



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الاعلام والاتصال

مذكرة مكملة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان: العلوم الإنسانية

شعبة: علوم الاعلام والاتصال

التخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

ب عنوان

صناعة المحتوى الثقافي ودوره في ترويج السياحة الداخلية

(دراسة تحليلية لصفحة فايسبوك صانع المحتوى خبيب

في الفترة ما بين 2022 و 2024)

من اعداد الطالبتين:

محمة شهر زاد

بابو ريمياء

نوقشت وأجريت بتاريخ: 2025/06/01

امام اللجنة المكونة من السادة:

رئيسا	استاذ - جامعة ورقلة	بوحنية قوي
مشرفا ومقررا	دكتور محاضر جامعة ورقلة	د. محمد السعيد بن غنيمة
مناقشا	أستاذ - جامعة ورقلة	فاروق اهناني

دفعة: 2025/ 2024



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الاعلام والاتصال

مذكرة مقدم لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان: العلوم الإنسانية

شعبة: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

بعنوان

صناعة المحتوى الثقافي ودوره في ترويج السياحة الداخلية

(دراسة تحليلية لصفحة فايسبوك صانع المحتوى خبيب

في الفترة ما بين 2022 و 2024)

من اعداد الطالبتين:

حممة شهر زاد

بابو رميصاء

نوقشت وأجريت بتاريخ: 2025/06/01

امام اللجنة المكونة من السادة:

رئيسا	استاذ - جامعة ورقلة	بوحنية قوي
مشرفا ومقررا	دكتور محاضر جامعة ورقلة	أ. محمد السعيد بن غنيمة
مناقشا	استاذ - جامعة ورقلة	فاروق اهناني

دفعة: 2025/2024

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه أجمعين وبعد أشكر الله العلي القدير الذي من علينا بالصبر والتوفيق على إتمام هذه الدراسة

يسعدنا أن نتقدم بالشكر والتقدير للأستاذ غرياني عبد حميد الذي لم يخل علينا لا بوقته ولا افكاره ولا بتوجيهاته الشديدة لإثراء هذه الدراسة، ونتقدم بالشكر للأستاذ بن غنيم السعيد على فضله بقبول الإشراف على هذا البحث، كما نتقدم بجزيل الشكر للأساتذة الافاضل الذين تلقينا منهم العلم والمعرفة طيلة مرحلة الدراسة وكل من وقف معنا من بعيد او قريب بمجده ووقته ودعاءه.

وختاما ندعو الله أن يتقبل عملنا هذا خالصا لوجهه الكريم.

ملخص الدراسة:

تنطلق هذه الدراسة من عنوان صناعة المحتوى الثقافي ودوره في ترويج السياحة الداخلية، هدفنا لمعرفة دور والتأثيرات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والأساليب المستعملة في ذلك وأيضاً التعرف على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية استغلالها من طرف الشركات التي تستعين بصانعي المحتوى لتحقيق الترويج، حيث تنتمي دراستنا هذه إلى الدراسات الوصفية والتي اعتمدنا فيها على منهج تحليل المحتوى وأجريت على العينة القصدية، إذ اعتمدنا فيها على استمارة تحليل محتوى وخلصت هذه الدراسة إلى عدة نتائج منها: المؤثر خبيب ساهم في ترويج السياحة الداخلية الجزائرية من خلال نشره للفيديوهات المحفزة الذي قدمها، وحقق نجاحاً باهراً في التفاعلات للفيديوهات وزرع روح التحفيز في المؤثرين.

Abstract in English:

This study, titled "the role of content creators in tourism promotion" aims to explore the influence and role of content Creator through social media platforms and how companies utilize them by collaborating with content creators for promotional purposes. This research falls under descriptive studies and employs the content analysis method. The study was conducted on a purposive sample using a content analysis form. The findings revealed several outcomes, including that the influencer khoubai contributed to promoting Algerian tourism videos which achieved remarkable engagement and inspired other influencers.

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
I	شكر وتقدير
II	ملخص الدراسة
IV	فهرس المحتويات
VI	فهرس الجداول
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
02	إشكالية الدراسة
03	تساؤلات الدراسة
03	فرضيات الدراسة
04	أسباب الدراسة
04	أهمية الدراسة
05	أهداف الدراسة
06	تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة
09	مجالات الدراسة
10	الدراسات السابقة
16	منهج الدراسة
17	أدوات جمع البيانات
18	مجتمع البحث
18	عينة الدراسة
19	النظرية المستخدمة في الدراسة

	الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
23	تمهيد
24	عرض وتحليل البيانات
44	النتائج العامة للدراسة
47	خلاصة عامة للنتائج
49	الخاتمة
51	قائمة المراجع
53	الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	فئة الشكل للمحتوى الأول (مدينة وهران الباهية)	24
02	فئة الشكل للمحتوى الثاني (شاطئ لاقيتار)	28
03	فئة الشكل للمحتوى الثالث (مدينة القالة)	29
04	فئة الشكل للمحتوى الرابع (قصر لالة فاطمة)	32
05	فئة الشكل للمحتوى الخامس (شوارع غرداية العريقة)	34
06	فئة الشكل للمحتوى السادس (مدينة بوسعادة)	35
07	فئة الشكل للمحتوى السابع (عرق السيوف بلدية خبانة)	38
08	فئة الشكل للمحتوى الثامن الأميرة الهلالية مباركة بنت الخص	40
09	فئة الشكل للمحتوى التاسع (أسرار قصر بن يزقن بغرداية)	42

مقدمة

تعتبر السياحة من أكثر الصناعات تطورا في العالم وذلك لما تحققه من نجاح على المستوى الاقتصادي، الثقافي والاجتماعي للدولة فتعتبر من اهم مصادر الدخل لجميع بلدان العالم حيث تعتمد العديد من الدول على السياح الذين يزورونهم للاستمتاع بما تحتويه من مناظر طبيعية كمصدر رئيسي للدخل، تتميز الجزائر بالعديد من المقومات السياحية فهي تقع في الضفة الجنوبية الغربية لحوض المتوسط، وتحتل مركزا محوريا في المغرب العربي وإفريقيا والبحر الأبيض المتوسط، بفضل طابعها الجغرافي، فمن ناحية التضاريس بسبب اتساع مساحة أراضيها ،فجد الشريط الساحلي يمتد من لأكثر من 1200 كم ويتميز هذا الساحل الطويل بسلاسل جبلية خضراء بالإضافة الى المواقع التاريخية والثقافات المحلية الغنية والمتنوعة و المناظر الطبيعية الصحراوية ،فهي تسعى لتطور وارتقاء هذه المقومات والاهتمام بالمرافق السياحية الداخلية ، وفتح فرص الاستثمارات الداخلية.

حيث تعتبر السياحة من أبرز القطاعات الحيوية التي تساهم في تعزيز الاقتصاد ومؤشر من المؤشرات الاقتصادية والذي يعتمد عليه العديد من الدول العربية والغربية كمصدر من مصادر التنمية الاقتصادية والمساهمة في رفع النمو الاقتصادي، حيث تعتبر السياحة من البنيات الأساسية للاقتصاد المحلي، حيث أصبحت العوائد السياحية تشكل نسبة كبيرة من الناتج الداخلي الخام، إضافة إلى الآثار التي تخلفها نظرا لتبادل الثقافات والحضارات بين شعوب العالم المختلفة وتعرف السياحة على ثقافات وتقاليد جديدة.

ومع ما عرفه العالم من تطورات تكنولوجية ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي والتي بدورها ربطت العالم بفضائها الواسع وأصبحت جزءا لا يتجزأ من العالم، وانتشرت على نطاق واسع نظرا لكونها ملجأ لنقل الأفكار والتعبير عن الآراء المختلفة، فمع مرور الوقت تحولت إلى مجال للتسويق والترويج للخدمات المختلفة من خلال مشاركة المحتوى والتفاعل مع الآخرين، ومن اهم مواقع التواصل الاجتماعي نجد الفاسبوك والذي يعتبر من اشهر المنصات الذي يستخدم لنشر الفيديوهات والصور ومشاركة مجموعة من الأخبار و القضايا،

حيث يعتبر من مواقع التواصل الاجتماعي الوسطة بين صانعي المحتوى والجمهور للتعبير عن رأيهم وترويج محتوهم والتأثير على الجمهور والتفاعل معهم.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

إشكالية الدراسة

تحظى صناعة المحتوى بأهمية كبيرة في تأثير على اختيار الوجهة السياحية للأفراد في عصرنا الحالي، بفضل التطورات التكنولوجية وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح من السهل على الأفراد الاطلاع على مقالات السفر، والمدونات، ومقاطع الفيديو السياحية والمرجعات من المسافرين السابقين بسهولة، وتلهم الآخرين وتشجعهم على زيارة الأماكن التي تمت مشاركتها، تؤكد صناعة المحتوى على أهمية لها في توجيه اهتمامات الأفراد على اختيار الوجهات السياحية، وتساهم في تكوين الصورة الإيجابية حول الوجهات، وتعزز الرغبة في زيارتها.

صناعة المحتوى عبارة عن المادة التي يتم تحويلها من الفكرة الاعتيادية أو الخبر الى مادة جديدة و مغايرة للرؤيا التي تهدف الى معنى مغاير، ومن اسم الصناعة فهي تعني إنشاء جديد يبث عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تتمثل صناعة المحتوى السياحي في التثقيف وزيادة المعرفة وجذب الجمهور المحتمل للمتجر أو الموقع، حيث تؤثر صناعة المحتوى في الجمهور وتدفعهم لاكتشاف الثقافات و المواقع مع خلق مجموعة تفاعلات إيجابية معهم، كما تسعى صناعة المحتوى السياحي الى تزويد الجمهور بمجموعة من المعلومات المفيدة والمجانية من خلال عرض مجموعة من الفيديوهات والصور والمنشورات، وتساهم في الترويج السياحي من خلال التحفيز والتشجيع على السياحة.

يعتبر التراث الثقافي كنز الأمة به تحافظ على هويتها وتتميز بخصوصياتها عن باقي الشعوب وتسعى دوما للحفاظ عليه والتشبث به ومحاولة إحيائه وبعته من الجديد، فاختلقت طرق الحفظ ونشر التراث حسب الأزمنة، فبالبداية كانت تستعمل الوسائل التقليدية في تسجيل المعلومات، حيث بدأ يدون الإنسان معلوماته بالنقش على الصخور وعلى الجلود او الكتابة على الورق، وبالنسبة للتراث اللامادي كان يحفظ في أدهان العائلات ويتوارث جيلا عن جيل، إلا أن ما شهده العالم في الأونة الأخيرة من تحولات كبرى تحت تأثير ثورة المعلومات والتكنولوجيا الاتصال التي حولت العالم الى قرية صغيرة تتحرك فيه الأفكار والمعلومات والتكنولوجيا والإنسان بكل حرية ودون قيد، فأصبحت المجتمعات العربية تواجه

تحديا كبيرا أمام اختراق مجالها الثقافي وتهديد خصوصياتها الثقافية، كما أنه من الضروري حماية موروثها الثقافي والدفع به نحو العالم الافتراضي.

فالجزائر كغيرها من الدول كرسّت جهودا للحفاظ على هويتها الثقافية وموروثها الثقافي من خلال توفير الأدوات والوسائل وأطر العمل للمساعدة في أحيائه وجعله وسيلة ثقافية ذات أبعاد بيئية واجتماعية واقتصادية، فمن الوسائل التي لجئ إليها الأشخاص للحفاظ على هذا الموروث الثقافي هي التكنولوجيا الحديثة حيث أصبحت حتمية في عصرنا الحالي يستغلها الأذكاء في الاستثمار الرقمي لتسحين الأداء وزيادة المردودية الإنتاجية وهو ما يقوم به صانع المحتوى بالجزائر من خلال استغلال منصات التواصل الاجتماعي من أجل الترويج للتراث الثقافي المحلي حيث يهتم صانع المحتوى الجزائري **خبيب** ترويج السياحة الداخلية لمجموعة من المناطق الجزائرية المختلفة والمتنوعة وإبراز مقوماتها ومنتجاتها السياحية لتحفيز السياح على زيارتها لما فيه من وسائل جذب وزيادة من الحركة السياحية في التعريف على المستوى المحلي، ومنه نطرح التساؤل التالي:

ما دور صناعة المحتوى الثقافي في ترويج السياحة الداخلية؟

+تساؤلات الدراسة:

✓ ما الطابع الترويجي الذي اتخذه صانع المحتوى الثقافي خبي للترويج للموروث الجزائري والسياحة الداخلية؟

✓ ما دور صانعي المحتوى الثقافي في إبراز الأماكن والمناطق السياحية الداخلية؟

✓ ما دور صانعي المحتوى الثقافي في إبراز الموروث الثقافي الجزائري؟

+فرضيات الدراسة

وللإجابة على هذا التساؤل صيغت فرضية رئيسية على النحو التالي:

- ✓ اعتمد صانع المحتوى خبيب العديد من أشكال المضامين لترويج لتراث الجزائري والسياحة الداخلية.
- ✓ يساهم صانع المحتوى خبيب في ترويج الأماكن والمناطق السياحية الداخلية، حيث أثر على الجمهور وحفزهم للتعرف على المناطق السياحية.
- ✓ يساهم صانعي المحتوى بشكل كبير في إبراز الموروث الثقافي الجزائري المادي واللامادي.

✚ أسباب اختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

- الاهتمام الشخصي بمحتوى خبيب والرغبة في دراسته.
- الرغبة في اكتشاف المناطق والأماكن السياحية الداخلية الجزائرية.
- الرغبة في إبراز المقومات السياحية والتراث الثقافي التي تتمتع بها الجزائر.
- الرغبة في إبراز دور صانعي المحتوى في ترويج السياحة الداخلية الجزائرية.

أسباب موضوعية:

- توضيح أهمية ترويج السياحة الداخلية بالنسبة للاقتصاد المحلي.
- تسليط الضوء على التراث والموروث الثقافي الذي تزخر به الجزائر.
- إبراز الدور الذي يلعبه صانعي المحتوى في التأثير على الجمهور.
- إبراز أهمية الموضوع بالنسبة للمؤسسات والوكالات السياحية خصوصا في ظل العولمة وانتشار الانترنت.

✚ أهمية الدراسة

تكمن الأهمية العلمية للدراسة في تناول موضوع ظهر في الآونة الأخيرة وهو مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية الاستفادة منها داخل القطاع السياحي في الجزائر خاصة في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال.

أما الأهمية العملية للدراسة تتمثل في الوقوف على الوضع الحالي لاستخدام صانعي المحتوى لمواقع التواصل الاجتماعي للتعريف بمقومات السياحة الجزائرية التي تعتبر الوسيلة الأساسية التي يعتمد عليها صناع المحتوى لترويج محتوهم وأفكارهم وتأثيرهم على الجمهور وإبراز دور صناعة المحتوى في التعريف بالمناطق السياحية الجزائرية، وزيادة الوعي بالتراث الثقافي للبلاد وتسليط الضوء على الموروث الثقافي والمواقع السياحية التي تتمتع بها الجزائر، وتعزيز السياحة فيها ينعكس إيجابياً وتسليط الضوء على التنوع الثقافي في الجزائر وتفرد من منطقة إلى أخرى، مما يساعد في تعزيز الهوية الثقافية للبلاد، وهو ما يمكن أن ينعكس إيجابياً على الاقتصاد المحلي للبلاد.

🚩 أهداف الدراسة:

يعتبر مجال البحث العلمي واسعاً، وتختلف أهدافه وتعدد معطياته، ويهدف تبني موضوع معين الى سد الفضول المعرفي الذي يلزمه وإزالة الغموض على بعض القضايا لذلك تهدف دراسة صانعي المحتوى ودورها في الترويج السياحي إلى الأهداف التالية:

- ✓ التأكيد على الأهمية الكبرى التي تلعبها مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفاسبوك وضرورة استخدامها لتنشيط السياحة في الجزائر.
- ✓ دراسة ماهية مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة الواقع الفعلي لمدى استخدامها بين صانعي المحتوى والمؤثرين.
- ✓ التعرف على مدى تأثير مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي والدور الذي يلعبه صانعي المحتوى في التعريف بالمقومات السياحية في الجزائر.
- ✓ محاولة فهم كيف تؤثر محتويات صناع المحتوى على الجمهور وتفاعلاتهم، مما يساعد في تقييم فعالية استراتيجيات الترويج عن طريقهم.
- ✓ استكشاف الأنماط السلوكية للمتلقين، وكيفية استجابة المجتمع للمحتوى السياحي والثقافي.

- ✓ فهم التأثيرات الاجتماعية والاقتصادية لصناعة المحتوى الثقافي والسياحي على المجتمعات المحلية، وكيف يمكن أن تساهم في الترويج السياحي والثقافي.
- ✓ استعراض وتحليل تجربة "خبيب" كأحد صناعات المحتوى الثقافي في الترويج للسياحة والتراث الثقافي الجزائري.

✚ تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

تعتبر مرحلة تحديد مفاهيم الدراسة من اهم مراحل البحث العلمي وخلال الدراسة الحالية سيتم استعراض عديد المفاهيم وهي على النحو التالي:

صناعة المحتوى:

* هي عملية توليد الأفكار عن موضوعات تتاسب جمهور معين ثم عرض تلك الأفكار على شكل محتوى مكتوب أو مرئي والذي يستطيع أن يحصل عليه هذا الجمهور عن طريق صفحته على الويب أو فيديو أو انفوجرافيك وغيرها من الصور.¹

* هي عبارة عن الشيء الذي يتم التعريف عنه من خلال الكلام أو من خلال الكتابة أو الصور أو من خلال الفنون المعبرة أو الفيديوهات، تعبر عن شخص يقوم بصناعة محتوى معين ولكن من الصعب ان يكون هذا المحتوى معبر ومؤثر ويعطي المعنى الحقيقي للهدف المطلوب.²

إجرائيا: صناعة المحتوى تعرف عن الشيء من خلال الوسائط والأساليب المعبرة منها كلام والصور والفيديوهات التي تعبر عن المحتوى المراد التعريف عنه.

الثقافة

¹ مصطفى سليمان، الدليل الشامل لصناعة المحتوى، جامعة الفاشر، السودان، 2021، ص05

² حميدي نصري، دور صناعة المحتوى في تشكيل الرأي العام الجزائري، دراسة مسحية من متابعي صفحة هشام دوف على انستغرام، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، جامعة مديّة، 2021، ص40

لغة: تعرف الثقافة بأنها جملة من العلوم والمعارف والفنون التي يطلب الحذق بها.¹

اصطلاحاً: هي الرقي في أفكار النظرية، وذلك يشمل الرقي في القانون والسياسة والإحاطة بقضايا التاريخ المهمة والرقي في الأخلاق أو السلوك أو أمثال ذلك من اتجاهات النظرية.²

وتعرف أيضاً على أنها تنظيم للسلوك المكتسب والنتائج ذلك السلوك يشترك في مكوناتها الجزئية أفراد معينة وينتقل عن طريق هؤلاء الأفراد.

إجرائياً: هي مجموعة من الأفكار والمعلومات التي تنشر في مجتمع ما بسبب التأييد الاجتماعي لها، ويكون أساسها التراث.

الترويج:

لغة: روج، رواجاً، روجه ترويجاً.³

اصطلاحاً: يعرف بالتنسيق بين جهود البائع في إقامة منافذ المعلومات وتسهيل بيع السلعة أو الخدمة أو قبول فكرة معينة.⁴

ويعرف على أنه يمثل الاتصال بالآخرين وتعريفهم بالمنتج وحثهم للحصول عليه، وبالتالي تنشيط الطلب و زيادة المبيعات وتحقيق أرباح ويتم بوسائل الاتصال.⁵

إجرائياً: هي عبارة عن استراتيجيات يقوم بها صناع المحتوى لإقناع الجمهور والتأثير على رأيهم عن طريق العديد من الوسائل كمواقع التواصل الاجتماعي.

السياحة:

لغة: ساح في الأرض تعني ذهب وسار على وجه الأرض.

¹ لزهر مساعديه، في مفهوم الثقافة وبعض مكوناتها، المركز الجامعي، ميله، ع 9، 2017، ص34

² لزهر مساعديه، المرجع السابق

³ بشير العلاق، الترويج الإلكتروني والتقليدي، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص13

⁴ بشير العلاق، نفس المرجع، ص13

⁵ كمال مولوح، تأثير الترويج على سلوك المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، جامعة البليدة، 2005، ص20

اصطلاحاً: هي مجموعة من الأنشطة الحضارية والاقتصادية الخاصة بانتقال الأفراد إلى بلاد خارج بلادهم، وإقامتهم لا تقل عن 24 ساعة لأي غرض كان ماعدا العمل الذي يدفع أجره داخل البلد المزار.¹

هي نشاط يحتوي عمليتي إنتاج واستهلاك تحتم تنقلات خاصة بها خارج مقر الإقامة الأصلي ليلة على الأقل، حيث يكون السبب التسلية، لتدوي، الاجتماعات، زيارات مقدسة دينية، تجمعات رياضية.¹

إجرائياً: تعتبر السياحة مجموعة من الأعمال والوظائف التي تخدم السياح، فهي وسيلة من وسائل التسويق التي تعرف بخصائص مجموعة من الوجهات المخصصة للسفر.

الترويج السياحي:

هو عملية اتصال تسويقية مباشر أو غير مباشر تعمل على توصيل البيانات والمعلومات للسائح عن الفكرة أو الخدمة السياحية المراد الترويج لها، وإقناعه وحثه للحصول على الخدمات السياحية عن طريق وكلاء سياحية وعبر مختلف وسائل الترويج المقنعة والتي تسمى بالمزيج الترويجي السياحي.²

هو عملية اتصال مباشر أو غير مباشر لتوجيه السائح وإقناعه وحثه للحصول على الخدمات السياحية التي من شأنها تعيده لحالته الطبيعية وحمايته من احتمال تعرضه لأي مؤثر يغير من سلوكه.

إجرائياً: هو عملية تفاعل تحدث نتيجة إيصال المعلومات إلى جمهور السياحة بأساليب عقلانية عاطفية باستخدام وسائل الاتصال المختلفة لغرض تحقيق أهداف محددة.

التراث الثقافي:

لغة: مصدر مشتق من الفعل ورث ورثا وارثا ورثه.

¹ مصطفى يوسف الكافي، صناعة السياحة والزمن السياحي، مؤسسة رسلا، سوريا، 2009، ص 14؛

² قماروي نوال، أثر الترويج السياحي في ترقية الخدمات السياحية، دراسة حالة -الديوان الوطني للسياحة -، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر، تخصص علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2010، ص 69؛

اصطلاحاً: يعني ما أنتجه الإنسان بيده أو ذكره أو البقايا التي خلفها ويرجع عهدها أكثر من مئة عام إضافة إلى بقايا السلالات البشرية والحيوانية والنباتية وللآثار العقارية والإبداعية والمقتنيات الشعبية.¹

هو عبارة عن الشاهد الحي على تاريخ الشعوب وحضاراتها وخيالها وأمالها ومعاناتها وتشترك جميع ثقافات العالم على الرغم من اختلافاتها في قاسم مشترك هو أنها من عمل الإنسان، ومن إنتاج جميع الناس في نفس الوقت والتجسيد مثلهم وحضاراتهم وعظمتهم وانحطاطهم وتطور زمنهم يعبر عن تحولاتهم التي تحدث على المستويين المحلي والعالمي أو كل ما يعطي الحضارة سماتها الخاصة ويحدد قطبيها العقلاني والروحي.²

مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرف بأنها شبكات تسمح لكل من افراد ومنظمات الاعمال بإنشاء صفحات الكترونية والتي يمكن ادارتها وتعديلها من قبل مؤسسيها، تمثل قنوات للتواصل وتبادل المعلومات والمعارف كما تمثل أدوات للتسويق.³

هي مواقع تتيح فرصة الاتصال بين الافراد بشكل واسع والتقارب بين الأنشطة المختلفة التي يمارسونها والمتمثلة في الرسائل والبريد الالكتروني والرسائل العامة.⁴

إجرائياً: تتمثل في مجموعة من التطبيقات التي تسمح بالتواصل مع الافراد وتبادل الرسائل والمعلومات والأفكار من خلال الكتابة أو الصور أو الفيديوهات.

¹ رزلي عبد القدر، الإطار المفاهيمي للتراث الثقافي، ص 07.

² حرزلي عبد القادر، مرجع سبق ذكره ص 08 ح

³ محمد فلاق، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق المعاصر، منظور تحليلي لأكاديمية الدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 18، جوان 2017، ص 18؛

⁴ البلوشي فتيحة، الأقبال الالكتروني، مجلة الاتحاد الالكتروني، الامارات المتحدة، أكتوبر 2015.

مجالات الدراسة:

البعد الزمني:

الفترة التي تم فيها تحليل الفيديوهات من صفحة فايسبوك خبيب، في هذه الدراسة من 2022/07/23 الى 2024/03/15 .

البعد المكاني:

إن الدراسة الحالية تهدف لتحليل محتوى إلكتروني ويتمثل في جميع الفيديوهات التي نشرها خبيب في صفحته على الفاسبوك في الجزائر وتخص السياحة الداخلية الجزائرية فقط.

الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة أحد أهم الأجزاء الذي يحتويها البحث العلمي، إذ لا يمكن أن يكون بحثا علميا صحيحا متكاملًا إن لم يحتوي على جزء الدراسات السابقة، ويعود هذا إلى مدى أهميتها كمكون رئيسي هام من مكونات البحث، وفيما يلي بعض الدراسات السابقة التي تم تحليلها والاستفادة منها.

الدراسة الأولى:

دراسة: حضري وئام، بوهلال شيماء بعنوان: تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب - دراسة ميدانية على عينة من شباب ورقلة - مذكرة ماستر في علوم الإعلام واتصال تخصص اتصال جماهيري ووسائل جديدة نوشت بتاريخ 14 جوان 2022.

إشكالية الدراسة: ومن هنا كان التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب؟

أهداف الدراسة: تتمثل في التعرف على صناع المحتوى الأكثر تأثيراً على سلوك الشباب والكشف عن مدى متابعة الشباب لصناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد الآثار السلبية والإيجابية التي يخلفونها صناع المحتوى على سلوك الشباب.

منهج الدراسة: استخدمت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي الذي يناسب موضوع دراستها فمن خلاله يتم الوصول للمعرفة الدقيقة حول مشكلة الدراسة، حيث استخدمت الباحثة العينة القصدية، إذ يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود نظراً لتوفر بعض الخصائص.

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة للعديد من النتائج أهمها:

- ✓ أغلب الشباب تنشط في الفاسبوك وهذا راجع إلى أن الفاسبوك هو الوسيلة القديمة والسهلة في الاطلاع ومتابعة المستجدات.
- ✓ التفاعل الكبير مع صناع المحتوى نظراً لأهمية المحتوى.

أوجه الاختلاف: تختلف هذه الدراسة على الدراسة الحالية من ناحية العينة فعينة هذه الدراسة تتمثل في الشباب وعينة الدراسة الحالية تتمثل في منشورات على صفحة فيسبوك.

أوجه التشابه: من خلال عرض دراسة بوهلال شيماء حول تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب تبين أن هناك تشابه، حيث تناولت بوهلال في دراستها تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب، وفي الدراسة الحالية حول دور صانعي المحتوى في الترويج السياحي، حيث تعتبر دراسة مهمة لأنها بحثت في تأثير صناع المحتوى، واستخدامها كدراسة يزود البحث بعدة معلومات مما جعل الدراسة الحالية تتوافق مع دراسة بوهلال في عدة نقاط كتأثير صانعي المحتوى.

أوجه الاستفادة: تمت الاستفادة من دراسة بوهلال شيماء من بناء الإشكالية موضوعنا والتساؤلات وإتباع العينة المتخذة في الدراسة أي العينة القصدية.¹

الدراسة الثانية:

بالهامل محمد أكرم بعنوان: دور الوسائط المتعددة في ترويج السياحة عبر الوكالات السياحية "الفاسبوك" نموذجاً - دراسة ميدانية على عينة من الوكالات السياحية ولاية أم البواقي - مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال جماهيري ووسائط متعددة 2019_2020

إشكالية الدراسة: ما هو دور التطبيقات والوسائط المتعددة في الترويج السياحي؟

أهداف الدراسة: تتمثل أهداف الدراسة في التعرف على دور الوسائط المتعددة في الترويج السياحي وزيادة فعاليته وإبراز أهمية وكيفية مساهمة الوسائط المتعددة من أجل معرفة هذه الأخيرة على عمل الوكالات السياحية والحركة السياحية.

منهج الدراسة: استخدم الباحث المنهج الوصفي، ذلك لأنه يتناسب مع موضوع دراسته حيث يركز على جمع البيانات وتصنيفها ومحاولة تفسير النتائج، كما استخدم العينة القصدية التي هي جزء من مجتمع البحث.

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة على جملة من النتائج أهمها:

- ✓ الوسائط المتعددة لها دور فعال وإيجابي للوكالة السياحية والزبون.
- ✓ اعتمدت الوكالات السياحية على الوسائط المتعددة (الفاسبوك، الواتساب، انستغرام) في الترويج السياحي نظراً لاستخدامه الواسع من طرف الجمهور.

أوجه الاختلاف والتشابه: تختلف هذه الدراسة على الدراسة الحالية من ناحية الموضوع حيث أن في هذه الدراسة تحدث الباحث على دور الوسائط المتعددة وأما الدراسة الحالية تتحدث على دور صانعي المحتوى.

¹ حضري ونام، بوهلال شيماء، تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب -دراسة ميدانية على عينة من شباب ورقلة، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2022.

فهذا لا يمنع من وجود نقاط تشابه بينهم فهذه الدراسة والدراسة الحالية لهم نفس الغاية والهدف ألا وهو الترويج السياحي.¹

الدراسة الثالثة:

القص صورية، وخلو سهيلة بعنوان: **توظيف الديوان الوطني للسياحة للوسائط المتعددة على شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للسياحة الداخلية**، مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، 2020 - 2021.

إشكالية الدراسة: كان التساؤل الرئيسي التالي: ما طبيعة توظيف الديوان الوطني للسياحة للوسائط المتعددة على شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج السياحة الداخلية؟

اهداف الدراسة: تتمثل أهداف الدراسة في دراسة الوسائط المتعددة ومعرفة الواقع الفعلي لمدى استخدامها في قطاع السياحة، والتعرف على دور الوسائط المتعددة في قطاع السياحة، ومدى استغلال مختلف الوسائط المتعددة في الترويج السياحي.

منهج الدراسة: استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي للكشف عن الحقائق والوصول لنتائج معينة، وبالنسبة للعينة فقد اعتمد على العينة القصدية لمجموعة من الصفات الخاصة بالسياحة عبر شبكات الفاسبوك.

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة للنتائج التالية:

✓ الأهمية المتزايدة لمواقع التواصل الاجتماعي نظرا لأهميتها والتي تعتبر مرجع للحصول على المعلومات السياحية.

أوجه الاختلاف والتشابه: تختلف هذه الدراسة على الدراسة الحالية من ناحية طرح الإشكالية وإشكالية هذه الدراسة تتمثل فيما هي طبيعة توظيف الديوان الوطني للسياحة

¹ بالهامل محمد أكرم، دور الوسائط المتعددة في ترويج السياحة عبر الوكالات السياحية "الفاسبوك" نموذجا - دراسة ميدانية على عينة من الوكالات السياحية ولاية أم البواقي -، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال جماهيري ووسائط متعددة، جامعة أم البواقي 2020

والوسائط المتعددة على شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج السياحة الداخلية، أما في الدراسة الحالية تمثلت في دور صانعي المحتوى في الترويج السياحي.

فهذا لا يمنع من وجود نقاط تشابه بينهم حيث كليهما يهدفان لترويج السياحة الداخلية وهذا ما جعلها تتوافق مع الدراسة الحالية.

وجه الاستفادة: تمت الاستفادة من دراسة القصصية في بناء الإشكالية خاصة في مجال السياحة الداخلية.¹

الدراسة الرابعة:

قويسي فضيل، عمران وليد بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحديد الوجهة السياحية للأفراد، مذكرة ماستر أكاديمي، في العلوم التجارية، 2019-2020.

إشكالية الدراسة: حاولت هذه الدراسة إبراز مدى لجوء الأفراد إلى شبكات التواصل الاجتماعي فكان التساؤل الرئيسي كالتالي: ما مدى اعتماد الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار وجهتهم السياحية؟

اهداف الدراسة: تتمثل أهداف الدراسة في دراسة ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وفوائد استخدامها والتعرف على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار الوجهة السياحية للأفراد.

منهج الدراسة: استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي من الجانب النظري والمنهج التحليلي من الجانب التحليلي، فبالنسبة لعينة الدراسة قد اعتمد الباحث على العينة العشوائية لمستخدمين الانترنت.

¹ القصصية، خلو سهيلة، توظيف الديوان الوطني للسياحة للوسائط المتعددة على شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للسياحة الداخلية، مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، 2021؛

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

✓ تعد مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل الفعالة التي تبسط اهتمام وتعزيز الجوانب الإيجابية السياحية.

✓ تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل المؤثرة ومن اهم الاستراتيجيات المستخدمة في الترويج السياحي.

أوجه الاختلاف والتشابه: تختلف هذه الدراسة على الدراسة الحالية من ناحية طرح الإشكالية، فإشكالية هذه الدراسة هي ما مدى اعتماد الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار وجهتهم السياحية، أما في الدراسة الحالية تم طرح الإشكالية التالية: ما دور صانعي المحتوى في الترويج السياحي.

لكن هذا الاختلاف لا يمنع من وجود نقاط تشابه بينهم فتتشابه هذه الدراسة على الدراسة الحالية في موضوع السياحة كلتيهما يهدفا لترويج السياحة ولهم عامل مشترك ونفس الوسيلة ألا وهو مواقع التواصل الاجتماعي.

وجه الاستفادة: تمت الاستفادة من الدراسة في مجال السياحة والترويج السياحي حيث انا الغاية والوسيلة مشتركة.¹

الدراسة الخامسة:

زينب مونة، نور الإيمان مسعودي بعنوان: دور الانترنت في تفعيل العمل السياحي، دراسة ميدانية لعينة من موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ورقلة في علوم الإعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيايات الاتصال الجديدة، نوقشت ب: 24/05/2015.

إشكالية الدراسة: حاولت هذه الدراسة معرفة دور الإنترنت في تفعيل العمل السياحي وكان التساؤل الرئيسي كالتالي: كيف يوظف موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ورقلة الانترنت في زيادة فاعلية العمل السياحي؟

¹ قويسى فضيل، عمران وليد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحديد الوجهة السياحية للأفراد، مذكرة ماستر أكاديمي، في العلوم التجارية، 2020

اهداف الدراسة: تتمثل أهداف الدراسة في لفت انتباه المسؤولين والمنظمات السياحية والوطنية والمهتمين بالنشاط السياحي إلى أهمية تحقيق فعالية الخدمات السياحية، وإبراز دور الانترنت في المؤسسات السياحية.

منهج الدراسة: استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي الذي يمكن من خلاله جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات الوصفية، وبالنسبة للعينة اعتمد على العينة القصدية التي تحقيق أغراض الدراسة اختياراً حراً.

أوجه الاختلاف والتشابه: تختلف هذه الدراسة على الدراسة الحالية من ناحية الإشكال فإشكالية هذه الدراسة حول دور الانترنت في تفعيل العمل السياحي، أما في الدراسة الحالية تمثلت في دور صانعي المحتوى في الترويج السياحي.

فهذا لا يمنع من وجود نقاط تشابه بين الدراستين فيتشابه من ناحية الوسيلة والغاية أي استخدام الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي لترويج السياحة.

ما يميز بحثنا مقارنة بهذه الدراسات أنه يبرز دور صانعي المحتوى ومواقع التواصل الاجتماعي في ترويج السياحة المحلية، ومدى تأثيرهم على الجمهور.¹

منهج الدراسة:

يعرف محمد بدوي المنهج على أنه: " الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة".²

كما يعرفه بوحوش على أنه "الطريق التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة".¹

¹ زينب مونة، نور الإيمان مسعودي، دور الانترنت في تفعيل العمل السياحي -دراسة ميدانية لعينة من موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ورقلة-، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيايات الاتصال الجديدة، جامعة ورقلة، 2015؛

² محمد بدوي، مناهج البحث العلمي، ص 06

حيث اعتمدت هذه الدراسة على منهج تحليل محتوى الذي هو عبارة عن طريقة بحث يتم تطبيقها من أجل الوصول إلى وصف كمي وكيفي ومن خلاله تم التركيز على فئة موضوع الاتصال والتي تتجسد في الأماكن السياحية، التراث الثقافي، التراث المادي، التراث اللامادي، إلى جانب التركيز على وحدة الموضوع أو الفكرة ويقصد بها أيضا الوقوف على العبارات أو الأفكار الخاصة بمسألة معينة ويعتبر الموضوع أهم وحدات تحليل المحتوى عند دراسة الآثار الناجمة عن الاتصال وتكوين الاتجاهات، أما من ناحية الشكل فقد تم التطرق إلى: العنوان، التاريخ، اللغة، المدة، التفاعلات.

أدوات جمع البيانات:

تتباين أدوات الدراسة من بحث لآخر حسب موضوع الدراسة القائمة، فبالنسبة للأداة البحثية المعتمدة في هذه الدراسة هي استمارة تحليل محتوى والتي عرفت على أنها " عبارة عن بطاقة فنية يدونها الباحث بصفة مختصرة يطرح فيها عنوان البحث والسؤال الجوهرى وتوضيح استعمال تحليل المحتوى، كما تضم هذه الورقة ما يريده الباحث من الأساتذة المشبتين وفي أسفل الورقة يكتب اسم ولقب الباحث على اليمين واسم ولقب المشرف على اليسار".²

وبخصوص مراحل بناء استمارة تحليل المحتوى، فأن بناء استمارة تحليل المحتوى انطلاقا من موضوع الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها وبناء على أبعاد ومؤشرات الدراسة وذلك بعد الاطلاع على منشورات صانع المحتوى "خبيب" على صفحة الفاسبوك، وبعد تحديد

¹ عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ط4، الجزائر، 99

² يوسف تمار، تحليل محتوى الباحثين والطلبة الجامعيين ط1، تكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص97

المنشورات التي تخص الترويج للسياحة الداخلية الجزائرية تم بناء استمارة تحليل المحتوى التالي:

المحور الأول: متعلق ببيانات المحتوى يتضمن: الرقم، العنوان، شكل المحتوى، تاريخ النشر، مدة المحتوى، والرابط.

المحور الثاني: متعلق بفئات الشكل وتتضمن: فئة شكل المحتوى، فئة اللغة المستخدمة، وفئة نوع الموسيقى، فئة التفاعلات.

المحور الثالث: ويتضمن فئات الموضوع والمتمثلة في:

- التعريف بالمناطق والأماكن السياحية الداخلية الجزائرية.
- التعريف بالمقومات السياحية الجزائرية التي تعتبر عنصر جذب سياحي.
- إبراز الموروث الثقافي الذي تتميز به الجزائر.
- الموروث الثقافي المادي.
- الموروث الثقافي اللامادي.

وبعد استشارة المشرف تم التعديل في بعض الفقرات وما يتناسب مع موضوع الدراسة، وفي الأخير تم عرض استمارة تحليل المحتوى على المحكمين لإبداء آرائهم وتصويب الأخطاء، لتكون الأداة في شكلها النهائي كما هو مبين في قائمة الملاحق.

مجتمع البحث:

مجتمع البحث هو جميع الأفراد والأشياء الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث، وهو جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها نتائج الدراسة، فمجتمع البحث المراد دراسته هو جميع منشورات صانع المحتوى خبيب في صفحته على الفابستوك التي تخص السياحة الداخلية الجزائرية، فليجأ الباحث إلى اختيار جزء من مجتمع البحث ويسمى هذا الجزء عينة البحث، ومن أهم الشروط التي يجب أن تتوفر في العينة ان تكون ممثلة للمجتمع في جميع الخواص.

+ عينة الدراسة:

فالعينة هي جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة وتضم عدد من الأفراد من المجتمع الأصلي، فعينة الدراسة هي العينة القصدية فهي العينة التي يستطيع الباحث مقدما مفرداتها فقد تتوفر لدى الباحث المعلومات حول مجتمع معين وتتضمن هذه المعلومات ما يفيد بأن وحدات أو أفراد معينة من المجتمع يمثلون المجتمع بالنسبة لصفة معينة تمثيلا جيدا للعينة التي يختارها الباحث عن قصد بسبب وجود دلائل على أنها تمثل المجتمع الأصلي، لهذا تم الاعتماد على العينة القصدية من خلال صفحة فايسبوك "خبيب" والتي تتمثل في جميع المنشورات التي نشرها صانع المحتوى خبيب التي تخص السياحة الداخلية الجزائرية فقط في صفحته على الفاسبوك في الفترة ما بين 23 جويلية 2022 إلى 15 مارس 2024، حيث تم اختيار الفيديوهات بطريقة انتقائية نظرا لبعض العوامل و التي تتمثل في :

✓ تكرار الفيديوهات لمنطقة واحدة، أي المنطقة الواحدة تتضمن اثنان او ثلاث فيديوهات.

✓ مدة الفيديوهات، أي بعض الفيديوهات تتضمن وقت قصير جدا لا يسمح بالتحليل.

+ النظرية المستخدمة في الدراسة:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على نظرية اعتماد على وسائل الإعلام

مفهوم نظرية اعتماد على وسائل الإعلام: جاءت هذه النظرية كرد فعل على النظرية الفردية التي ركزت عليها نظرية الاستخدامات و الإشباعات، فقد طرح أهمية المنظور الاجتماعي في النظر إلى العلاقة بين الوسيلة الاتصالية والجمهور المستخدم ومن هنا بدأ النظر إلى إطار أوسع من العلاقات، ومن هنا ظهرت نظرية نظام الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام.

ونظرية الاعتماد على وسائل الاعلام هي من أهم النظريات التي اهتمت بدراسة عملية التأثير، وهي نظرية متكاملة حيث تتضمن عناصر ومفاهيم من علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي.

فروض النظرية:

- 1- تزداد إمكانية تحقيق الوسائل الإعلامية للتأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية عندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية، ويزداد التأثير بشكل كبير في حالة عدم استقرار المجتمع بسبب الصراع والتغير.
- 2- كلما كان عدد ودرجة مركزية خدمات تقديم المعلومات التي تقدمها وسيلة إعلامية معينة كبيرة كان الاعتماد على تلك الوسيلة كبيراً، وكلما زادت هذه الوسيلة كمية المعلومات ودرجة أهميتها ازداد اعتماد الجمهور عليها.
- 3- يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة الغموض والالتباس المتسبب من نقص المعلومات أو عدم كفايتها أو وجود صعوبة في التفسير الصحيح للأحداث.
- 4- تزداد درجة الاعتماد الجمهور على نظام إعلامي لإشباع احتياجاته، ونقل درجة الاعتماد عند توفر قنوات معلومات بديلة.
- 5- كلما كبرت نوعية الاعتماد كبرت درجة الآثار المعرفية والإثارة العاطفية للمحتوى المقدم.

انتقادات النظرية:

- 1- افتقار النظرية للدليل الموضوعي المؤيد، والسبب يعود إلى صعوبة إجراء دراسات على نطاق واسع تضم جميع المتغيرات الخاصة بالنظرية.
- 2- لم تتعرض النظرية إلى دور قنوات الاتصال الشخصي مثل الاتصال داخل الجماعة، والاتصال داخل المنظمات، بالرغم من تزايد أهمية ودور شبكات الاتصال الشخصي في تزويد الناس بالمعلومات.
- 3- يبالغ نموذج الاعتماد في تصوير حجم الاعتماد الفعلي للعناصر المختلفة وخاصة المتعلقة بوسائل الإعلام، واستقلالها عن النظام الاجتماعي، فوسائل

الإعلام غالبا ما تكون محايدة، حيث إنها مصدر غير سياسي، تستطيع أن تجده عند الضرورة ويجب أن ترتبط وسائل الإعلام بشكل أساسي بالمؤسسات الأكثر هيمنة وسيطرة في المجتمع.

4- إن ارتكاز النظرية على خبرات مجتمع ذات خصوصية بنائية ووظيفية قد يفقدها قدرة التعميم على مجتمعات أخرى في البيئات الدولية.

5- على الرغم من أن الاعتماد الشديد على وسائل الإعلام قد يزيد من التأثيرات الإدراكية والسلوكية على الفرد، فإنه للأسف ليست كل تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيرية هي تأثيرات لمحتويات وسائل أو أنها تؤثر على الأفراد، حيث أن الأفراد يتأثروا بالأصدقاء والمعارف وغيرهم.

فتعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام النظرية المناسبة لهذه الدراسة، حيث ساعدت على العلاقة او كيفية التواصل بين صانع المحتوى **خبيب** والجمهور، أي أفادت هذه النظرية في التعريف بالمحتوى وتحليلها تحليل شامل الا وهي الفيديوهات والصور الموجودة في صفحة فاسبوك خبي، حيث تهتم النظرية بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الفردية، لذلك تعتبر ملائمة في تعامل صانع المحتوى خبي بمنشوراته مع الجمهور حيث أفادت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في هذه الدراسة بدراسة عملية التأثير.

الفصل الثاني الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد :

يعتبر خبيب كواس صانع محتوى جزائري، ولد في قسنطينة ويدور محتواه حول السفر حول العالم وكل بلاد يزورها يقوم بتصويرها وينشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بدأ السفر حول العالم بإمكانيات بسيطة لعيش ثقافات متنوعة والتعرف على أناس جدد، وبدأ يشارك رحلاته وتجاربه على قنواته الخاصة ليساعد كل من لديه رغبة في السفر والاكتشاف تحت شعار سافر فإن الكثير في انتظارك و هكذا بدأت قنواته في النمو و أصبح لديه الكثير من المتابعين وكان كل مرة يطور في محتواه من جودة للفيديو وطريقة إلقائه والجدير بالذكر أن صفحته على الفاسبوك تحتوي على 4.4 مليون متابع، حيث نشر في صفحته على الفاسبوك في 2022/12/15 خبر تلقيه جائزة صانع محتوى العام في قازان روسيا بحضور العديد من السفراء و الدبلوماسيين من العديد من الدول، حيث صرح في قوله " بهذا التتويج الجميل الذي اهديه لكل شخص دعمني من قريب أو من بعيد"، و يسعى جاهدا للترويج للسياحة الداخلية الجزائرية نظرا لنقص الترويج للعديد من المناطق و الأماكن السياحية في الجزائر عن طريق العديد من الفيديوهات التي تحفز الجمهور على السياحة الداخلية والتشجيع لاكتشاف العديد من المناظر الطبيعية والمناطق التي لم تكن معروفة من قبل واكتشاف الثقافة الجزائرية.

✚ عرض وتحليل البيانات:

❖ المحتوى الأول

✓ العنوان: زيارة مدينة وهران الباهية

✓ تاريخ النشر: 23.7.2022

✓ مدة المحتوى: 00:10:02

✓ الرابط:

<https://www.facebook.com/Khoubaiii/videos/6034610378069>

31

الجدول (01): فئة الشكل للمحتوى الأول (مدينة وهران الباهية)

شكل المحتوى	فيديو
اللغة المستخدمة	اللهجة العامية
نوع الموسيقى	وصفية
التفاعلات	التعليق
	المشاركة
	الرموز التفاعلية
	27.4 ألف
	27.7 ألف
	826.353

من خلال تتبع صفحة المؤثر خبيب الموثقة نلاحظ أن الفيديو المنشور في صفحته والذي يروج للسياحة المحلية الجزائرية يحمل عنوان زيارة مدينة وهران الباهية، حيث تم نشره في 23-07-2022، بحيث قام المؤثر خبيب بالتعليق باللغة العربية، ودامت مدة الفيديو 10:02 دقيقة أما بخصوص التفاعلات فقد حاز المنشور على 27.7 ألف مشاركة و 27.4 ألف تعليق و 826.353 تفاعل حيث اعتمد المؤثر خبيب على الأساليب الإقناعية في هذا الفيديو من الموسيقى الشعبية الوهرانية وزاوية تصوير عالية لإبراز المناطق السياحية لمدينة وهران.

إبراز المناطق والأماكن السياحية:

المحتوى الذي نشره المؤثر "خبيب" عبارة عن فيديو لمدينة وهران، و هي مدينة جزائرية تقع على الساحل الغربي للبلاد على البحر المتوسط، عاصمة غرب البلاد ثاني أكبر مدينة بعد الجزائر العاصمة، و ثالث مدن المغرب العربي الكبير، حيث تعتبر أقرب مدينة جزائرية لإسبانيا وتحتوي على أكبر ميناء للغرب، فمن بين الأماكن السياحية التي تشتهر بها المدينة نجد ساحة أول نوفمبر و التي كانت تسمى 1 Place d'armer و تعتبر سابقا قلب مدينة وهران وأحد أهم الميادين الرئيسية وأهم الأماكن السياحية في المدينة، تم إنشاء ساحة أول نوفمبر تخليدا لذكرى شهداء الثورة الجزائرية ونجد حي سيدي الهواري والذي يعتبر من أقدم المناطق والأحياء في مدينة وهران ومعبر العديد من الحضارات، ونجد حي سيدي محمد الذي به ميناء كبير، فتميز وهران بالعديد من المقومات التي تعتبر عنصر جاذب للسياح لها ألا وهي بنيانها القديم والتميز وأعالي وهران العجيبة التي تطل على البحر وهوائها النقي والنظيف.

إبراز الموروث الثقافي:

أ- **الجانب المادي:** برز المؤثر خبيب التراث المادي لوهران مما زادها جمالا و تميزا فمن بين هذا الموروث نجد 4 أبواب منها باب كنستال و باب تلمسان للناس التي تأتي من تلمسان و باب إسبانيول و باب ستألون، حيث تتسم وهران أيضا ب 4 أديار التي كانت كنيسة و أصبحت الآن مكتبة تتميز بقبة كبيرة من الداخل وساحة رئيسية لا تزال محافظة على الأشياء القديمة، بنيانها يشبه الطابع الأندلسي تتميز بنوافذ ملونة وقديمة وكراسي خشبية متلاصقة مع بعضها البعض وبها حديقة بالخارج للاستراحة.

وتتسم أيضا وهران بصخور وتضاريس وبعدها يأتي البحر من الأسفل لا يوجد البحر مباشرة فأعالي وهران في سانتا كروز تحتوي على كاتدرائية تم بنائها من طرف الإسبان عام 1577 م بداية 1600 م، فمن هذا المكان يمكن رؤية كل وهران من البنايات والميناء ومن الأفضل زيارة المكان وقت غروب الشمس، فقلعة سانتا كروز وشكلها الهندسي الرائع كانت لحماية المدينة وتربق الأوضاع لها حدود حادة وبنيت فوق صخور

كبيرة لا تتأثر بالزلازل، ونجد مسجد في حي سيدي محمد بناه العثمانيين يتسم بالطابع الأندلسي يوجد به زخرفات ونخيل وحديقة أشجار وبجانبه بنيان قديم، وبها أيضا تمثال بنته فرنسا، وبعدما استقلت الجزائر وضعوا صورة الأمير عبد القادر فيه.

معلم لاكوريدا المكان الذي كانوا يمارسون فيه لعبة مصارعة الثيران، لم يبنى من طرف الإسبان بنيت من طرف الاستعمار الفرنسي لأنه خلال تلك الفترة كانت محتلة من طرف الاحتلال الفرنسي، ولكن كان هناك تواجد كبير للجالية الاسبانية في وهران، فكانت الرياضة المفضلة، والصعود لأعلى الحلبة تتسم بمنظر عظيم تحمل هذه الحلبة من 13000 الى 14000 متفرج وبعد الترميم زادت القدرة الاستيعابية أكثر، يتميز بهندسة صوتية رائعة حيث عند الوقوف وسط الحلبة يصدر عنها صدى من كل الجهات كأنها مكبرات صوتية مبنية بطريقة تسمح بوصول الصوت الى كل الجمهور بدون استعمال مكبرات صوتية، فهندسة الصوت فيها قوية جدا، يوجد بها مدخل رئيسي، فهذا المعلم مبني بالطريقة الإغريقية تعتمد على مواد أولية محلية أي من ولاية وهران وهو مبني أساسا من الأحجار الكلسية التي تتواجد بمحجرة كوشة الجير كانوا يحضرون الحجارة من ذلك الموقع و يلصقونها مع بعضها بخليط خاص وهو عبارة عن طين وماء وتراب وكانوا يقسمون الأعمدة الى قسمين وبينهم طبقة من الأجر المسطح وذلك لحماية الموقع من هزات الزلازل أي مقاوم للزلازل ،الصرح كله محمول على 145 عمود بمعنى ثقل المدرجات موزع على الأعمدة بالتساوي وهي تقنية قديمة استعملها الإغريق والرومان والعرب بهذه الطريقة تسمح بحركة الهواء داخل الصرح وبذلك يصبح الصرح قادر على الوقوف لقرون بشرط ألا تخط المواد العصرية، هذا المعلم الوحيد و الأول الذي يبنى بالحجارة أساسا الحلبات الأخرى كانت مبنية بالخشب وهذه الحلبة الخامسة في الجزائر حاليا هي الوحيدة في إفريقيا، أما بالنسبة لمكبر الصوت الذي تتميز به الحلبة تعتمد هذه التقنية على شرطين أساسيين الأولى هي البنيان الدائري و الثانية هي الفتحات الموجودة على كل مدرج هذه كلها عوامل مساعدة على انتشار الصوت، فيحتوي المعلم على محلات كانت تفتح في الماضي كذلك كانوا يبيعون فيها مشروبات ومأكولات وأطباق اسبانية ، وكانت الناس تذهب إليها لعدم وجود أي مناسبة يذهبون للأكل والإستمتاع داخل الحلبة، وعند وجود مباراة يكون المكان ممتلئ بالناس،

فيحتوي المعلم على أبواب كانوا يدخل عبرها الحيوانات والمصارعين، فكانت الأبواب بالخشب لكن بعد الترميم استبدلت بالحديد فقد تم إهمالها لسنوات عديدة بعد الاستقلال الى غاية 2018 تم افتتاحها لأول مرة لتكون معلما تاريخيا أصبح يحتضن الحفلات الثقافية، والرياضات، وكمتحف للحرفيين أيضا ، افتتحته المؤسسة الوطنية للأشغال العمومية كحديقة تسلية لولاية وهران وفي الداخل يوجد رواق به بيوت صغيرة لوضع الثيران فيه، كانوا يدخلونهم من البوابة الخارجية ثم يأتون بهم للبيوت الصغيرة ليدخلوا مباشرة للحلبة.

ب-الجانب اللامادي: حيث تتميز مدينة وهران بموروث ثقافي لا مادي ألا وهو الأكلة المشهورة في وهران الكارانتিকা فهي من أصل اسباني حيث في الاحتلال الاسباني لمدينة وهران على وبعد فرض الحضارة على الإسبان في وهران اخترع الطباخ الإسباني أكلة الكارانتিকা ولكن بعد انتصار وهران على الإسبان تفنن أهل مدينة وهران في الكارانتিকা وأصبحت من اختصاص أهل مدينة وهران.

تتميز بلعبة الثيران فيها تخرج ثيران كبيرة من الأقفاص للحلبة وكل ثور يجب فرض قوته على باقي الثيران، يبدأ الفريق بعرض لقطات بهلوانية فوق الثيران وفي كل مرة يدخل فريق بلباس مختلف وكل شخص وطريقته في التعامل مع الثور الهائج، وكان أيضا رعاية البقر يستعرضون للجمهور طريقته في اصطلياد الثور ويبقون متمسكين بالثور حتى يتوقف عن الحركة.

❖ المحتوى الثاني:

✓ العنوان: شاطئ لاقيتار

✓ تاريخ النشر: 2022-07-31

✓ مدة المحتوى: 00:03:36

✓ الرابط:

6931 <https://www.facebook.com/Khoubaiii/videos/60346103780>

الجدول (02): فئة الشكل للمحتوى الثاني (شاطئ لاقيتار)

شكل المحتوى	فيديو
اللغة المستخدمة	اللهجة العامية
نوع الموسيقى	إنشائية
التفاعلات	التعليق
	المشاركة
	الرموز التفاعلية
	19 ألف
	10 ألف
	497 ألف

من خلال تتبع صفحة المؤثر خبيب الموثقة نلاحظ أن الفيديو المنشور في صفحته والذي يروج للسياحة المحلية الجزائرية يحمل عنوان زيارة شاطئ لاقيتار، حيث تم نشره في 2022/07/31، بحيث قام المؤثر خبيب بالتعليق باللغة العربية، ودامت مدة الفيديو 00:03:36 دقيقة، أما بخصوص التفاعلات فقد حاز المنشور على 10 ألف مشاركة و19 ألف تعليق و497 ألف تفاعل، حيث اعتمد المؤثر خبيب على الأساليب الإقناعية في هذا الفيديو من الموسيقى الانشائية التي تعبر عن الأجواء الطبيعية وزاوية تصوير عالية لإبراز الأماكن والمناطق السياحية.

1- إبراز المناطق والأماكن السياحية:

المحتوى الذي نشره المؤثر خبيب عبارة عن فيديو لشاطئ لاقيتار بولاية عين تموشنت التي تقع في الشمال الغربي الجزائري، تحتل موقع استراتيجي هام نظرا لواجهتها البحرية، كما تعتبر ملتقى للأقطاب الحضارية الهامة، فوهران من الشمال الشرقي وسيدي بلعباس من الجنوب الشرقي وتلمسان من الغرب. و تتميز بالعديد من الشواطئ الساحرة التي تعتبر عنصر جذب سياحي للمنطقة منها شاطئ سبيعات، و شاطئ مداغ، و شاطئ لاقيتار،

فشاطئ لاقيتار هو عبارة عن شاطئ مغطى على شكل مغارة يبعد عن عاصمة الولاية عين تموشنت ب 35 كلم شرقا، حيث يقع بين شاطئ كاب فيقالو وشاطئ سبيعات تستطيع الذهاب إليه انطلاقا من هذه الأخيرة عبر القوارب أو مشيا على الأقدام مرورا بالغابة، يتميز طريقها بمنعرجات صعبة للوصول للشاطئ ويتميز بصخرة كبيرة و شاطئين يتقاسمان بينهما ممر رملي، و من ثم تأتي الصخرة فهي في حقيقة الأمر عبارة عن جزيرة، فهذه الشواطئ التي تتميز بها المنطقة هي شواطئ صخرية وتحتوي عدة أنواع من الطيور يحاذيها البحر يمينا و الجبال يسارا و يميزها هوائها النقي والمنعش وتتسم جبالها بتربة مشققة.

❖ المحتوى الثالث:

✓ العنوان: أسرار القالة

✓ تاريخ النشر: 31-08-2022

✓ مدة المحتوى: 00:13:26

✓ الرابط:

<https://www.facebook.com/Khoubaiii/videos/1265812140896110>

الجدول (03): فئة الشكل للمحتوى الثالث (اسرار القالة)

شكل المحتوى	فيديو
اللغة المستخدمة	مزيج لغوي
نوع الموسيقى	وصفية
التفاعلات	التعليق
	المشاركة
	الرموز التفاعلية
	17 ألف
	17.2 ألف
	357 ألف

من خلال تتبع صفحة المؤثر خبيب الموثقة نلاحظ أن الفيديو المنشور في صفحته والذي يروج للسياحة المحلية الجزائرية يحمل عنوان أسرار القالة، حيث تم نشره في 2022/08/31، بحيث قام المؤثر خبيب بالتعليق باللغة العربية، ودامت مدة الفيديو 00:13:26 دقيقة، أما بخصوص التفاعلات فقد حاز المنشور على 17.2 ألف مشاركة و1 ألف تعليق 357 تفاعل، حيث اعتمد المؤثر خبيب على الأساليب الإقناعية في هذا الفيديو من الموسيقى الوصفية التي تعبر عن ثقافة القالة وزاوية تصوير عالية لإبراز الأماكن والمناطق السياحية بعدسة واضحة ودقيقة.

إبراز الأماكن والمناطق السياحية:

المنشور عبارة عن فيديو لمدينة القالة، هي مدينة جزائرية في ولاية الطارف تقع على الساحل الشرقي للبلاد على البحر المتوسط في الحدود التونسية، كان اسمها مرسى الخرز لكن عندما أتى الفرنسيون بعد عام 1750م رسوا فيها من أجل تجارة المرجان كانوا تجارا وغيروا اسمها الى LA CALLE بمعنى المنطقة التي ترسى فيها السفن، تتميز بتنوع نباتي وحيواني كبير تستطيع رؤية 60 % من الطيور المتواجدة في الجزائر وفيها اكبر محمية طبيعية في شمال الجزائر من النباتات والطيور المهاجرة تجد ما تحتاجه للعيش، والجدير بالذكر شواطئها الساحرة والعذراء ومياهها الصافية والنقية وذلك يرجع لسبب واحد ومهم ألا وهو عدم تواجد أي مصانع ترمي مخلفاتها في البحر وهي منطقة تقريبا عذراء من المصانع وهذا ما جعل البحر والطبيعة في أبهى حلة.

إبراز الموروث الثقافي:

أ- **الجانب المادي:** تتميز القالة بالعديد من التراث المادي وما يميزها عن غيرها هو تنوع التراث المادي بها، فمن بين هذا التراث هناك المرجان، كانت مدينة القالة مركز لتجارة المرجان ويتميز بجودته العالية، حيث بدأ استغلال المرجان في القالة حوالي 1540م من طرف التجار الفرنسيين، معلم Bastion de France لما كانت الدولة العثمانية أعطى داي العاصمة الموافقة لبحار فرنسي لاستكشاف و استخراج المرجان في القرن 16 في 1560م من قبل الاحتلال الفرنسي، ومن جهة أخرى يوجد شاطئ يسمى La Vielle calle أي

القالا القديمة، كان التجار مستقرين في القالة، إذ كانت هناك حياة لسكان المنطقة القدامى التي بقت أثارها لحد الآن فهي عبارة عن لوحات صخرية رسموا بها رموزا لتوثيق التاريخ، وقديما كان هناك خليج أما حاليا أصبح ميناءا كان له مدخل كانت السفن تدخل من هناك وتأتي من هنا لما كانت الدولة العثمانية حاكمة قسمتها لجزأين، جزء تابع لتونس والجزء الآخر تابع لقسنطينة، لما كانت البحارة تأتي من جنوب أوروبا الى شمال الجزائر وخاصة السواحل الشرقية كانت هنالك كنيسة بمثابة منارة لهم عندما يكونون في البحر ويرونها يعرفون أنهم وصلوا لمدينة القالة، وفي هذه المنطقة أيضا تتواجد دار الحاكم الذي يتحكم في هذه المدينة ،أول حاكم لمدينة القالة في 1534م مع الدخول لدار الحاكم نلاحظ هنالك نافذة كبيرة تطل على القالة ككل وبها أيضا غرفة كبيرة تطل كذلك على مدينة القالة، كما تتميز بشبه جزيرة صخرية تحتوي على بنايات منظمة وملونة يربطها بالشاطئ لسان رملي، بالإضافة الى المنارة التي تقع بالجانب الآخر للمدينة يستعملها الصيادون لتحديد اتجاه الميناء وبها قوارب قديمة ومدافع لها مئات السنين.

ب-**الجانب اللامادي:** تتميز دار الحاكم بالعديد من الرسومات القديمة والعديد من الرموز الغامضة فهي الكتابة الليبية البونية للسكان الأصليين لشمال إفريقيا قبل قدوم الرومان ويرسمون رسومات تعبر عن حياتهم وكيفية عيشهم قديما.

❖ المحتوى الرابع:

✓ العنوان: قصر لالة فاطمة

✓ تاريخ النشر: 2022/ 09/05

✓ مدة المحتوى: 00:07:42

✓ الرابط:

<https://www.facebook.com/Khoubaiai/videos/1265812140896110>

الجدول (04): فئة الشكل للمحتوى الرابع (قصر لالة فاطمة)

	فيديو	شكل المحتوى
	العامة	اللغة المستخدمة
	إنتقالية	نوع الموسيقى
5.7 ألف	التعليق	التفاعلات
3.5 ألف	المشاركة	
318 ألف	الرموز التفاعلية	

من خلال تتبع صفحة المؤثر خبيب الموثقة نلاحظ أن الفيديو المنشور في صفحته والذي يروج للسياحة المحلية الجزائرية يحمل عنوان قصر لالة فاطمة، حيث تم نشره في 2022/09/05، بحيث قام المؤثر خبيب بالتعليق بالعامة، ودامت مدة الفيديو 00:07:42 دقيقة، أما بخصوص التفاعلات فقد حاز المنشور على 3.5 ألف مشاركة و5,7 ألف تعليق 318 ألف تفاعل، حيث اعتمد المؤثر خبيب على الأساليب الإقناعية في هذا الفيديو من الموسيقى الانتقالية وزاوية تصوير عالية الدقة للتعريف بقصر لالة فاطمة.

إبراز الأماكن والمناطق السياحية:

تطرق المؤثر خبيب في منشوراته للعديد من الأماكن المناطق وبين هذه المناطق مدينة القالة التي تقع في الساحل الشرقي للبلاد والتي تميزها المحمية الطبيعية التي تعتبر من أكبر

المحميات في شمال الجزائر بالإضافة الى العديد من القصور والمعالم من بين هذه المعالم التي تطرق إليها قصر لالة فاطمة المتواجد بمدينة القالة.

إبراز الموروث الثقافي:

أ- الجانب المادي: برز المؤثر خبيب الموروث الثقافي المادي الا وهو قصر لالة فاطمة هو قصر قديم جدا موقعه في الحدود الجغرافية التونسية بالقرب من مدينة العيون بين غابة كثيفة و كبيرة مليئة بأشجار الفلين بني هذا القصر بحجارة كبيرة جدا في العهد الروماني وتعاقبت عليه الكثير من الحضارات منها البيزنطية والإسلامية، فالحضارة الرومانية كانت حوالي القرن 4 م بعدها جاءت البيزنطية من القرن 6 م الى القرن 15 م بعدها دخلت الحضارة العثمانية أي العهد الإسلامي فلازال القصر مبنيا كما كان ،سقط السقف لكن الأقواس بقيت، فيحتوي القصر على معصرة زيتون وقمح متواجدة في غرفة كبيرة جدا، تتميز بأقواس لها العديد من الثقوب لوضع أعمدة السقف ليضعوا فيه الخشب وبه أيضا نافذة في الأعلى فهذا دليل على انه كان يوجد طابق علوي، ويوجد أيضا غار تحت الأرض تطل على الغابة مباشرة فيتميز أيضا بحمام به غرفتين، غرفة باردة وأخرى ساخنة وبجانبه غابة.

ب- الجانب اللامادي: فهي عبارة عن قصة لالة فاطمة التي في تلك المرحلة كانت مدينتها تعاني من الجفاف فحددت مهرها عبارة عن أي شخص يستطيع إيصال الماء وإنقاذها من الجفاف توافق عليه وتتزوج به، حتى أتى شخص استوحى من الهندسة الرومانية نظام يوصل به الماء وبذلك قبلت به كزوج ويقال انه توفي قبل الزواج.

❖المحتوى الخامس

✓ العنوان: شوارع غرداية العريقة

✓ تاريخ النشر: 07 أكتوبر 2022

✓ الرابط: <https://www.facebook.com/share/p15NSN4ynQx/>

الجدول (05): فئة الشكل للمحتوى الخامس (شوارع غرداية العريقة)

شكل المحتوى	صورة
اللغة المستخدمة	العربية
نوع الموسيقى	/
التفاعلات	التعليق
	المشاركة
	الرموز التفاعلية
1.4 ألف	
62	
10 ألف	

المحتوى عبارة عن صورة نشرت من قبل المؤثر خبيب ترويجا للثقافة الجزائرية الصحراوية لمدينة غرداية، حيث برزت الصورة ثقافة المجتمع الغرداوي والتراث الثقافي الذي تتميز به والذي يتمثل في اللباس التقليدي كالعباية العريض والقبعة التقليدية الدائرية او ما تسمى بالطاقيّة، كما أشار خبيب في الصورة إلى البنيان والشكل العمراني الذي تتميز به مدينة غرداية عن باقي المدن الأخرى، حيث يتمثل في الشوارع الضيقة والطويلة وأبواب ونوافذ خشبية وشرفة بها دروج مخصص لكبار السن

❖ المحتوى السادس:

✓ العنوان: مدينة بوسعادة

✓ تاريخ النشر: 03 فيفري 2023

✓ مدة المحتوى: 00:13:41

✓ الرابط:

<https://www.facebook.com/Khoubaiii/videos/762458248775843>

الجدول(06): فئة الشكل للمحتوى السادس (مدينة بوسعادة)

شكل المحتوى	فيديو
اللغة المستخدمة	اللهجة العامية
نوع الموسيقى	وصفية
التفاعلات	التعليق
	المشاركة
	الرموز التفاعلية
	3.7 ألف
	1.4 ألف
	128 ألف

من خلال تتبع صفحة المؤثر خبيب الموثقة نلاحظ أن الفيديو المنشور في صفحته والذي يروج للسياحة المحلية الجزائرية يحمل عنوان زيارة لمدينة بوسعادة، حيث تم نشره في 2023/02/03، بحيث قام المؤثر خبيب بالتعليق العامية، ودامت مدة الفيديو 13:41 دقيقة، أما بخصوص التفاعلات فقد حاز المنشور على 1400 مشاركة و3,7 ألف تعليق و128 ألف من الرموز التفاعلية، حيث اعتمد المؤثر خبيب في هذا الفيديو على إقناع المشاهدين عن طريق العديد من الأساليب الإقناعية كالموسيقى الشعبية والتصوير الدقيق للتراث البوسعادي.

إبراز الأماكن والمناطق السياحية:

المنشور عبارة عن فيديو لحارة الزقم العريقة بمدينة بوسعادة فهي مدينة جزائرية في ولاية المسيلة تقع جنوب الجزائر ولذا فهي بوابة الصحراء لكونها أقرب واحة الى الساحل الجزائري، فهي قبلة للسياح يأتونها للاستمتاع بمناظر النخيل، حيث تتميز بالنسيج العمراني الصحراوي والتي تعتبر مدينة شبه صحراوية وسكناتها المتداخلة في بعضها منها الطويلة ومنها الضيقة حيث تتشابه ألوان المساجد بألوان الأحجار، فهي تعتبر ملتقى الطرق قديما من الشرق للغرب ومن الشمال الى الجنوب قبل 900 سنة، من بين المناطق في مدينة بوسعادة نجد حارة الزقم، فهو حي قديم يتميز بضيق الشوارع وطولها، وله العديد من الدرج الطويل وتتميز ببنائها القديم وله طابع تقليدي، حيث تتميز مدينة بوسعادة أيضا بالعديد من المقومات التي تعتبر عنصر جذب سياحي منها أشكال السكنات المختلفة والتي لها طابع خاص وألوانها الترابية، حيث تختلف تصاميمها عن تصاميم المدن الأخرى والعادات والتقاليد التي تتميز بها بوسعادة بلباسها التقليدي الذي يمثل هوية المنطقة.

إبراز الموروث الثقافي:

أ- الجانب المادي: تتسم بوسعادة بتراث ثقافي مادي والذي يعتبر موروث، فنجد المسجد العتيق مسجد سيدي ثامر أو مسجد النخلة، المسجد بناه سيدي ثامر بعدما جاء واستقر في بوسعادة وهو أول مسجد في بوسعادة وأصبح قبلة للزوار وبعد بناء المسجد أصبح البنية الأولى للمدينة ثم توسعت المدينة الى ما هي عليه الآن وفيه يقام الاحتفال بالمولد النبوي الشريف، فيتميز هذا المسجد بأبواب خشبية ثقيلة وقفلها التقليدي الذي يسمى بالزكروم، و تتسم أحيائها بالعديد من الشرف لما فيه من شرفة الأحياء والتي تسمى بالسقيفة فهي تفصل بين حي وحي آخر فهي مصنوعة من أشجار العرعار واستعملت أشجار العرعار نظرا للخاصية التي تتميز بها وهي أنها لا تتآكل ولا تتقوس وتبقى مستقيمة منذ قرون وهو نظيف وفي حالة جيدة والسقيفة وهي مدخل الحي.

ب- الجانب اللامادي: بالنسبة للموروث الثقافي اللامادي الذي برزه خبيب في محتواه لبوسعادة نجد مجموعة من غرف الصناعات التقليدية، كما تحتوي على لوحات فنية ورسومات واواني نحاسية والكثير من الحاجات المصنوعة يدويا والمميز بين هذه الأواني هو ما يسمى بـ« القنونة » فهي عبارة عن صحن صغير لشرب الماء فيه مصنوعة من السعف ويوضع فيها القليل من القطران لإعطاء طعم خاص، ومن بين التراث البوسعادي نجد اللباس التقليدي البوسعادي يحتوي على القندورة البوسعادية الأصلية لتحافظ على سترة الرجل فهي فضفاضة وتلبس في فصل الصيف لأن فيها ذراعين مفتوحتين للسماح للهواء بالدوران والشعور بالراحة ويرتادونها مع البليغة المصنوعة يدويا، فهي لباس تقليدي من التراث البوسعادي، بالإضافة الى القبة التي تكون كذلك كبيرة وواسعة وهي مصنوعة بالسعف، وكذلك هناك الحذاء الزاوي والسروال العربي ثم البدعية ثم البرنوس وهو لباس موروث من الأجداد، بالإضافة الى السيف وهو كذلك موروث من الأجداد، كان يأخذ كهدف للرماية، كما تميزت بوسعادة بالتراث الموسيقي يسمى بالطابع النايي والذي يتم عرضه في الأعراس وغيرها من المناسبات، ومن أهم المواويل البوسعادية نجد "من غيرك يا بوسعادة مالي هم" كما هناك مقولة تقال على بوسعادة هي " لو كانت حبة الله فوق السماء لكانت بوسعادة ولو كانت فوق الأرض في بوسعادة"، حيث يلعب أطفال حارة الزقم ببوسعادة على ألعاب في الاحياء الشعبية من بينها لعبة " الطرطيقه " بحيث يضعون عود ثقاب داخل عمود صغير ويفرقعونها.

❖ المحتوى السابع

✓ العنوان: بلدية خبانة

✓ تاريخ النشر: 2023/02/07

✓ مدة المحتوى: 00:12:13

✓ الرابط: <https://www.facebook.co./shqre/v/1AtC9Sr3HB/>

الجدول (07): فئة الشكل للمحتوى السابع (بلدية خبانة)

شكل المحتوى	فيديو
اللغة المستخدمة	اللهجة العامية
نوع الموسيقى	مصاحبة
التفاعلات	التعليق
	المشاركة
	الرموز التفاعلية
	7.9 ألف
	2.4 ألف
	244 ألف

من خلال تتبع صفحة المؤثر خبيب الموثقة نلاحظ أن الفيديو المنشور في صفحته والذي يروج للسياحة المحلية الجزائرية يحمل عنوان بلدية الخبانة، حيث تم نشره في 07 فيفري 2023، بحيث قام المؤثر خبيب التعليق بالعامية، ودامت مدة الفيديو 00:12:13 دقيقة، أما بخصوص التفاعلات فقد حاز المنشور على 2.4 ألف مشاركة و7.9 تعليق 244 ألف تفاعل حيث اعتمد المؤثر خبيب في هذا الفيديو الموسيقى المصاحبة مع الكلام لتوضيح كل مكان في البلدية والتصوير الدقيق للتعريف بتقاليد هذه البلدية.

إبراز الأماكن والمناطق السياحية:

المنشور الذي نشره المؤثر خبيب عبارة عن فيديو لمنطقة عرق السيوف ببلدية خبانة التابعة لولاية المسيلة تقع جنوب مقر الولاية بمسافة 62 كلم، فمسيلة من الولايات الداخلية للجزائر يحدها شمالا ولايتي سطيف و برج بوعرييج وغربا بويرة ومدينة وجنوبا بسكرة والجلفة وشرقا باتنة فهي في الوسط بين الإقليمين التلي والصحراوي، تتميز بلدية خبانة بالعديد من المقومات التي تعتبر جاذبة للسياح ،السبخة يابسة ولونها الأبيض وتضاريسها بلوحة جميلة والكثبان الرملية المرتفعة والممتدة على طول البصر، ناعمة اللمس ومنظرها الساحر ومنظر الغروب الرائع والمميز وتعتبر اقرب منطقة للعاصمة التي بها كثبان رملية.

إبراز الموروث الثقافي:

تعتبر الأكلة التقليدية " الزفيطي " من إحدى الخصوصيات التي تميز منطقة عرق السيوف، فالزفيطي من أقدم الأكلات الشعبية التقليدية التي يتسم بها المطبخ الجزائري وله عدة تسميات منها " المهراس "، و" البطوط "، أما عم محتوى الاكلة فيحتوي على المكونات التالية: الفلفل الحار، الطماطم، القصبر، الملح، الثوم، الطماطم المصبرة، والتوابل، ويستعملون الأواني الخشبية التقليدية، ويحتوي أيضا على " الكسرة " وهي نوع من أنواع الخبز والتي تعد عنصر رئيسي وأساسي لها، يتم طحن كل المكونات حتى تتجانس.

ونضيف ان صانع المحتوى خبيب قد حاول إبراز التراث الثقافي اللامادي من خلال الفيديو بارتدائه لعباءة العربية وامتطاء جواد برج مسيلي مطرز ليعكس لنا تقاليد منطقة الخبانة من لباس تقليدي وصناعة تقليدية.

❖ المحتوى الثامن:

✓ العنوان: الأميرة الهلالية مباركة بنت الخص

✓ تاريخ النشر: 20 مارس 2023

✓ مدة المحتوى: 00:04:38

✓ الرابط:

<https://www.facebook.com/Khoubaiii/videos/1289124358485376>

الجدول (08): فئة الشكل للمحتوى الثامن (الأميرة الهلالية مباركة بنت الخص)

	فيديو	شكل المحتوى
	اللهجة العامية	اللغة المستخدمة
	مصاحبة	نوع الموسيقى
2.3 ألف	التعليق	التفاعلات
933	المشاركة	
59 ألف	الرموز التفاعلية	

من خلال تتبع صفحة المؤثر خبيب الموثقة نلاحظ أن الفيديو المنشور في صفحته والذي يروج للسياحة المحلية الجزائرية يحمل عنوان الأميرة الهلالية مباركة بنت الخص حيث تم نشره في 20 مارس 2023، بحيث قام المؤثر خبيب بالتعليق العامية، ودامت مدة الفيديو 04:38 دقيقة، أما بخصوص التفاعلات فقد حاز المنشور على 933 مشاركة و2,3 ألف تعليق و59 ألف من الرموز التفاعلية، حيث اعتمد المؤثر خبيب في هذا الفيديو على الموسيقى المصاحبة للكلام للتوضيح أكثر، و التصوير من زاوية عالية للتعريف بجبال الغور.

إبراز الأماكن والمناطق السياحية:

المنشور الذي نشره صانع المحتوى خبيب عبارة عن فيديو للأميرة الهلالية مباركة بنت الخص في صحراء بريزينة بولاية البيض وهي مدينة تتميز بالعديد من الجبال التي لها شكل مختلف وعجيب كجبال الغور التي لها شكل مميز وجذاب، فتتميز صحراء بريزينة بقصر لالة مباركة بنت الخص فمن المقومات السياحية التي تعتبر عنصر جذب للسياح في صحراء بريزينة نجد الصور الذي تميزت به المنطقة والذي بنته الأميرة الهلالية مباركة بنت الخص وأيضا المناخ الذي يتميز به القصر، فمباركة بنت الخص هي أميرة هلالية من بني هلال ذات الأصول العربية عاشت ما بين القصر 11م و 12 م وبينت الصور الخاص بها في منطقة برازين (بريزينة) حيث كانت تعتمد على النشاط الزراعي والرعي.

إبراز الموروث الثقافي:

كما برز المؤثر خبيب الجانب المادي واللامادي للموروث ويتمثل في:

أ-الجانب المادي: فيعتبر قصر لالة مباركة بنت الخص بالشكل الهندسي الرائع فيحتوي على بابين، الباب الأول للجنود والأميرة والباب الثاني خاص بالفلاحين وهو مكان دخولهم بعرباتهم القديمة والحصان أو الحمار، كما تتميز في الوسط بمجموعة من الغرف لشؤون الإمارة كالإدارة وغرف الفلاحين وقاعة الاجتماعات وبالجانب أماكن لحراسة القصر وهي عبارة عن غرفة لها ثلاث فتحات من جهات مختلفة وتتميز هذه الغرفة ببرودة حتى في فصل الصيف وهواء نقي وطبيعي، حيث بني سقف هذه الغرفة بأوراق النخيل والكرناف والجدران بالطين وهذا ما دل على بساطة وهدوء الحياة، حيث يحتوي القصر على غرفة كبيرة قسمت الى مطبخ وغرفة النوم وغرفة الاستقبال وكلها مبنية من مادة الطين حيث في الصيف باردة وفي الشتاء دافئة، وفي مرحلة من الزمن كانت المنطقة غنية بالمياه تحتوي على وديان لذلك هناك نخيل منتشرة فالأميرة الهلالية كانت لها منابع من المياه وكانت

موصولة بمنطقة خصصتها للفلاحة تسمى بـ " أم المي " تبعد عنها بـ 4 كلم كانت تستعملها كمعبر لتوصيل المئونة للفلاحين.

ب- الجانب اللامادي: اشتهرت الأميرة مباركة بنت الخص بمقولات منها "بكر لحاجتك تقضيها" و "المرأة قبل الصوم زوجها" أي عندما يطلبونها للزواج زوجها، وكل هذا يندرج ضمن الامثال والحكم الشعبية.

❖ المحتوى التاسع:

✓ العنوان: أسرار قصر بن يزقن بغرداية

✓ تاريخ النشر: 15 مارس 2024

✓ مدة المحتوى: 00:06:57

✓ الرابط: [https:// www.facebook.com/share/v/16FcDGN6H/](https://www.facebook.com/share/v/16FcDGN6H/)

الجدول (09): فئة الشكل للمحتوى التاسع (أسرار قصر بن يزقن بغرداية)

شكل المحتوى	فيديو
اللغة المستخدمة	مزيج لغوي
نوع الموسيقى	مصاحبة
التفاعلات	التعليق
	المشاركة
	الرموز التفاعلية
	08 ألف
	6,1 ألف
	180 ألف

من خلال تتبع صفحة المؤثر خبيب الموثقة نلاحظ أن الفيديو المنشور في صفحته والذي يروج للسياحة المحلية الجزائرية يحمل عنوان أسرار قصر بن يزقن بغرداية حيث تم نشره في 15 مارس 2024، بحيث قام المؤثر خبيب بالتعليق باللهجة العامية والإنجليزية، ودامت مدة الفيديو 06:57 دقيقة أما بخصوص التفاعلات فقد حاز المنشور على 6.1 ألف، مشاركة و 8 ألف، تعليق و 180 ألف من الرموز التفاعلية، حيث اعتمد المؤثر خبيب في هذا الفيديو على الموسيقى المصاحبة للكلام للتوضيح أكثر، والتصوير من زاوية عالية ودقيقة لإبراز الأماكن والمعالم السياحية التي تزخر بها مدينة غرداية.

إبراز الأماكن والمناطق السياحية:

المحتوى الذي نشره صانع المحتوى خبيب عبارة عن فيديو لقصر بن يزقن بولاية غرداية وهي مدينة تتميز بالعديد من الجبال التي لها شكل مختلف كالأهرامات ولها العديد من النخيل، فمن المقومات السياحية التي تعتبر عنصر جذب للسياح في مدينة غرداية نجد قصر بن يزقن والذي يتميز بالطابع العمراني المختلف عن باقي الأماكن في غرداية والذي يشبه خلية النحل، يعني طريقة البناءات ومواد الذي بني بها مميزة، وأيضا تتمتع بعادات وتقاليد مختلفة عن باقي القصور يتميز بشوارع ضيقة وطويلة بها دروج عريضة وأبواب خشبية عريضة ونوافذ صغيرة.

إبراز الموروث الثقافي:

يحتوي قصر بن يزقن على متحف يتميز بالعديد من الأدوات التقليدية منها النسيج والفلاحة ومفاتيح الأبواب القديمة ومكيال خشبي لوزن السلع يستعمل في الأسواق، ونجد أيضا اللباس النسوي الذبوتة تتميز به المرأة مصنوعة بالصوف ويتم نسجه في البيت بالمنسج يلبس صيف وشتاء، فالمرأة تغطي الوجه كله أما البنت لا تغطي، ويحتوي أيضا قصر بن يزقن على برج المراقبة له نوافذ صغيرة كان يستعمل قبل للحراسة بها حفر كأنها منظار يقع

في أعالي غرداية من خلاله يمكن رؤية العديد من القصور مثل: قصر مليكة، قصر بونورة، وقصر العطف.

والموروث الثقافي التي يتميز به قصر بن يزقن نجد الزربية التي لها عدة مراحل لنسجها فيتم جز الصوف ثم بشمه ثم غسله ثم تأتي بعدها الغزل ويتم صبغه بالصبغة الطبيعية والتي تتكون من قشور الرمان والحنة والعفصة ثم يتم تجفيفه ووضعه في آلة المنسج، فالزخارف الموجودة في الزرابي والحلي عبارة عن حكايات وقصص والأشياء الواقعية التي تعيشها المرأة فتجسد على أشكال متنوعة، فالمنسج يتكون من القيام الذي يعتبر أساس المنسج ويكون منها اثنان، ويتكون أيضا من آلة الخلالة وهي التي يصنعون بها تلك الزخارف.

📌 النتائج العامة للدراسة:

تعتبر نتائج الدراسة هي الزبدة التي يسعى أي باحث للوصول إليها من خلال تتبع إجراءات علمية دقيقة والهدف من ذلك الإجابة على التساؤلات المطروحة سابقا، ومن خلال هذه الدراسة والمعنونة ب: " صانعي المحتوى ودورهم في الترويج السياحي "تم التوصل إلى جملة من النتائج مقسمة على النحو التالي:

❖ في خصوص المنشورات:

- أول فيديو سياحي ثقافي نشره خبيب كان لمدينة وهران الباهية حيث لاقى تفاعل كبير من طرف المتابعين وذلك لطريقته المتفردة في الشرح وجذب المتابعين، وهذا ما يعتبر بالنسبة له كدعم للقيام بفيديوهات مشابهة عبر بعض الولايات الجزائرية والتي توالت عبر عديد ولايات الوطن كما هو مبين في الدراسة.

- يعتبر تاريخ 2022/07/23 هو البداية الحقيقية للترويج للمناطق السياحية والثقافية في الجزائر في صفحة خبيب عبر الفاسبوك كيف لا وهذا المؤثر يعتبر الأكبر متابعة في الجزائر والأكثر تأثيرا على المستوى العربي وهذا بناء على الأرقام والجوائز العالمية التي تحصل عليها.

-من خلال تتبع المنشورات التي قام خبيب بتحميلها نلاحظ انه اللغة المستخدمة هي اللغة العربية واللهجة الجزائرية، كما استخدام كذلك اللغة الانجليزية في ترجمة بعض الفيديوهات.

-من خلال الدراسة والتحليل نلاحظ ان خبيب يستخدم استراتيجية مميزة في فيديواته - خاصة من الناحية الزمنية -حيث ان أقصر فيديو كانت مدته 3:36 دقيقة وأطول فيديو كانت مدته 13:41 دقيقة، وهذا ما يصنع الفرجة والتشويق ويبعد الملل عن المتابع.

-وفي خصوص التفاعلات يمكن ان نقول ان عدد المشاهدات بلغت أرقام مميزة حيث بلغت عدد المشاهدات من 9.4 مليون مشاهدة لأغلب الفيديوهات، اما في خصوص المشاركات فلقد تجاوزت 2.38 مليون مشاركة.

❖ فيما يخص الفرضيات:

أ-نتائج الدراسة في ظل الفرضية الأولى: الطابع الترويجي الذي اعتمده صانع المحتوى خبيب في ترويجه للسياحة الداخلية الجزائرية عبارة عن فيديوهات وصور.

ب-نتائج الدراسة في ظل الفرضية الثانية: والتي كان نصها يلعب صانعي المحتوى دور كبير في إبراز المناطق والأماكن السياحية المحلية.

من خلال تحليل فيديوهات صانع المحتوى خبيب تبين ان المؤثر سعى لإبراز العديد من الأماكن والمناطق السياحية الجزائرية، والمناظر الطبيعية التي لم تحظى بالاهتمام من

طرف الدولة الجزائرية، كزيارته لولاية وهران، حيث كشف عن العديد من المناطق السياحية المتميزة الموجودة فيها، وزيارته لشاطئ لافيتار بعين تموشنت وإبرازه العديد من المقومات السياحية التي يحتويها هذا الشاطئ والتي تعتبر عنصر جذب سياحي، وإلحاحه وحثه لاكتشاف المنطقة.

فمن خلال الفيديوهاات التي تم نشرها من قبل صانع المحتوى خبيب زرع روح محفزة في الجمهور الجزائري ومتابعيه لاكتشاف الأماكن السياحية والاستمتاع بها، وخلق رغبات ودوافع لاستهلاك المنتج السياحي.

ج -نتائج الدراسة في ظل الفرضية الثالثة: والتي كان نصها: يساهم صانعي المحتوى بشكل كبير في إظهار الموروث الثقافي المحلي.

بعد تحليل فيديوهاات صانع المحتوى خبيب فلقد اشار في كل فيديوهااته الى التراث الثقافي الجزائري في شقيه المادي وغير المادي والذي يعتبر كأساس لتعزيز الهوية الوطنية، وفيما يلي أبرز النتائج المتوصل اليها:

1-الجانب المادي:

تطرق صانع المحتوى خبيب في فيديوهااته المعالم الثقافية الموجودة على ربوع الولايات التي قام بزيارتها، منها القلاع، الكنائس، والقصور ومن بين أبرز هذه المواقع معلم "لاكورديا" بوهان الذي تم اهماله لسنوات عديدة فتم التعريف عنه وعلى تاريخه بواسطة خبيب، وايضا قصر مباركة بنت الخص بولاية البيض حيث يعتبر موروث قديم في المنطقة، فعرف صانع المحتوى خبيب عن تاريخ الموروث الثقافي الجزائري والعديد من المميزات والخصائص التي يحتويها كل موروث.

2-الجانب اللامادي:

قدم صانع المحتوى خبيب مجموعة من الفيديوهات، وأشار فيها للموروث الثقافي اللامادي، والذي يتمثل في الأكلات التقليدية كأكلة " الزفيطي " التي أشار إليها في فيديو عرق السيوف بولاية المسيلة، وأيضا تمت الإشارة إلى اللباس التقليدي كالقندورة، البليغة، القبعة السعفية، وحذاء الزاوي الذي تم التعريف عنه في فيديو مدينة بوسعادة، ويتمثل الموروث الثقافي اللامادي أيضا في الأقوال الشعبية كقول مباركة بنت الخص: " بكر لحاجتك تقضيها " و " المرأة قبل الصوم زوجها "، حيث أشار لهذه الأقوال في فيديو الأميرة الهاللية مباركة بنت الخص، كما قام خبيب بالتعريف المفصل للموروث الثقافي اللامادي في فيديوهات، حيث برز تاريخ كل موروث وعادات وتقاليد كل منطقة من المناطق الجزائرية.

✚ خلاصة عامة للنتائج:

وفي الأخير من خلال ما توصلنا إليه من نتائج الدراسة التي تمت في تحليل الفيديوهات المنشورة في صفحة صانع المحتوى "خبيب"، وبعد تحليل هذه النتائج أكدت الدراسة أن صانعي المحتوى لهم دور كبير في ترويج السياحة الداخلية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

ومن خلال النتائج المتوصل إليها اتضح ان صانع المحتوى خبيب يمتلك في صفحته العديد من المتابعين، حيث تم التفاعل معه بشكل كبير مما جعله ينشر العديد من الفيديوهات وهذا ما دل على تأثر المتابعين بمحتواه السياحي الثقافي.

الخاتمة

في عصر احتلت فيه تكنولوجيا المعلومات والاتصال مركز الصدارة، وفي بيئة تسويقية جديدة ألغت عنصر المسافة والزمن، أصبح المنتجين السياحيين يتنافسون في استخدام التقنيات الجديدة في مجال جذب وخدمة المستهلك السياحي، كان إلزاما على الدول العربية تبني استراتيجية تسويقية سياحية جديدة لكي تتمكن من المنافسة في هذه البيئة.

ان نجاح صناعة السياحة في الجزائر لا يرتبط فقط بتنوع المنتج السياحي بل هو مرتبط كذلك بتوفر بيئة تشريعية وتنظيمية ملائمة وتدريب وتطوير للموارد البشرية السياحية وكذا استخدام أحدث التقنيات في مجال الاتصال وتكنولوجيا المعلومات ،حيث أن صانع المحتوى خبيب قدم في صفحته على الفاسبوك العديد من الفيديوهات للمناطق السياحية في الجزائر لاكتشاف جمال تلك المناطق، في قالب او محتوى متميز وهذا ما تبين من خلال حجم التفاعلات والاعجابات، ونشير ان الاغلبية الساحقة للتعليقات التي قام بنشرها خبيب كانت ايجابية وداعمة لهذا المحتوى السياحي الثقافي، لنقول في الاخير ان لصانعي المحتوى خاصة السياحي والثقافي، وخبيب نموذجا كان لهم تأثير جد إيجابي على واقع السياحة في الجزائر، والدليل على ذلك الزيارات المتتالية لعدد من صناع المحتوى العرب لاكتشاف الثقافة والسياحة الجزائرية.

قائمة المصادر و المراجع

الكتب:

- 1- مصطفى سليمان، الدليل الشامل لصناعة المحتوى، جامعة الفاشر، السودان، 2021.

مجلات:

- 1- البلوشي فتيحة، الاقبال الالكتروني، مجلة الاتحاد الالكتروني، الامارات المتحدة، أكتوبر 2015.
- 2- بشير العلاق، الترويج الالكتروني والتقليدي، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 3- حرزلي عبد القادر، الإطار المفاهيمي للتراث الثقافي، ص 07.
- 4- عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ط4، الجزائر.
- 5- لزهة مساعديه، في مفهوم الثقافة وبعض مكوناتها، المركز الجامعي، ميله، ع 9، 2017.
- 6- محمد بدوي، مناهج البحث العلمي.
- 7- محمد فلاق، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق المعاصر، منظور تحليلي لأكاديمية الدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 18، جوان 2017.
- 8- مصطفى يوسف الكافي، صناعة السياحة والزمن السياحي، مؤسسة رسلا، سوريا، 2009.
- 9- يوسف تمار، تحليل محتوى الباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، تكسيح كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.

مذكرات

- 1- حضري وئام، بوهلال شيماء، تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب -دراسة ميدانية على عينة من شباب ورقلة، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2022.
- 2- حميدي نصري، دور صناع المحتوى في تشكيل الرأي العام الجزائري، دراسة مسحية من متابعي صفحة هشام دوف على انستغرام، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، جامعة مدية، 2021.
- 3- سليمة فيلاي، بنية الهوية الجزائرية في ظل العولمة ،دراسة على عينة من الطلبة الجامعيين، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ،في علوم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع القافي ، جامعة بسكرة ،2014.
- 4- القص صورية، خلو سهيلة، توظيف الديوان الوطني للسياحة للوسائط المتعددة على شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للسياحة الداخلية، مذكرة تخرج مكمل لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، 2021.
- 5- بالهامل محمد أكرم، دور الوسائط المتعددة في ترويج السياحة عبر الوكالات السياحية "الفاسبوك" نموذجا - دراسة ميدانية على عينة من الوكالات السياحية ولاية أم البواقي -، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال جماهيري ووسائط متعددة، جامعة ام البواقي 2020.
- 6- قويسى فضيل، عمران وليد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحديد الوجهة السياحية للأفراد، مذكرة ماستر أكاديمي، في العلوم التجارية، 2020.
- 7- قماروي نوال، أثر الترويج السياحي في ترقية الخدمات السياحية، دراسة حالة - الديوان الوطني للسياحة -، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر، تخصص علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2010.

- 8- زينب مونة، نور الإيمان مسعودي، دور الانترنت في تفعيل العمل السياحي - دراسة ميدانية لعينة من موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ورقلة-، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيات الاتصال الجديدة، جامعة ورقلة، 2015.
- 9- كمال مولوج، تأثير الترويج على سلوك المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، جامعة البليدة، 2005.
- 10- هدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، مذكرة ماجستير تخصص نقوذ مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2010.

الملاحق

الملحق (01): استمارة تحليل المحتوى

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال جماهيري والوسائط الجديدة

إستمارة تحليل محتوى

صناعة المحتوى الثقافي ودوره في ترويج السياحة الداخلية

(دراسة تحليلية لصفحة فايسبوك صانع المحتوى خبيب

في الفترة ما بين 2022 و 2024)

تحت إشراف:

د. محمد السعيد بن غنيمة

من إعداد:

محمدة شهرزاد

بابو رميصاء

الدفعة: 2024/ 2025

استمارة تحليل المحتوى:

I. بيانات المحتوى

- ✓ ☐ رقم المحتوى
- ✓ ☐ عنوان المحتوى
- ✓ ☐ تاريخ نشر المحتوى
- ✓ ☐ مدة المحتوى
- ✓ ☐ الرابط

II. فئات الشكل :

- ✓ ☐ فئة شكل المحتوى ☐ فيديو قصير ☐ صورة ☐ فيديو ☐
- ✓ ☐ فئة اللغة المستخدمة ☐ اللغة العربية ☐ اللغة الأجنبية ☐
- ☐ العامية ☐ مزيج لغوي ☐
- ✓ ☐ فئة التفاعلات ☐ ☐ ☐
- ☐ فئة نوع الموسيقى ☐

III. فئة الموضوع :

- ☐ التعريف بالأماكن و المناطق السياحية الداخلية الجزائرية
- ☐ التعريف بالمقومات السياحية الجزائرية التي تعتبر عنصر جذب سياحي
- ☐ إبراز الموروث الثقافي الذي تتمتع به الجزائر

✓ الموروث الثقافي المادي

✓ الموروث الثقافي اللا مادي

الملحق (02): صور من صفحة صانع المحتوى خبيب





