاجات فور إجرائها)، وفي معالجة عبر الإنترنت لنموذج (قياس سرعة تكوين الاستدلالات أثناء مراقبة السلوك)، وقدمت خمس دراسات دليلاً على تسلسل هرمي للاستدلالات الاجتماعية - من القصد والرغبة إلى الاعتقاد إلى

الشخصية - يكون ثابتاً عبر العروض التقديمية اللفظية والمرئية، ويوازي الترتيب الموجود في البحث التنموي والرئيسيات. وقد اتفقت تلك النتائج مع دراسة فيليبو فيتولا، ونيكولا رايمو، وآخرون (2021)، هل الاختلافات الثقافية تؤثر على القضايا الأخلاقية؟ واستكشاف العلاقة بين الثقافة الوطنية وجودة القيم الأخلاقية. فقد هدفت الدراسة إلى سد هذه الفجوة من خلال تحليل تأثير أبعاد هوفستد، كتعبير عن الثقافة الوطنية، على جودة القيم الأخلاقية، من منظور الرقابة التنظيمية، وقد شمل التحليل 191 شركة دولية تنتمي إلى 29 دولة مختلفة وخمس قارات<sup>(35)</sup>.

2- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين "قيمة هرمية السلطة" التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها و"تفضيل النظام الجمهوري والديمقراطي في حكم الدول".

جدول (21) معنوية الفارق بين الاستدلال على قيمة هرمية السلطة

في المجالات وتفضيل النظام الجمهوري والديمقراطي في حكم الدول

اختبار T-Test					المجلة
التعليق على اختبار T	القرار	معنوية إحصاء الاختبار	درجات الحرية	قيمة إحصاء اختبار T-Test	الدولة
يوجد فارق معنوي	نقبل الفرض	0.039	72.473	1.669-	ماليزيا (سنتيا ماجزين)

يوضح الجدول معنوية الفروق بين الاستدلال على قيمة هرمية السلطة في المجالات السياحية الدولية وتفضيل النظام الجمهوري والديمقراطي، ويشير الجدول إلى أن قيمة معنوية إحصاء الاختبار كانت للمجلة الماليزية (0.039)، أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وبذلك نقبل الفرض، وترجع الباحثة السبب في ذلك إلى أن العينة الممثلة من الشباب المصري الذين تعرضوا للمجلة الماليزية لديهم معلومات مسبقة عن دولة ماليزيا، بحكم أن شباب اليوم أصبح أكثر اطلاعا ومعرفة بالسياقات السياسية والاجتماعية والثقافية عن دولة ماليزيا. وتتفق الدراسة الحالية مع دراسة مايكل مينكوف، وأنيلي كاسا (2020) "اختبار نموذج هوفستد للثقافة باتباع نهج الخاص"، التي استهدفت الكشف عن الدراسات الحديثة التي تتناول قضايا خطيرة بالاعتماد على نموذج هوفستد الشعبي للثقافة، وخاصةً أبعاده المتعلقة بتجنب عدم اليقين والذكورة

والأنوثة، وأشارت إلى أن تلك الدراسات لم تركز على القضايا المتعلقة بالعمل كما هو الحال في بحث هوفستد، وقد اتبعت الدراسة نهج هوفستد في أبعاده عن كتب أكثر من أي دراسة أخرى من قبل، واستخدمت بيانات من برنامج المسح الاجتماعي الدولي الممثل على المستوى الوطني (أكثر من 50000 مشارك من 47 دولة)، وقياس أهداف العمل والإجهاد المرتبط بالعمل بطريقة مماثلة لتلك الخاصة بهوفستد (36).

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تجنب القلق وعدم اليقين التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها والاعتقاد الفعلي للمستجيبين بقيمة التمسك بالأفكار التقليدية.

جدول (22) اختبار دلالة معامل الارتباط بين الاستدلال على قيمة التمسك بالأفكار

التقليدية في المجالات والاعتقاد الفعلي بتلك القيمة

اختبار T-Test					المجلة الدولة
التعليق على اختبار T	القرار	معنوية إحصاء الاختبار	درجات الحرية	قيمة إحصاء اختبار T-Test	
يوجد فارق معنوي	نقبل الفرض	0.027	23.655	0.35-	ماليزيا (سنتيا ماجزين)

يوضح الجدول معنوية الفروق بين الاستدلال على قيمة التمسك بالأفكار التقليدية في المجالات والاعتقاد الفعلي بتلك القيمة، ويشير الجدول إلى أن قيمة معنوية إحصاء الاختبار كانت للمجلة الماليزية (0.027)، وبذلك نقبل الفرض. ويتعلق بعد تجنب عدم اليقين بالطريقة التي يتعامل بها المجتمع مع حقيقة أن المستقبل لا يمكن أن يعرف أبداً، وهل يجب أن نحاول التحكم في المستقبل أم مجرد تركه يحدث؟ هذا الغموض يجلب معه القلق، وقد تعلمت الثقافات المختلفة التعامل مع هذا القلق بطرق مختلفة، يعكس ذلك المدى الذي تشعر به عينة الدراسة بالتهديد من المواقف والسياسات الغامضة أو غير المعروفة، ويتفق ذلك مع نتائج دراسة (سامح حامد ووفاء سلطان 2021)<sup>(33)</sup> التي استخدمت الاستبانة الاجتماعية عبر الإنترنت على 218 مستجيباً مصرياً، بتطبيق مقياس اضطراب القلق العام (GAD-7)، وكشفت أن 21.2% من المستجيبين يعانون من قلق شديد، و34.8% يعانون من قلق شديد معتدل، و25.2% يعانون من قلق متوسط، و18.8% يعانون من قلق خفيف، وأن النساء لديهن معدلات أكثر من القلق الشديد (37).



4- الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تجنب القلق وعدم اليقين التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها والاعتقاد الفعلي للمستجيبين بقيمة السعي إلى التجديد والابتكار. جدول (23) اختبار معنوية الفارق بين الاستدلال على قيمة السعي إلى التجديد والابتكار في المجالات والاعتقاد الفعلي بتلك القيمة

اختبار T-Test					المجلة الدولة
التعليق على اختبار T	القرار	معنوية إحصاء الاختبار	درجات الحرية	قيمة إحصاء اختبار T-Test	
يوجد فارق معنوي	نقبل الفرض	0.035	25,430	-2.226	ماليزيا (سنتيا ماجزين)

يوضح الجدول اختبار معنوية الفارق بين الاستدلال على قيمة السعي إلى التجديد والابتكار في المجالات والاعتقاد الفعلي بتلك القيمة، ويشير الجدول إلى أن قيمة معنوية إحصاء الاختبار كانت للمجلة الماليزية (0.035)، وبذلك نقبل الفرض، وترى الباحثة هنا أن بعد تجنب عدم اليقين يعبر عن الدرجة التي يشعر بها أفراد المجتمع بعدم الارتياح تجاه عدم اليقين والغموض، والقضية الأساسية هنا هي كيف يتعامل المجتمع مع حقيقة أن المستقبل لا يمكن أن يعرف أبداً: هل يجب أن نحاول التحكم في المستقبل أم مجرد تركه يحدث؟ وعينة الدراسة المصرية يفضلون الأفكار غير التقليدية في الاستمتاع بوقت فراغهم مع حب السفر والترفيه والتخلص من ضغوطات المستقبل. وتتفق هذه النتائج مع دراسة اجوستينو فوليرو، وألفونسو سيانو، وآخرون (2020) "الأبعاد الثقافية لهوفستد والمسؤولية الاجتماعية للشركات في التواصل عبر الإنترنت"، التي سعت إلى مقارنة البيئة الاتصالية المعروضة على المواقع الإلكترونية للشركات والمنظمات المستدامة، وقد توصلت إلى الهدف من خلال تقييم كيفية اختلاف الأبعاد الثقافية لهوفستد، المنعكسة في محتوى المسؤولية الاجتماعية لهذه الشركات، وإجراء مقارنة نقدية ثقافية بين الشركات في السياق الثقافي الآسيوي والمنظمات الأخرى في جميع أنحاء العالم، ووضعت الدراسة مخطط ترميز لتحليل التأثير الثقافي على محتوى اتصالات المسؤولية الاجتماعية لهذه الشركات على مواقع الإنترنت (38).

5- الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين "قيمة الجماعية" التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها و"الاعتقاد الفعلي للمستجيبين بتلك القيمة".

جدول (24) اختبار معنوية الفارق بين الاستدلال على قيمة الجماعية في المجالات والاعتقاد الفعلي بتلك القيمة

اختبار T-Test					المجلة الدولة
التعليق على اختبار T	القرار	معنوية إحصاء الاختبار	درجات الحرية	قيمة إحصاء اختبار T-Test	
يوجد فارق معنوي	نقبل الفرض	0.311	16.260	1.045-	ماليزيا (سنتيا ماجزين)

يوضح الجدول أن قيمة معنوية إحصاء الاختبار كانت للمجلة الماليزية (0.311)، وبذلك نقبل الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين "قيمة الجماعية" التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها و"الاعتقاد الفعلي للمستجيبين بتلك القيمة". وتتفق هذه النتائج مع دراسة سونغشان هوانجا، وجون كروتسب (2019) "العلاقات بين الأبعاد الثقافية لهوفستد ورضا السائحين: تحليل شامل عبر البلاد"، وأظهرت الارتباط ثنائي المتغير مع اختبارات التمهيد، وأن هذه الارتباطات متسقة بين أربعة من الأبعاد الثقافية الستة ورضا الزائر عبر العينتين، في حين وُجد أن الفردية والانغماس مرتبطان ارتباطاً إيجابياً برضا السائح، كما أن مسافة القوة والتوجه طويل المدى يرتبطان سلباً برضا السائح، وقد أسهمت هذه الدراسة في الأدبيات من خلال تقديم أدلة قوية على العلاقة بين الثقافة ورضا السائح ضمن إطار مبادئ التحيز الإنساني والقيم الثقافية الوطنية ورضا الزائرين عبر عينتين من الزوار الدوليين، وبشكل جماعي، فسرت هذه المقاييس للثقافة الوطنية ما بين 8% إلى 10% من الفروق الإجمالية لرضا الزائر الإجمالي (39).

6- الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين "قيمة الفردية" التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها و"الاعتقاد الفعلي للمستجيبين بتلك القيمة".

جدول (25) اختبار معنوية الفارق بين الاستدلال على قيمة الفردية

في المجالات والاعتقاد الفعلي بتلك القيمة

اختبار T-Test					المجلة الدولة
التعليق على اختبار T	القرار	معنوية إحصاء الاختبار	درجات الحرية	قيمة إحصاء اختبار T-Test	
يوجد فارق معنوي	نقبل الفرض	0.022	36.910	0.342	ماليزيا (سنتيا ماجزين)

يوضح الجدول أن قيمة معنوية إحصاء الاختبار كانت للمجلة الماليزية (0.022)، وبذلك نقبل الفرض، وتتفق النتائج مع دراسة أمنية ياقوت ومياء حفني (2015) "استخدام أبعاد هوفستيد الثقافية والديموغرافية ومصادر المعلومات كعوامل لمعرفة التوجيهات العاطفية والإدراكية إزاء صورة مصر"، وقد تناولت دور العوامل الديموغرافية وأبعاد هوفستيد الثقافية في اختيار مصادر المعلومات السياحية وتشكيل صورة الوجهة، والبحث في أدوات التسويق السياسي وصناعة العلامة التجارية الشخصية المستخدمة في إستراتيجيات الدعاية السياسية والانتخابية للقادة السياسيين المصريين، ومناقشة تأثير وسائل الإعلام التلفزيونية والصحفية في الطريقة التي يدرك بها المشاهد الواقع السياسي، وشخصياته، ودوره في التركيز على السمات الشخصية للقيادات السياسية، إلى جانب الآليات الإعلامية التي يتم بها صناعة الأيقونات السياسية.

7- الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستدلال على "قيمة الذكورة والأنوثة" التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها والتوجه الذكوري والأنثوي.

جدول (26) اختبار معنوية الفارق بين الاستدلال على قيمة الذكورة والأنوثة

اختبار T-Test					المجلة الدولة
التعليق على اختبار T	القرار	معنوية إحصاء الاختبار	درجات الحرية	قيمة إحصاء اختبار T-Test	
يوجد فارق معنوي	نقبل الفرض	0.005	26.326	0.591	ماليزيا (سنتيا ماجزين)

يوضح الجدول أن قيمة معنوية إحصاء الاختبار كانت للمجلة الماليزية (0.005)، وجميعها جاءت أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وبذلك نقبل الفرض، وتتفق هذه النتائج مع دراسة (هند البحيري 2017)<sup>(34)</sup>، التي أشارت نتائجها إلى أن رجلاً واحداً فقط من بين كل أربعة رجال في العالم العربي والشرق الأوسط يؤمن بالمساواة بين الجنسين وتكافؤ الفرص بين الرجال والنساء، وأظهرت الدراسة أن الغالبية العظمى من الرجال العرب الذين شملهم الاستطلاع في البلدان الأربعة يؤيدون المواقف التقليدية غير العادلة التي تركز العنف ضد المرأة، أو تحصر النساء في الأدوار التقليدية، وأكد ثلثا الرجال إلى أكثر من ثلاثة أرباعهم أن أهم عمل للمرأة هو "العناية بالمنزل"، وأن آراء غالبية النساء اللواتي تمت مقابلتهن لم تكن مختلفة عن آراء الرجال، فحوالي نصف النساء في البلدان الأربعة يدعمن المعتقدات نفسها، وليس لديهن فكرة عن حقوقهن وأدوارهن المحتملة.

8- الفرض الثامن: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستدلال على "قيمة الانغماس أو الكبح" التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها ودرجة الالتزام بالأعراف الاجتماعية أو الجنوح نحو إشباع الرغبات والانغماس في الملذات.

جدول (27) اختبار معنوية الفارق بين الاستدلال على قيمة الانغماس أو الكبح

اختبار T-Test					المجلة الدولة
التعليق على اختبار T	القرار	معنوية إحصاء الاختبار	درجات الحرية	قيمة إحصاء اختبار T- Test	
يوجد فارق معنوي	نقبل الفرض	0.029	31.351	1.125-	ماليزيا (سنتيا ماجزين)

يوضح الجدول أن قيمة معنوية إحصاء الاختبار كانت للمجلة الماليزية (0.029)، وبذلك نقبل الفرض، وترجع الباحثة تلك النتيجة إلى أن عينة الدراسة من المصريين، وقد حصلت مصر على درجات منخفضة جداً تبلغ 4 في هذا البعد وفقاً لتصنيف هوفستيد، ويظهر مصر كدولة شديدة الانضباط، إذ تميل المجتمعات ذات الدرجات المنخفضة في هذا البعد إلى السخرية والتشاؤم، وعلى عكس المجتمعات المتسامحة، لا تركز المجتمعات المقيدة كثيراً على وقت الفراغ وتتحكم في إشباع رغباتها، فلدى الأشخاص الذين لديهم هذا التوجه تصور أن أفعالهم مقيدة بالأعراف الاجتماعية، ويشعرون أن الانغماس في أنفسهم أمر خاطئ إلى حد ما.

9- الفرض التاسع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستدلال على "قيمة التوجه طويل/ قصير الأمد" التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها والالتزام بالثبات أو الجنوح نحو التغيير.  
جدول (34) اختبار معنوية الفارق بين الاستدلال على قيمة التوجه طويل/ قصير الأمد

اختبار T-Test					المجلة الدولة
التعليق على اختبار T	القرار	معنوية إحصاء الاختبار	درجات الحرية	قيمة إحصاء اختبار T-Test	
يوجد فارق معنوي	نقبل الفرض	0.005	95.249	1.047	ماليزيا (سنتيا ماجزين)

يوضح الجدول أن قيمة معنوية إحصاء الاختبار كانت للمجلة الماليزية (0.005)، وبذلك نقبل الفرض، وترجع الباحثة تلك النتيجة إلى وجود فروق كبيرة وواضحة في التصميم والإخراج بين النموذج الأصلي للمجلات والنموذج التجريبي، كما أن عينة الدراسة معيارية للغاية في ثقافتها، فالمصريون لديهم اهتمام كبير بإرساء الحقيقة المطلقة للتاريخ والتراث وإعلاء قيمة الماضي، كما أنهم يظهرون احتراماً كبيراً للتقاليد، وميلاً صغيراً نسبياً للادخار من أجل المستقبل، وتركيزاً على تحقيق نتائج سريعة.

#### • النتائج العامة للدراسة:

اعتمدت الباحثة في دراستها شبه التجريبية على إعادة تصميم المجلة الماليزية السياحية الأصلية مع تغيير القيم والأبعاد الثقافية التي تعكسها، بما يمكن أن تفيد منها المجالات والصحف عامة في تقديم أبعاد ثقافية تعكس الصورة الصحيحة للمجتمع الذي تصدر منه، وعليه جاءت نتائج الدراسة شبه التجريبية كالآتي:

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين "قيمة هرمية السلطة" التي تعكسها المجالات السياحية الدولية والنموذج التجريبي المناظر لها و"تفضيل الأنظمة الوراثية في حكم الدول" لدى عينة الدراسة.
- 2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين "قيمة هرمية السلطة" التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها وتفضيل النظام الجمهوري والديمقراطي في حكم الدول.

- 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تجنب القلق وعدم اليقين التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها والاعتقاد الفعلي للمستجيبين بقيمة التمسك بالأفكار التقليدية.
- 4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية ما بين تجنب القلق وعدم اليقين التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها والاعتقاد الفعلي للمستجيبين بقيمة السعي إلى التجديد والابتكار.
- 5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين "قيمة الجماعية" التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها و"الاعتقاد الفعلي للمستجيبين بتلك القيمة".
- 6- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين "قيمة الفردية" التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها و"الاعتقاد الفعلي للمستجيبين بتلك القيمة".
- 7- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستدلال على "قيمة الذكورة والأنوثة" التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها والتوجه الذكوري والأنثوي.
- 8- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستدلال على "قيمة الانغماس أو الكبح" التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها ودرجة الالتزام بالأعراف الاجتماعية أو الجنوح نحو إشباع الرغبات والانغماس في الملذات.
- 9- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستدلال على "قيمة التوجه طويل/ قصير الأمد" التي تعكسها المجالات السياحية الدولية أو النموذج التجريبي المناظر لها والالتزام بالثبات أو الجنوح نحو التغيير.

#### • توصيات الدراسة:

في ضوء النتائج التي تم الحصول عليها، يمكن اقتراح عدد من التوصيات التي يمكن أن تساعد في زيادة فاعلية تأثير تصميم وإنتاج مجلة سياحية من خلال عرض الأبعاد الثقافية التي تمثل الدولة، إضافة إلى القيم الداعمة ونقل صورة وطنية إيجابية عن البلد الذي تصدر عنه:

- 1- على الدول، وخاصة مصر، أن تولي مزيداً من الاهتمام لتنمية قطاع السياحة وتطويره ودعمه، من خلال استخدام وسائل الإعلام كافة، وخاصة المجالات السياحية.
- 2 - ضرورة استخدام برامج التصميم والإنتاج الحديثة لما لها من قدرة هائلة في تصميم الصفحة وتأثير إيجابي على المظهر النهائي للمجلة، حيث إن هذه البرامج ليست باهظة الثمن ومتاحة بسهولة، كما أنها تتيح إمكانية جديدة، وأشكالاً معاصرة لاستخدام حروف النص.
- 3- ضرورة اطلاع محرري مجلة السياحة المصرية على مجلات السياحة العالمية، ومراعاة أساليب تصميمها وإدارتها واستخدامها، إضافة إلى المشاركة في المؤتمرات والمسابقات المحلية والدولية، وأن تتبنى وزارة السياحة سياسات لدعم وتشجيع الابتكار المادي والمعنوي وتجديد المجالات السياحية.
- 4- لا بد من التأكيد هنا أن المجلة المصرية عند عرض موضوعاتها السياحية تغطي جميع أنواع السياحة في مصر، من سياحة دينية وترفيهية وثقافية وعلاجية، وأنواع أخرى من السياحة كسياحة المؤتمرات، ولا تركز فقط على السياحة الترفيهية والمناطق الساحلية.
- 5- ضرورة إصدار الدولة، ممثلة في وزارتي السياحة والثقافة، مجلات أسبوعية وشهرية تسهم بفاعلية في عرض الوجهات السياحية وتنشيط ودعم السياحة الوطنية والأجنبية، مع الحرص على جودتها وحدثتها، لتكون أساليب التصميم والإنتاج أكثر تنافسية لجذب القراء، مع مراعاة الأبعاد الثقافية في تصميم واتجاه الصحف والمجلات بشكل عام.
- 6- ضرورة تخلي محرري المجالات السياحية، خاصة في مصر، عن الإفراط في استخدام الجداول والفواصل واستبدالها بمسافات كلما أمكن، مع احترام قواعد الإدارة السليمة وعدم الاعتماد فقط على حس الموهبة والخبرة.
- 7- ضرورة دراسة الجمهور المهتم بالسفر وقراءة المطبوعات والمجلات السياحية، ودراسة اهتماماتهم وتفضيلاتهم الثقافية والمرئية وعناصر وطرق التوجيه وقاعدة بيانات ودليل للتفاعل مع القراء، من خلال تطوير مخطط أساسي للمجلة يساعد في التقييم المستمر لأداء المنشورات السياحية.
- 8- توجد حاجة لتطوير رؤية لأطروحات الدراسات الثقافية حول تصميم المطبوعات وإدارتها في مصر، تكون أوسع من تلك المقدمة في المناهج المدرسية المعاصرة، ومدرسة فرانكفورت في الثلاثينيات من القرن الماضي للدراسات الثقافية للمرأة، ودراسات التحليل

النفسي لوجهات النظر السيميائية وما بعد البنيوية، وفي بريطانيا والولايات المتحدة، يوجد تقليد طويل من الدراسات الثقافية يسبق فرنسا وألمانيا ودول أوروبية أخرى، وأنتجت البلدان أيضاً تقاليد غنية توفر موارد للدراسات الثقافية حول العالم.

### مراجع الدراسة:

- (1) Fernández, J. A. S., Martínez, J. M. G., & Martín, J. M. M. (2022) SAGE Journals , Newspaper Research Journal , Vol39, Issue1, pp50-66 .
- (2) Zhu, J. J., & Airey, D. (2021) Journal of International Management , Volume 27, Issue 1, March 2021, pp 100823.
- (3) Al-Ansi, A., Lee, J. S., King, B., & Han, H. (2021). Stolen history: Community concern towards looting of cultural heritage and its tourism implications. *Tourism Management*, 87, 104349.
- (4) Cuomo, M. T., Tortora, D., Foroudi, P., Giordano, A., Festa, G., & Metallo, G. (2021). Digital transformation and tourist experience co-design: Big social data for planning cultural tourism. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120345
- (5) Zou, Y., Meng, F., Bi, J., & Zhang, Q. (2021) , *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* , Volume27, Issue1, January/February 2020 , Pages 53-64
- (6) Wondirad, A., Kebete, Y., & Li, Y. (2021). Culinary tourism as a driver of regional economic development and socio-cultural revitalization: Evidence from Amhara National Regional State, Ethiopia. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100482
- (7) Walters, G., Huck, L., Robinson, R. N., & Stettler, J. (2021). Commercial hospitality in tourism: A global comparison of what culturally matters. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102939.
- (8) Minkov, M. and Kaasa, A. (2020), "A test of Hofstede's model of culture following his own approach", *Cross Cultural & Strategic Management*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/CCSM-05-2020-0120>
- (9) Wei, C., Dai, S., Xu, H., & Wang, H. (2020). Cultural worldview and cultural experience in natural tourism sites. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 241-249.
- (10) Lee, C. K., Ahmad, M. S., Petrick, J. F., Park, Y. N., Park, E., & Kang, C. W. (2020). The roles of cultural worldview and authenticity in tourists' decision-making process in a heritage tourism destination using a model of goal-directed behavior. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18, 100500.
- (11) Soldatenko, D., & Backer, E. (2019). A content analysis of cross-cultural motivational studies in tourism relating to nationalities. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38, 122-139
- (12) Songshan Huang, JohnCrottsb(2019) "Relationships between Hofstede's cultural dimensions and tourist satisfaction: A cross-country cross-sample examination ", *Tourism Management* , Volume 72, June 2019, Pages 232-241



- (13) Evripides Zantides,(2021) " Signs of National Identity in the Graphic Design of Cypriot Print Advertisements", The American Journal of Semiotics , published on January 27, 2021 ,available at: <https://doi.org/10.5840/ajs202112667>
- (14) شيماء أحمد عادل عبد العليم (2019)، إخراج الصحف الاقتصادية المصرية وعلاقته بتفضيلات القراء، رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة الزقازيق - كلية التربية النوعية - قسم العلوم الاجتماعية والإعلام برنامج الصحافة والنشر الإلكتروني).
- (15) Mariana Kitsa (2019) " Design of the newspaper as an important factor in attracting young audience ", National university – Iviv polytechnic , Ukraine , available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/design-of-the-newspaper-as-an-important-factor-in-attracting-young-audience>
- (16) رحاب هاني محمد (2017) "الإخراج الفني والرسوم التوضيحية وأثرهما في نجاح المجلة النسائية في مصر، مجلتا حواء ونصف الدنيا: دراسة تحليلية" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة حلوان - كلية الفنون الجميلة – الجرافيك).
- (17) رشا فوزي (2013) "إخراج الصحف الاقتصادية في مصر"، رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة المنصورة - كلية التربية النوعية - الإعلام التربوي).
- (18) Gul, M. (2013). Long-term Orientation, Perceived Consumer Effectiveness, and Environmentally Conscious Consumer Behavior: The Case of Turkey. International Journal OJ Marketing Studies, 5(S). <http://dx.doi.org/10.5539/ijms.v5n5p24>
- (19) دنيس كوش (2007): مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ترجمة منير السعيداني، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ص ص15-20.
- (20) حيا زيتون (2010) "آثار الأزمة المالية/ الاقتصادية العالمية على قطاع السياحة في مصر"، الطبعة الثانية، القاهرة: مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، ص 58.
- (21) دعاء رمضان محمد (2007) "الأنثروبولوجيا الرمزية في السياحة الماليزية"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة بني سويف - كلية الآداب – قسم الاجتماع).
- (22) Durriya H. Z. Khairullah , and Zahid.Y. Khairullah (2013) " Cultural Values and Decision-Making in China, International Journal of Business", Humanities and Technology Vol. 3 No. 2;pp1-12
- (23) Manjul Gupta (2021) ,Social network behavior inappropriateness: the role of individual-level espoused national cultural values, Information Technology & People, vol. ahead-of-print no. ahead-of-print, <https://doi.org/10.1108/ITP-05-2020-0301>.
- (24) Durriya H. Z. Khairullah , and Zahid.Y. Khairullah (2013) " Cultural Values and Decision-Making in China, International Journal of Business", Humanities and Technology Vol. 3 No. 2;pp1-12
- (25) Manjul Gupta (2021) ,Social network behavior inappropriateness: the role of individual-level espoused national cultural values, Information Technology & People, vol. ahead-of-print no. ahead-of-print, <https://doi.org/10.1108/ITP-05-2020-0301>
- (26) Filippo Vitolla, Nicola Raimo ,Michele Rubino , and Giovanni Maria Garegnani (2021) , Do cultural differences impact ethical issues? Exploring the relationship between national culture and quality of code of ethics, Journal of International Management , Volume 27, Issue 1, March 2021, pp 100823.
- (27) Suzanne McDonough (2011)Connecting Visual Design and Dofstede's Cultural Dimensions: the United States, Latin America and Spain, Master of Arts, College of Arts and Humanities at the University of Central Florida.
- (28) Nouf Khashman and Andrew Large (2013) Measuring Cultural Markers in Arabic Government Websites Using Hofstede's Cultural Dimensions, in Aaron Marcus (ed) Design, User Experience, and Usability: User Experience Design for Diverse Interaction

Platforms and Environments: Third International Conference, 1st part, Spring, pp 431-439

(29) Omneya M Yacout and Lamiaa I Hefny (2015) Use of Hofstede's cultural dimensions, demographics, and information sources as antecedents to cognitive and affective destination image for Egypt, *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 21(1) 37-52

(30) Hofstede, G. (2011). *Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context*. Online Readings In Psychology And Culture, 2(1). Pp 1-24.

(31) Hend El-Behary (2017)" 87% of Egyptian men believe women's basic role is to be housewives" available at: <https://egyptindependent.com/87-egyptian-men-believe-women-s-basic-role-be-housewives-study/>

(32) Bertram F Malle 1, Jess Holbrook(2012)" Is there a hierarchy of social inferences? The likelihood and speed of inferring intentionality, mind, and personality " available at: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/22309029/>

(33) Samah Hamed Rabei & Wafaa Osman Abd El Fatah(2021) " Assessing COVID19-related anxiety in an Egyptian sample and correlating it to knowledge and stigma about the virus " *Middle East Current Psychiatry* volume 28, Article number: 16.

(34) Kellner Douglas(2001): *communication and cultural studies: overcoming the Divide*, Available online ,<http://www.uta.edu/humalillumination>. Retrieved 14 th February 2001.

(35)Filippo Vitolla, Nicola Raimo ,Michele Rubino , and Giovanni Maria Garegnani (2021) , Do cultural differences impact ethical issues? Exploring the relationship between national culture and quality of code of ethics, **Journal of International Management** , Volume 27, Issue 1, March 2021, pp 100823.

(36)Minkov, M. and Kaasa, A. (2020), "A test of Hofstede's model of culture following his own approach", *Cross Cultural & Strategic Management*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/CCSM-05-2020-0120>

(37)Agostino Vollero, Alfonso Siano, Maria Palazzo and Sara Amabile(2020) " Hofstede's cultural dimensions and corporate social responsibility in online communication: Are they independent constructs? " , *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* , Volume27, Issue1, January/February 2020 , Pages 53-64

(39)Mikhaleva, Galina (2015) Cultural reflection Impact of European Media Education Strategies on Russian Media Education Development: *European Journal of Contemporary Education*, v14 n4 p239-244

(40)Omneya M Yacout and Lamiaa I Hefny (2015) Use of Hofstede's cultural dimensions, demographics, and information sources as antecedents to cognitive and affective destination image for Egypt, *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 21(1) 37-52

(\*) أسماء السادة المحكمين (مرتبين وفقاً للدرجة العلمية)

- أ. د/ أشرف جلال: أستاذ الإذاعة والتلفزيون في كلية الإعلام جامعة القاهرة.

- أ. د/ هالة كمال نوفل: أستاذ الإذاعة والتلفزيون في كلية الإعلام جامعة جنوب الوادي.

- أ. د/ هناء فاروق: أستاذ الصحافة في كلية الإعلام جامعة القاهرة.

- أ. د/ فتحي أحمد شهاب: أستاذ التصميم والإخراج الصحفي في قسم الطباعة والنشر والتغليف كلية الفنون التطبيقية جامعة حلوان.
- أ. د/ نصر مصطفى محمد: أستاذ نظم الطباعة في قسم الطباعة والنشر والتغليف كلية الفنون التطبيقية جامعة حلوان.
- أ. د/ سماح المحمدي: أستاذ الصحافة المساعد في قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- د/ أبو الحسن راشد: مدرس الإخراج الصحفي في قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة جنوب الوادي.

## References

- Fernández, J. A. S., Martínez, J. M. G., & Martín, J. M. M. (2022) SAGE Journals , Newspaper Research Journal , Vol39, Issue1, pp50-66 .
- (2) Zhu, J. J., & Airey, D. (2021) Journal of International Management , Volume 27, Issue 1, March 2021, pp 100823.
- (3) Al-Ansi, A., Lee, J. S., King, B., & Han, H. (2021). Stolen history: Community concern towards looting of cultural heritage and its tourism implications. *Tourism Management*, 87, 104349.
- (4) Cuomo, M. T., Tortora, D., Foroudi, P., Giordano, A., Festa, G., & Metallo, G. (2021). Digital transformation and tourist experience co-design: Big social data for planning cultural tourism. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120345
- (5) Zou, Y., Meng, F., Bi, J., & Zhang, Q. (2021) , Corporate Social Responsibility and Environmental Management , Volume27, Issue1, January/February 2020 , Pages 53-64
- (6) Wondirad, A., Kebete, Y., & Li, Y. (2021). Culinary tourism as a driver of regional economic development and socio-cultural revitalization: Evidence from Amhara National Regional State, Ethiopia. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100482
- (7) Walters, G., Huck, L., Robinson, R. N., & Stettler, J. (2021). Commercial hospitality in tourism: A global comparison of what culturally matters. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102939.
- (8) Minkov, M. and Kaasa, A. (2020), "A test of Hofstede's model of culture following his own approach", *Cross Cultural & Strategic Management*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/CCSM-05-2020-0120>
- (9) Wei, C., Dai, S., Xu, H., & Wang, H. (2020). Cultural worldview and cultural experience in natural tourism sites. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 241-249.
- (10) Lee, C. K., Ahmad, M. S., Petrick, J. F., Park, Y. N., Park, E., & Kang, C. W. (2020). The roles of cultural worldview and authenticity in tourists' decision-making process in a heritage tourism destination using a model of goal-directed behavior. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18, 100500.
- (11) Soldatenko, D., & Backer, E. (2019). A content analysis of cross-cultural motivational studies in tourism relating to nationalities. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38, 122-139
- (12) Songshan Huang, John Crotsb (2019) "Relationships between Hofstede's cultural dimensions and tourist satisfaction: A cross-country cross-sample examination ", *Tourism Management* , Volume 72, June 2019, Pages 232-241
- (13) Evripides Zantides, (2021) " Signs of National Identity in the Graphic Design of Cypriot Print Advertisements", *The American Journal of Semiotics* , published on January 27, 2021 ,available at: <https://doi.org/10.5840/ajs202112667>
- Abd alealim, S. (2019), 'iikhrāj alshuhuf alaiqtisadiyat almisriyat waealafatuh bitafdilat alqira'a, risalat dukturat ghayr manshura (jami'at Alzaqaziq - kuliyat altarbiyat alnaweiāt - qism aleulum alaijtima'iat wal'ielam barnamaj alsahafat walnashr al'iiliktruni).
- (15) Mariana Kitsa (2019) " Design of the newspaper as an important factor in attracting young audience ", National university – Lviv polytechnic , Ukraine , available

at: <https://cyberleninka.ru/article/n/design-of-the-newspaper-as-an-important-factor-in-attracting-young-audience>

-Muhamad, R. (2017) "al'ikhraj alfaniyi walrusum altawdhiat wa'atharuhuma fi najah almajalat alnisayiyat fi masr, majalatan hawaa' wanisf aldunya: dirasat tahliliatan "risalat majistir ghayr manshura (jamieat hulwan - kuliyat Alfunun aljamilat - aljirafik).

-Fawzi, R (2013) "'ikhraj alsuhuf alaiqtisadiat fi masra", risalat dukturat ghayr manshura (jamieat Almansurat - kuliyat altarbiat alnaweiat - al'ielam altarbwi).

(18) Gul, M. (2013). Long-term Orientation, Perceived Consumer Effectiveness, and Environmentally Conscious Consumer Behavior: The Case of Turkey. *International Journal OJ Marketing Studies*, 5(S). <http://dx.doi.org/10.5539/ijms.v5n5p24>

-Kush, D. (2007): mafhum althaqafat fi aleulum aliajtimaeiati, tarjamat Munir Alsaaidani, Beirut, markaz dirasat Alwahdat alearabiati, 15- 20.

-Zaytun, H. (2010) "athar al'azmat almaliati/ alaiqtisadiat alealamiat ealaa qitae alsiyahat fi Masr", altabeat althaaniatu, Alqahira: markaz almaelumat wadaem aitikhadh alqarar, 58.

-Muhamad, D. (2007) "al'anhrubuluja alramziat fi alsiyahat almaliziati", risalat majistir ghayr manshura (jamieat Bani Suayf - kuliyat aladab - qism Alaijtimaie).

(22)Durriya H. Z. Khairullah , and Zahid.Y. Khairullah (2013) " Cultural Values and Decision-Making in China, *International Journal oj Business*", *Humanities and Technology Vol. 3 No. 2*;pp1-12

(23) Manjul Gupta (2021) ,Social network behavior inappropriateness: the role of individual-level espoused national cultural values, *Information Technology & People*, vol. ahead-of-print no. ahead-of-print, <https://doi.org/10.1108/ITP-05-2020-0301>.

(4)(24) Durriya H. Z. Khairullah , and Zahid.Y. Khairullah (2013) " Cultural Values and Decision-Making in China, *International Journal oj Business*", *Humanities and Technology Vol. 3 No. 2*;pp1-12

(25) Manjul Gupta (2021) ,Social network behavior inappropriateness: the role of individual-level espoused national cultural values, *Information Technology & People*, vol. ahead-of-print no. ahead-of-print, <https://doi.org/10.1108/ITP-05-2020-0301>

(26) Filippo Vitolla, Nicola Raimo ,Michele Rubino , and Giovanni Maria Garegnani (2021) , Do cultural differences impact ethical issues? Exploring the relationship between national culture and quality of code of ethics, *Journal of International Management* , Volume 27, Issue 1, March 2021, pp 100823.

(27) Suzanne McDonough (2011)Connecting Visual Design and Dofstede's Cultural Dimensions: the United States, Latin America and Spain, Master of Arts, College of Arts and Humanities at the University of Central Florida.

(28) Nouf Khashman and Andrew Large (2013) Measuring Cultural Markers in Arabic Government Websites Using Hofstede's Cultural Dimensions, in Aaron Marcus (ed) *Design, User Experience, and Usability: User Experience Design for Diverse Interaction Platforms and Environments: Third International Conference*, 1st part, Spring, pp 431-439

(29) Omneya M Yacout and Lamiaa I Hefny (2015) Use of Hofstede's cultural dimensions, demographics, and information sources as antecedents to cognitive and affective destination image for Egypt, *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 21(1) 37-52.

- (30) Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. Online Readings In Psychology And Culture, 2(1). Pp 1-24.
- (31) Hend El-Behary (2017)" 87% of Egyptian men believe women's basic role is to be housewives" available at: <https://egyptindependent.com/87-egyptian-men-believe-women-s-basic-role-be-housewives-study/>
- (32) Bertram F Malle 1, Jess Holbrook(2012)" Is there a hierarchy of social inferences? The likelihood and speed of inferring intentionality, mind, and personality " available at: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/22309029/>
- (33) Samah Hamed Rabei & Wafaa Osman Abd El Fatah(2021) " Assessing COVID19-related anxiety in an Egyptian sample and correlating it to knowledge and stigma about the virus " Middle East Current Psychiatry volume 28, Article number: 16.
- (34) Kellner Douglas(2001): communication and cultural studies: overcoming the Divide, Available online ,[http:// www.uta.edu/humalillumination](http://www.uta.edu/humalillumination). Retrieved 14 th February 2001.
- (35) Filippo Vitolla, Nicola Raimo ,Michele Rubino , and Giovanni Maria Garegnani (2021) , Do cultural differences impact ethical issues? Exploring the relationship between national culture and quality of code of ethics, **Journal of International Management** , Volume 27, Issue 1, March 2021, pp 100823.
- (36) Minkov, M. and Kaasa, A. (2020), "A test of Hofstede's model of culture following his own approach", Cross Cultural & Strategic Management, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/CCSM-05-2020-0120>
- (37) Agostino Vollero, Alfonso Siano, Maria Palazzo and Sara Amabile(2020) " Hofstede's cultural dimensions and corporate social responsibility in online communication: Are they independent constructs? " , Corporate Social Responsibility and Environmental Management , Volume 27, Issue 1, January/February 2020 , Pages 53-64
- (39) Mikhaleva, Galina (2015) Cultural reflection Impact of European Media Education Strategies on Russian Media Education Development: European Journal of Contemporary Education, v14 n4 p239-244
- (40) Omneya M Yacout and Lamiaa I Hefny (2015) Use of Hofstede's cultural dimensions, demographics, and information sources as antecedents to cognitive and affective destination image for Egypt, Journal of Vacation Marketing, Vol. 21(1) 37-52

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

---

## Chairman: Prof. Mohamed Elmahasawy

President of Al-Azhar University

---

## Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Mahmoud Abdelaty

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

### Prof. Fahd Al-Askar

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

### Prof. Abdullah Al-Kindi

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

### Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Managing Editor: Prof. Arafa Amer

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

---

## Editorial Secretaries:

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

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

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

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

---

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

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

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

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 62 July 2022 - part 1

● Deposit - registration number at Darekhotob almasrya /6555

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

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

## Rules of Publishing

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

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