

جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال



مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر الأكاديمي

في ميدان : علوم الإنسانية

شعبة : علوم الإعلام و الاتصال

تخصص : الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة

بعنوان :

مساهمة صناع المحتوى في الترويج للموروث الثقافي الجزائري

-دراسة تحليلية لعينة من فيديوهات قناة KasoEst على اليوتيوب-

من إعداد الطالبتين:

سالمة رميصاء خالد

ليلي سويسي

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ : 25 ماي 2025

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الصفة	الجامعة	الرتبة	اللجنة
رئيساً	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أستاذ محاضر أ	د/ طارق صالح
مشرفاً ومقرراً	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أستاذ محاضر أ	د/ نادية جيتي
مناقشاً	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أستاذ مساعد أ	أ/ محرز حميمي

الموسم الجامعي: 2025/2024

جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال



مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر الأكاديمي
في ميدان : علوم الإنسانية
شعبة : علوم الإعلام و الاتصال
تخصص : الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة
بغنوان :

مساهمة صناع المحتوى في الترويج للموروث الثقافي الجزائري

-دراسة تحليلية لعينة من فيديوهات قناة KasoEst على اليوتيوب-

من إعداد الطالبتين:

سالمة رميماء خالد
ليلي سويسي

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ : 25 ماي 2025
أمام اللجنة المكونة من السادة:

الصفة	الجامعة	الرتبة	اللجنة
رئيساً	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أستاذ محاضر أ	د/ طارق صالح
مشرفاً ومقرراً	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أستاذ محاضر أ	د/ نادية جيتي
مناقشاً	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أستاذ مساعد أ	أ/ محرز حمامي

الموسم الجامعي: 2025/2024

شكر و عرفان

أشكر الله العلي القدير على توفيقه لإنجاز هذا العمل فهو جلا وعلا أحق بالشكر سبحانه
وتعالى

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : " من لم يشكر الناس ، لم يشكر الله "

ولا يسعنا في هذا المقام إلا أن ننسب هذا الفضل لأصحابه

فالشكر والتقدير لأستاذتنا الفاضلة نادية جيتي على إشرافها علينا ...

نسأل الله أن يجعل كل الخير بين يديك ..

شكرا جزيلا على اهتمامك بنا ...منك تعلمنا معنى النجاح ...

من القلب نتوجه إلى كل من ساهم في نجاح عملنا هذا، من أساتذة بقسم علوم الإعلام
والاتصال

إلى كل الأصدقاء والزملاء من قريب أو بعيد ... شكرا جزيلا

إهداء

إلى ملاكي فالحياة .. إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان والتفاني

أرجو من الله أن يمد في عمرك لتري ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار

.. أمي الغالية

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار .. إلى من علمني العطاء بدون انتظار .. إلى من أحمل

إسمه بكل افتخار .. أرجوا من الله أن يمد في عمرك

.. أبي الغالي

إلى من تحلوا بهم الإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء .. إلى ينباع الصدق الصافي....

أخي عبد الكريم و أختي إلهام...

إلى أحبائي وإخوتي وعائلة أمي

دون أن أنسى صديقاتي و زملائي طيلة مشواري الجامعي

إلى أرواح عزيزة أفتقدها في كل ذكرى ومناسبة ..

إلى من بهم كان زمن الصدق الصافي ..

أمي الكبيرة خديجة

سالمة رميصاء خالد

إهداء

أهدي عملي هذا الى من كان سندي في الحياة أبي الغالي أحمد سويسي

الى أمي رحمة الله عليها، الى أمي الثانية أطل الله في عمرها

كما لا أنسى جدتي التي لا يخلو حديثها بالدعاء لي

تلى إخوتي جمال الدين، يمينة، عواطف، مريم، هبة الله، منيرة الذين كانوا داعمون لي

خلال مسار حياتي.

الى صغار العائلة أنيس، فاطمة، وصال

إلى صديقتي التي رافقتني في إنجاز هذا العمل سالمة ريمياء خالد أعطاه الله أكثر مما

تتمنى

ولا أنسى الى كل من كان داعما لي لإنجاز هذا العمل

ليلي سويسي

ملخص الدراسة :

تتمحور هذه الدراسة حول مساهمة صناع المحتوى في الترويج للموروث الثقافي الجزائري من قبل صانعا محتوى قناة KasoEst في اليوتيوب.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مساهمة صناع المحتوى في الترويج للموروث الثقافي الجزائري من خلال فيديوهات قناة KasoEst ، و لمعرفة هذا تم الإعتماد على منهج المتبع و هو منهج الوصفي التحليلي، كما تم إستعمال أداة تحليل المضمون لجمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة التي تم تطبيقها على عينة متمثلة في جميع الفيديوهات التي تتضمن الموروث الثقافي الجزائري في قناة KasoEst وهي 32 فيديو، التي تم إختيارها بطريقة قصدية.

و قد توصلت هذه الدراسة الى النتائج التالية :

_ساهمت قناة KasoEst في الترويج للموروث الثقافي الجزائري المتنوع التي تزخر به الجزائر.

الكلمات المفتاحية : مساهمة، صناع المحتوى، الترويج، الموروث الثقافي الجزائري .

Study Summary :

This study focuses on the contribution of content creators to promoting Algerian cultural heritage through the content creators of the KasoEst YouTube channel.

This study aims to understand the contribution of content creators to promoting Algerian cultural heritage through KasoEst channel videos. To do this, the descriptive analytical approach was adopted. A content analysis tool was used to collect data related to the study topic. This data was applied to a sample of all 32 videos featuring Algerian cultural heritage on the KasoEst channel, which were purposefully selected.

This study reached the following results:

_The KasoEst channel contributed to promoting the diverse Algerian cultural heritage that Algeria abounds with.

Keywords: Contribution, content creators, promotion, Algerian cultural heritage.

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
I.	شكر و عرفان
II.	إهداء 1
III.	إهداء 2
IV.	ملخص الدراسة
VI.	قائمة المحتويات
VIII.	قائمة الجداول
IX.	قائمة الملاحق
أ	مقدمة
الفصل الأول : الاطار المنهجي للدراسة	
2	تمهيد
3	الإشكالية
4	التساؤلات الفرعية
5	أسباب إختيار الموضوع
5	أهمية الدراسة
5	أهداف الدراسة
6	الدراسات السابقة
12	مفاهيم ومصطلحات الدراسة
15	منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات
19	مجتمع الدراسة وعينة الدراسة
20	المقاربة النظرية
22	حدود الدراسة
الفصل الثاني الإطار التطبيقي للدراسة	

25	تمهيد
26	بطاقة تقنية للقناة
32	التحليل الكمي والكيفي للفئات الشكل
35	التحليل الكمي والكيفي للفئات المضمون
48	الإستنتاجات العامة للدراسة
50	الإستنتاجات العامة على ضوء النظرية
52	خاتمة
54	قائمة الراجع والمصادر
60	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
28	جدول يوضح : العينة المختارة	01
32	جدول يوضح : اللغة المستخدمة في قناة KasoEst	02
33	جدول يوضح : المؤثرات الصوتية المستخدمة في قناة KasoEst	03
34	جدول يوضح : ترجمة الفيديوهات قناة KasoEst	04
35	جدول يوضح : الموضوعات المتعلقة بالموروث الثقافي المادي التي تناولها صانعا محتوى قناة KasoEst	05
37	جدول يوضح : الموضوعات المتعلقة بالموروث الثقافي اللامادي التي تناولها صانعا محتوى قناة KasoEst	06
39	جدول يوضح : الأهداف من نشر الموضوعات من قبل صانعا محتوى قناة KasoEst	07
41	جدول يوضح : الشخصيات الفاعلة في فيديوهات قناة KasoEst	08
42	جدول يوضح : الإستimalات الإقناعية المستخدمة في فيديوهات صانعا محتوى قناة KasoEst	09
43	جدول يوضح : الجمهور المستهدف الذي يروج له صانعا محتوى قناة KasoEst	10
45	جدول يوضح : القيم المتضمنة في فيديوهات صانعا محتوى قناة KasoEst	11
46	جدول يوضح : فئة تفاعل الجمهور مع فيديوهات قناة KasoEst	12

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
60	إستمارة تحليل المضمون النهائية	01
71	إستمارة للتحكيم	02
74	قائمة الأساتذة المحكمين	03
75	صور تبين لقطات شاشة عن فيديوهات للقناة	04

مقدمة

مقدمة :

شهد العالم في السنوات الأخيرة ثورة كبيرة في مجال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال حيث فتحت أفقاً جديدة للتواصل و أحدثت تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية، الإجتماعية، الثقافية، الإقتصادية و أثرت على أنماط الاتصال بين الجمهور، وتعتبر الأنترنت من مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة حيث قربت المسافات و أصبح العالم قرية صغيرة، و مع التطور السريع ظهرت منصات التواصل الإجتماعي التي تعتبر من الوسائل الاتصال في الوقت الراهن و لها أهمية كبيرة لأنها فرضت نفسها على العالم و أصبحت جزء مهمة في الحياة اليومية و أتاحت للأفراد التعبير عن الآراء و الأفكار و التفاعل و تبادل الثقافات، وفتحت منصات التواصل الإجتماعي للفرد التعبير عن نفسه و عن آرائه بكل الحرية و صناعة الرأي العام ومن هنا بدأ ظهور صناعات المحتوى و بروجهم، وذلك بفتحهم لحسابات في مواقع التواصل الإجتماعي، حيث كانت بداية كل صانع محتوى مقتصرة على التعريف بنفسه ونشاطاته اليومية. لكن إختلف الأمر مع مرور الوقت فأصبح البعض منهم يتجه إلى تبادل الثقافات وتعلم اللغات ونشر العادات والثقافات ونشر الوعي بأساليب مبتكرة وجذابة تختلف من صانع محتوى لآخر.

وتلعب محتويات هؤلاء الصناع من فيديوهات وصور وبودكاست دور رئيسي في إثارة إهتمام الجمهور والمتابعين بمجالات الثقافات المختلفة كالعادات والتقاليد، اللغات ، الفنون الشعبية ، التراث ... كما أتاحت هذه المحتويات المختلفة فرصة لخلق حوار تفاعلي مع الجمهور والمتابعين مما يعزز إنتشار الثقافة عبر الحدود الجغرافية، ونظرا لأهمية الموروث الثقافي لدى الجمهور، نجد من صناعات المحتوى المهتمين بهذا المجال صناعات محتوى قناة KasoEst ، هذه الأخيرة ساهمت في الترويج للموروث الثقافي الجزائري والذي يعتبر رمزا للهوية الثقافية، وكذلك ما يحمله من قيم ومبادئ متوارثة من الأجيال السابقة، والعمل على توعية الجمهور للحفاظ على الموروث من الإندثار والاستغلال.

كما هدفا صناعات محتوى لهذه القناة من خلال محتوياتها على إبراز مساهمتهم كوسيط ثقافي فعال في تعزيز ونشر الموروث الثقافي الجزائري وفتح آفاق لتقديم الموروث الثقافي الجزائري بأساليب معاصرة تلبي تطلعات الجمهور وتواكب التطورات العصر الرقمي.

ومنه جاءت هذه الدراسة لمعرفة مساهمة صناعات محتوى قناة KasoEst للترويج للموروث الثقافي الجزائري، وفي إطار هذه الدراسة تطرقنا إلى فصلين.

حيث تناولنا في الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة والذي يتضمن إشكالية الدراسة، التساؤلات الفرعية، أسباب إختيار الموضوع، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، الدراسات السابقة، وكذلك يتضمن مفاهيم ومصطلحات الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة، ثم منهج وأدوات جمع البيانات، المقاربة النظرية و حدود الدراسة.

أما بخصوص الفصل الثاني فتناولنا الإطار التطبيقي للدراسة والذي يشمل على بطاقة تقنية للقناة إضافة إلى التحليل الكمي والكيفي للفئات الشكل والمضمون، الإستنتاجات العامة للدراسة و الإستنتاجات العامة على ضوء النظرية.

الفصل الأول :
الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد :

في هذا الفصل سنتطرق إلى الإطار المنهجي لأنه جزء مهم في تحديد الخطوات المنهجية في البحث العلمي، ويتضمن عناصر أساسية وتتمثل عناصر الإطار المنهجي لدراستنا في الآتي :

- 1- الإشكالية
- 2- التساؤلات الفرعية
- 3- أسباب إختيار الموضوع
- 4- أهمية الدراسة
- 5- أهداف الدراسة
- 6- الدراسات السابقة
- 7- مفاهيم و مصطلحات الدراسة
- 8- مجتمع الدراسة وعينة الدراسة
- 9- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات
- 10- المقاربة النظرية للدراسة
- 11- حدود الدراسة

1- الإشكالية :

تعتبر منصات التواصل الإجتماعي من بين الوسائل الاتصال في العصر الحالي التي تعالج مختلف مجالات المواضيع، حيث أتاحت للأفراد تواصل و تبادل الآراء و الثقافات إضافة على هذا نقل الأخبار و المعلومات، و في مقابل ألغت حاجز الخصوصية و أتاحت للمستخدمين التواصل و تفاعل بطريقة تتناسب وفق إحتياجاتهم الشخصية.

إن تزايد إنتشار و إستخدام منصات التواصل الإجتماعي خلال هذه السنوات الأخيرة جاءت ظاهرة تعرف "بصناعة المحتوى" التي يتم من خلالها تقديم مضامين للجمهور تتناول فيه موضوع محدد بعدة أشكال متمثلة في مقالات، فيديوهات، بودكاست بهدف جذب انتباه المتابعين و رفع مستوى التفاعل، تتنوع مختلف المواضيع من بينها الموروث الثقافي المنتقل من جيل إلى جيل الذي يعكس تنوع الثقافات و معبرة عن هوية الشعوب و إنتماء أفراد إلى ثقافة معينة حيث تعكس تاريخهم و تجاربهم و معتقداتهم.

كما شهدت الجزائر خلال فترات متعاقبة لحضارات مختلفة تنوعا ثقافيا كغيرها من الدول، و هذا راجع إلى موقعها بحكم قربها من قارة أوروبا و بوابة لقارة إفريقيا، ما جعل أن تلتقي بعدة من مؤثرات الثقافية فورثت من ماضيها تراث ثقافيا متعدد المشارب و المعترف به دوليا.¹ فيعد هذا الموروث عنصر للحفاظ على الذاكرة و نقله للأجيال القادمة و قيمة نعتز بها، و قد إختلفت طرق سرد و عرض الموروث الثقافي من وسائل تقليدية كالنقش على الصخور و إحتفاظ بالمخطوطات و كتابة على الجدران إلى الوسائل الحديثة التي تواكب التكنولوجيا و التي فرضت نفسها المتمثلة في منصات التواصل الإجتماعي، فظهرت عدة حسابات تقدم محتوى تعرف به عن الموروث الثقافي، و تقوم على السرد بطريقة تفاعلية مع الجمهور.

نخص بالذكر الموروث الثقافي الجزائري الذي روج له الكثير من صناع المحتوى عبر مختلف مواقع التواصل الإجتماعي و بتحديد صانعا محتوى قناة KasoEst على اليوتيوب، و التي تتناول فيه الموروث الثقافي الجزائري و تمكين الشعب الجزائري من إكتشاف تراثه و تعدد أنواعه و الإعتزاز بالوحدة الوطنية من محتوى هذه الفيديوهات و منه تعمل الباحثين إلى إظهار هذا الموروث الثقافي الجزائري الذي

¹ الطاهر لحرش، نرجس بولحديد، "موروث ثقافي المادي و اللامادي في تعزيز الجذب السياحي في الصحراء الجزائرية"، مجلة روافد للبحوث و الدراسات 02(مارس2022): 90.

تتضمنه فيديوهات قناة KasoEst على اليوتيوب من خلال قراءة تحليلية للعينة المختارة طارحتين في هذا السياق التساؤل الرئيسي التالي:

كيف ساهما صانعا محتوى قناة KasoEst على اليوتيوب في الترويج للموروث الثقافي الجزائري؟

2- التساؤلات الفرعية :

1-2 التساؤلات المتعلقة بالشكل :

- ما اللغة التي إستخدمها صانعا محتوى قناة KasoEst للترويج للموروث الثقافي الجزائري؟
- ماهي المؤثرات الصوتية المستخدمة في قناة KasoEst للترويج للموروث الثقافي الجزائري؟
- هل توجد ترجمة في الفيديوهات قناة KasoEst للترويج للموروث الثقافي الجزائري؟

2-2 التساؤلات المتعلقة بالمضمون :

- ماهي الموضوعات التي يتناولها صانعا محتوى قناة KasoEst للترويج للموروث الثقافي الجزائري؟
- ما هدف من نشر الموضوعات التي تتعلق بالموروث الثقافي الجزائري من قبل صانعا محتوى قناة KasoEst على اليوتيوب؟
- ماهي الشخصيات الفاعلة في فيديوهات قناة KasoEst للترويج للموروث الثقافي الجزائري؟
- ماهي الإستراتيجيات الإقناعية المستخدمة في فيديوهات صانعا محتوى قناة KasoEst للترويج للموروث الثقافي الجزائري؟
- من هو جمهور المستهدف للمضامين التي يروج لها صانعا محتوى قناة KasoEst على اليوتيوب؟
- ماهي القيم المتضمنة في فيديوهات صانعا محتوى قناة KasoEst للترويج للموروث الثقافي الجزائري؟
- كيف يتفاعل الجمهور مع فيديوهات صانعا محتوى قناة KasoEst؟

3- أسباب إختيار الموضوع :

3-1 أسباب ذاتية :

- إهتمام الباحثين بدراسة مواضيع صناع المحتوى و الموروث الثقافي الجزائري.
- الرغبة في دراسة الموروث الثقافي الجزائري و كيف يتم ترويج له من قبل صناع المحتوى.
- الميل في إستعمال أداة تحليل مضمون في موضوعي.

3-2 أسباب موضوعية :

- إثراء المزيد المعرفي.
- التعرف على الكيفية التي يساهم من خلالها صناع المحتوى في الترويج للموروث الثقافي الجزائري.
- القيمة العلمية للموضوع وما يمكن إضافته من معلومات حول الموروث الثقافي الجزائري.

4- أهمية الدراسة :

تكمن أهمية دراسة من أهمية الموضوع وذلك لأنها تسلط الضوء على صناع المحتوى في الترويج للموروث الثقافي الجزائري، و محاولة الحفاظ على الهوية الثقافية و تعزيزها من خلال منصات التواصل الإجتماعي، و بالتالي تقدم هذه الدراسة أهمية في مجال حقل العلمي بالإضافة إلى القيمة العلمية التي تقدمها إلى مجال الإعلام و الاتصال و الدراسات السابقة.

تكمن أهمية هذه الدراسة في كيفية الترويج للموروث الثقافي الجزائري من خلال صناع المحتوى عبر قناة KasoEst على اليوتيوب، في محاولة إبراز الموروث الثقافي المادي و اللامادي التي تزخر به الجزائر و الحفاظ عليه و تمسك به في ظل هذه المتغيرات الحديثة و كون هذا الموضوع يبحث في العادات و تقاليد الجزائر.

5- أهداف الدراسة :

- معرفة اللغة التي إستخدمها صانعا محتوى قناة KasoEst للترويج للموروث الثقافي الجزائري.
- إبراز المؤثرات الصوتية المستخدمة في قناة KasoEst للترويج للموروث الثقافي الجزائري.

- معرفة الفيديوهات التي تحتوي على الترجمة و بدون ترجمة في قناة KasoEst للترويج للموروث الثقافي الجزائري.
- التعرف على الموضوعات التي يتناولها صانعا محتوى قناة KasoEst للترويج للموروث الثقافي الجزائري.
- معرفة هدف من نشر الموضوعات التي تتعلق بالموروث الثقافي الجزائري من قبل صانعا محتوى قناة KasoEst على اليوتيوب.
- معرفة الشخصيات الفاعلة في فيديوهات قناة KasoEst للترويج للموروث الثقافي الجزائري.
- معرفة الإستimalات الإقناعية المستخدمة في فيديوهات صانعا محتوى قناة KasoEst للترويج للموروث الثقافي الجزائري.
- السعي للمعرفة جمهور المستهدف للمضامين التي يروج لها صانعا محتوى قناة KasoEst على اليوتيوب.
- السعي للمعرفة القيم المتضمنة في فيديوهات صانعا محتوى قناة KasoEst للترويج للموروث الثقافي الجزائري.
- التعرف على كيفية تفاعل الجمهور مع فيديوهات صانعا المحتوى قناة KasoEst.

6- الدراسات السابقة :

من خلال عملية البحث عن الدراسات السابقة تم إختيار أربعة دراسات، إتخذنا التصنيف الزمني من الأحدث إلى الأقدم في ترتيبها و منه :

الدراسة (1) : "حريزي شيماء و علي واحمد أسماء" بعنوان مساهمة صناع المحتوى في الترويج للتراث الثقافي الوطني 2023/2022.

إنطلقت هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي : كيف ساهم صانع المحتوى خبيب كواس في الترويج للتراث الثقافي الجزائري عبر قنواته الخاصة على اليوتيوب ؟ ، وتهدف هذه الدراسة الى إبراز المواضيع التي ركز عليها خبيب في قنواته حول التراث الثقافي الجزائري، و التعرف على هدف من نشر

مواضيع تتعلق بالتراث الثقافي عبر قناة خبيب، تم استخدام في هذه الدراسة منهج الوصفي و أداة المستخدمة لجمع البيانات هي الملاحظة البسيطة المباشرة كأداة ثانوية و الأداة الرئيسية هي إستمارة تحليل المضمون للوصول إلى الأهداف المرجوة، أما عينة الدراسة هي عينة قصدية حيث تم إختيار 9 فيديوهات التي شاركها في الفترة الممتدة ما بين 2 مارس 2019 إلى 2 أبريل 2023.

تم التوصل في هذه الدراسة إلى أبرز النتائج و هي :

- ركز المدون في قنواته على المواضيع التي تخص الأماكن السياحية و الإعتزاز بالعادات و التقاليد للبلاد و التسويق للمنتجات المحلية التقليدية و التعريف بها الناس الذين لا يعرفون عن بلادنا إلا القليل.
- يهدف خبيب كواس في طرح مواضيعه إلى ترويج للمواقع السياحية و الأثرية و بيان جمال المنطقة و ما تتمتع به و كذا المحافظة على العادات و التقاليد وذلك من خلال الترويج للتراث المحلي.¹

أوجه التشابه و الإختلاف و الإستفادة من الدراسة :

تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسة "حريزي شيماء و علي واحمد أسماء" في المنهج الدراسة و هو المنهج الوصفي الذي يقوم على وصف و جمع البيانات و تحليلها لإستخراج النتائج، و أداة جمع البيانات المتمثلة في إستمارة تحليل المضمون كأداة رئيسية التي تقوم على جمع البيانات المحتوى، بالإضافة إلى نوع العينة وهي العينة القصدية التي يكون إختيارها بقصد.

و إختلفت مع دراستنا في صناع المحتوى حيث في دراسة "حريزي شيماء و علي واحمد أسماء" فتم إختيار صانع المحتوى خبيب كواس أما دراستنا تم إختيار صانعا المحتوى قناة KasoEst، و تختلف في حجم عينة مختارة حيث في دراسة "حريزي شيماء و علي واحمد أسماء" تم إختيار 9 فيديوهات أما دراستنا وقع إختيار على 32 فيديو، بالإضافة إلى إختلاف في حدود الدراسة فتمت دراسة "حريزي شيماء و علي واحمد أسماء" في حدود الزمانية 2022-2023 أما دراستنا فكانت الحدود الزمانية من 2024-2025.

¹ أسماء علي واحمد، شيماء حريزي، "صناع المحتوى في الترويج للتراث الثقافي الوطني: دراسة تحليلية قناة كواس خبيب على اليوتيوب"، (مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة أحمد درابعية-أدرار-، 2022-2023).

تمت الاستفادة من هذه الدراسة في الجانب المنهجي و ذلك بفهم موضوع و توضيح بعض النقاط و تعريف بعض مصطلحات الدراسة، و طريقة إختيار العينة و ذلك بتحديد العينة المناسبة للدراسة، و كيفية إعداد إستمارة تحليل المضمون، بالإضافة إلى تحليل و تفسير بعض النتائج في الجانب التطبيقي.

الدراسة (2) : "لبنى رحموني و محمد بن شرادة" مقال بعنوان التدوين عبر الفيديو VIOGGING كأداة لترويج للموروثات الثقافية الجزائرية 2020_2021.

إنطلقت هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي: ما هو دور التدوين عبر الفيديو الفلوكينغ في الترويج للموروث الثقافي الجزائري ؟ حيث جاءت هذه الدراسة تبحث في التعرف على محتويات الخاصة بالموروث الثقافي الجزائري و معرفة كيفية تناول المدونات الإلكترونية للموروث في الجزائر و الزوايا التي تمت معالجته منها إتخذت هذه الدراسة منهج الوصفي التحليلي لتحليل الفيديوهات الذي يعد أكثر ملائمة مع أداة المستخدمة في جمع و تحليل البيانات و هي إستمارة تحليل المضمون كأداة للوصول للأهداف المنشودة من خلال تقسيمها في وحدات التحليل و فئات التحليل. أما العينة المختارة من قبل الباحثين هي العينة القصدية تضم قنوات متخصصة و غير متخصصة في ترويج للموروثات الثقافية و المتمثلة في 95 فيديو التي تثرى موضوع البحث.

و إستخلصا الباحثين النتائج التالية :

_ أن المدونات الرقمية تسعى لنقل و حفظ و نشر الموروث الثقافي الجزائري و تمثل طوق نجاة محتمل للمحافظة على هذا الموروث الغني و إيصاله إلى عدد أوسع من المتلقين خاصة من الجيل الشاب الذي يتعاطى كثيرا المحتويات الرقمية التي تعرضها عليه المنصات العالمية.

_ أن المنصات الرقمية لها دور حيوي في حفظ و نقل الموروث الثقافي للجزائر تستلزم مزيدا من الإهتمام و الدعم و يجب أن تختار جهات معينة بتطوير السياحة و الحفاظ على هذا الموروث الثقافي إضافة مدونات فيديو إلى جهود التسويق للمعالم السياحية في الجزائر.¹

¹ لبنى رحموني، محمد بن شرادة، " التدوين عبر الفيديو VIOGGING كأداة لترويج للموروثات الثقافية الجزائرية،" مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية 07 (أفريل 2021).

أوجه التشابه و الاختلاف و الإستفادة من الدراسة :

تتشابه الدراسة المعنونة بالتدوين عبر الفيديو الفلوكينغ أداة لترويج للموروثات الثقافية الجزائرية في المنهج المعتمد عليه و هو المنهج الوصفي التحليلي لتحليل المحتوى و أداة جمع البيانات المتمثلة في إستمارة تحليل المضمون لجمع البيانات بالإضافة إلى نوعية العينة المختارة و هي العينة القصدية.

ويختلفان في نوعية العينة و حجم العينة ففي هذه الدراسة تم إختيار مدونات رقمية التي تروج للموروث الثقافي الجزائري أما دراستنا فكانت عينة فيديو هات من قناة على اليوتيوب وهي قناة KasoEst ، أما حجم العينة فكانت في هذه الدراسة 95 فيديو، أما دراستنا كانت 32 فيديو.

تم الإستفادة من هذه الدراسة في الإستشهاد في عملية التفسير.

الدراسة (3) : "محمد بن شارف و عبد الغاني بن عوينة" بعنوان دور الاعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري 2020_2021.

إنطلقت هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي : كيف ساهم الإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري من خلال جريدة السياحي ؟ حيث تسعى هذه الدراسة لتقييم و تحليل الموروث الثقافي في الجزائر من خلال جريدة السياحي و التعرف على الأنواع و القوالب الصحفية المستخدمة في عرض الموروث الثقافي الجزائري في جريدة السياحي و إبراز دور الاعلام السياحي و أهميته في التعرف على الموروث الثقافي في الجزائر، فنوع الدراسة هي التي تفرض نوع المنهج فالمنهج المستخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لوصف الظاهرة، أما فيما يتعلق بمجتمع البحث هو جريدة السياحي الجزائرية، العينة المختارة في هذه الدراسة هي العينة العشوائية تضم 14 عددا لجريدة السياحي للفترة الممتدة من شهر أكتوبر 2016 إلى غاية مارس 2017 مستعملين في جمع البيانات و تحليلها أداة تحليل المضمون كأداة للوصول للأهداف المرجوة.

و أهم ما توصل إليه الباحثين ما يلي :

أن جريدة السياحي تعتبر الموروث الثقافي الجزائري مادة إعلامية أساسية لها حيث خصصت لها مساحة معتبرة مقارنة بالمساحة الكلية للجريدة.

كما أولت إهتمام كبير في صياغتها للعناوين و تعتمد على أسرة الجريدة إعداد و تحرير المواضيع المتعلقة بموضوع الدراسة.¹

أوجه التشابه و الإختلاف و الإستفادة من الدراسة :

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في أن كلا الدراستين دراسات تحليلية و في المنهج المختار هو الوصفي التحليلي لوصف المحتوى، بالإضافة إلى أداة جمع البيانات المتمثلة في إستمارة تحليل المضمون. تختلف هذه الدراسة عن دراستنا المعنونة بدور الإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري مع دراستنا في نوعية العينة المختارة، حيث تم الإعتماد في هذه الدراسة على العينة العشوائية بينما دراستنا على العينة القصدية، بالإضافة الى أن هذه الدراسة تم تحليل جرائد بينما في دراستنا تم تحليل فيديوهات من قناة اليوتيوب المتمثلة في قناة KasoEst .

تم الإستفادة من هذه الدراسة في تزويدنا بمراجع خلال عملية البحث، بالإضافة إلى تحليل و تفسير بعض النتائج في الجانب التطبيقي.

الدراسة (4) : "حسنة غويلة، سامية سدايرية، مروة رميلي" بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري 2019/2018.

إنطلقت هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي : كيف يساهم موقع فايس بوك في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري ؟ ، تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور موقع فايس بوك في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري، الهدف الى معرفة الأساليب المتبعة من طرف صفحتي فايس بوك في نشر المعلومات و التوعية حول اللباس و الطبخ التقليدي، و تم الإعتماد في هذه الدراسة على منهج الوصفي التحليلي و أداة المستخدمة لجمع البيانات هي أداة تحليل المضمون كأداة رئيسية للوصول إلى الأهداف المرجوة و أداتين ثانويتين هي المقابلة و الملاحظة، أما المجتمع الدراسة فهو موقع فايس بوك الذي تتناوله صفحاته موضوع التراث الثقافي الجزائري، و عينة الدراسة هي عينة قصدية حيث تم إختيار صفحتي فايسبوك المتخصصةين في اللباس و الطبخ التقليدي الجزائري.

¹ احمد بن شارف، عبد الغاني بن عوينة، " دور الاعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري"، (مذكرة ماستر، جامعة عبد الحميد ابن باديس، 2020_2021).

تم التوصل إلى أهم النتائج و هي كالتالي :

-تضمنت صفحتي "الامبراطورية الجزائرية تاريخ و ثقافة" و "المطبخ الجزائري الاصيل التقليدي و العصري" مجموعة من المعلومات و الأفكار حول اللباس و الطبخ التقليدي الجزائري مبرزة تنوعها و مدى تعبيرها عن تراثنا الثقافي، و محاولة بذلك نشر فكرة الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري و حمايته من الاندثار.

- تسعى هاتين الصفحتين من خلال منشوراتها إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تقوم من خلالها بالتعريف بالتراث الجزائري و المساهمة في توعية و تثقيف الافراد بضرورة المحافظة عليها لضمان إستمراريته من جيل إلى جيل.¹

أوجه التشابه و الإختلاف و الإستفادة من الدراسة :

تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسة "حسنا غويلة، سامية سدايرية، مروة رميلي" في المنهج المعتمد و هو المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على وصف و تحليل البيانات لإستخراج النتائج، و الأداة المستخدمة لجمع البيانات هي تحليل المضمون كأداة رئيسية، بالإضافة إلى نوع العينة المختارة هي العينة القصدية.

و إختلفت مع دراستنا في المقاربة النظرية حيث في دراسة "حسنا غويلة، سامية سدايرية، مروة رميلي" تم الإعتماد على نظرية الغرس الثقافي أما دراستنا تم الإعتماد على نظرية البنائية الوظيفية، و تختلف في مجتمع الدراسة حيث في دراستنا تم إختيار اليوتيوب هو مجتمع الدراسة أما دراسة "حسنا غويلة، سامية سدايرية، مروة رميلي" فالمجتمع الدراسة هو فايسبوك، بالإضافة إلى أنها تختلف في حدود الدراسة فتمت دراسة "حسنا غويلة، سامية سدايرية، مروة رميلي" في الفترة الزمنية 2018-2019 أما دراستنا فكانت الفترة الزمنية من 2024-2025.

تمت الإستفادة من هذه الدراسة في الجانب المنهجي و ذلك بتوضيح أفكار حول الموروث الثقافي الجزائري و المساعدة في إعداد إستمارة تحليل المضمون، بالإضافة إلى تحليل و تفسير بعض النتائج في الجانب التطبيقي.

¹ حسنا غويلة، سامية سدايرية، مروة رميلي، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري: موقع فايس بوك نموذجا"، (مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة 8ماي 1945-قائمة، 2018-2019).

7- مفاهيم و مصطلحات الدراسة :

7-1 مساهمة :

أ- لغة : "بمعنى اشتراك، تعاون".¹

ب-اصطلاحاً : "المساهمة هي تلك التي يقدمها شخص ما إلى فرد أو منظمة، قد تكون مساهمة مبلغ

من المال أو مساهمة ذات طبيعة روحية أو فنية أو فكرية".²

7-2 صناعة :

أ- لغة : "من فعل صَنَعَ. صنع الشيء: عمله".³

ب-اصطلاحاً : "يقصد بها ذلك النشاط الذي يعني بتحويل المواد الأولية (المواد الخام) إلى المنتجات

كاملة الصنع أو شبه مصنعة، و ذلك من خلال مزج المواد أو تشكيلها أو تعبئتها بهدف تغيير

صورتها النهائية لمنتج أو سلعة أو أكثر نفعاً و إستخدامات و أهمية".⁴

7-3 محتوى :

أ- لغة : مضمون.⁵

ب-اصطلاحاً : أو ما يطلق عليه مضمون الشيء أو ما يحتويه الشيء.⁶

7-4 صناع المحتوى :

أ- اصطلاحاً : هي صفة تنسب على من يقوم بإنشاء محتوى في مجموعة متنوعة مثل المقالات،

منشورات، المدونة، الكتب و التسجيلات الصوتية حيث يستفيد صانع المحتوى بالكفاءات المطلوبة

اللازمة لإعداد محتوى يعرض الى الجمهور عبر عدة منصات.⁷

¹ علي واحمد، حريزي، "صناع المحتوى في"، ص 12.

² علي واحمد، حريزي، "صناع المحتوى في"، ص 12.

³ أحمد مختار عمر، المكنز الكبير: معجم شامل للمجالات و المترادفات و المتضادات، ط1. (الرياض- السعودية: دار سطور، 2000)، مادة "صناعة".

⁴ رونق ماضي، بوشريط ابتسام، "صناعة المحتوى التعليمي في المنصات الرقمية: دراسة ميدانية على شباب ولاية قالمة"، (مذكرة تخرج لنيل الماجستير، جامعة 8ماي 1945قالمة، 2022-2023)، ص 10.

⁵ جمال بن شيخ و محمد غجاتي، قاموس البير. (الجزائر: دار البدر، 2012)، مادة "محتوى".

⁶ محمد منير حجاب، معجم الإعلامي. (قاهرة: دار الفجر، 2004)، مادة "محتوى".

⁷ طلال ناظم الزهيري، " تعزيز المواطنة الرقمية و أثرها في اتجاهات صناعة المحتوى الرقمي تيك توك نموذجا"، مجلة أوراق بحثية 01 (2023):96.

ب- اجرائيا : نقصد بصناع المحتوى في دراستنا هم الرحالة بلقاسم الجزائري و زوجته استر الإيطالية صاحبا قناة KasoEst محبي المغامرة و السفر هدفهم الأول من إنشاء هذه القناة هو الترحال و معرفة الثقافات الأخرى بالإضافة الى زيارة دول في مختلف أنحاء العالم، هذا ما جعل من صانعا هذه القناة إلى الترويج للموروث الثقافي الجزائري و التعريف بمختلف العادات و التقاليد التي تزخر بها الجزائر من موروث المتوارث من الأجيال .

7-5 الترويج :

أ- لغة : "مشتقة من فعل روج الشيء وَرَوَّجَ به : عَجَّل".¹

وفي تعريف آخر: "من فعل رَوَّجَ يُرَوِّجُ تَرْوِجاً. روج الشيء جعله منتشراً يكثر الطلب عليه".²

ب-اصطلاحاً : عرفه "stanton": هو ممارسة الاخبار و الاقناع و الاتصال و يرتبط الترويج بالاتصال و يقصد به عملية تأثير في سلوك الآخر من خلال مشاركة الأفكار و المعلومات و المشاعر الخاصة بالجمهور.³

و في تعريف آخر: "هو ذلك العنصر المتعدد الأشكال و الهادف إلى تحقيق عملية الاتصال بين ما تقدمه المؤسسات من سلع أو خدمات بواسطة أفكار و معلومات و حقائق تعمل على إشباع حاجات المستهلكين من أفراد و جماعات وفقاً لإمكاناتهم".⁴

7-6 التراث :

أ- لغة : "ابن الاعرابي: الوَرْتُ و الوَرْتُ و الإزْتُ و الإزْتُ و الوِرَاثُ و الإِرَاثُ و التراث واحد، و الميراث ما وُرِثَ، وقيل الوِرَاثُ و الميراث في المال، و الازْتُ في الحسب".⁵

وفي تعريف آخر: كلمة "تراث" مشتقة من فعل "ورث" وتدل على ما يتركه الشخص لورثته.⁶

¹ جمال الدين أبي الفضل محمد بن مكرم ابن منظور الأنصاري، لسان العرب، ط1. (بيروت- لبنان: دار الكتب العلمية، 2003)، ج1: مادة "ت" ث ج ح".

² أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، ط1. (القاهرة: عالم الكتب، 2008)، مادة "روج".

³ مرتضى الأمين البشير، وسائل الاتصال و الترويج السياحي. (الأردن: دار أمواج، 2016)، 74 .

⁴ محمد عيد حسين، الإعلان التجاري: المفاهيم والأهداف، ط1. (الأردن-عمان: دار الراجية، 2015)، 62.

⁵ ابن منظور، لسان العرب، مادة "ت ث ج ح".

⁶ Hacene Baussersoub , Ammar Boughambouz , "The Algerian Cultural Heritage and it's role in Activivating sustainable Taurism Activity , " *Revue des arts , Linguistique , Littérature et Civilisations* 2 (1 september 2024) : 146.

ب- اصطلاحاً : "تعرف منظمة اليونسكو التراث: هو ما ينتقل من عادات و تقاليد وآداب وفنون وعمران ونحوها من جيل الى جيل بمعنى هو كل ما خلفته وورثته الاجيال السابقة للأجيال الحالية".¹

7-7 الثقافة :

أ- لغة : "من ثقّف، ككرم و فرح، ثقّفًا، وثقّفًا و ثقافة: صار حاذقًا خفيًا فطنًا، فهو ثقّف، و ثقّفه، كسمعه: صادفه، أو أخذه، أو أظفر به، أو أدركه، وثقّفه تثقّفًا: سواه".²

وفي تعريف اخر: "من مصدر ثقّف و ثقّف، حدّق و المهارة، الاحاطة بالعلوم و الفنون و الآداب".³

ب- اصطلاحاً : "هي القيم و المعايير و العادان و الافكار التي يشترك فيها الناس و تحدد سلوكهم، و تتكون الثقافة من الجانب المعنوي الفكري و الجانب المادي".⁴

وفي تعريف اخر : يعرف إدوارد تايلور " أن الثقافة هي ذلك الكل المركب الذي يشمل على العادات والمعتقدات أو العقائد و الفن الاخلاق و القانون و العادات وغيرها من القدرات أو العادات التي يكسبها الانسان بوصفه عضوا في المجتمع . كما تتضمن الاشياء المادية و الفنون العلمية".⁵

8-7 الموروث الثقافي :

أ- اصطلاحاً : "هي تلك الاشكال و العناصر الثقافية المادية و الفكرية و الاجتماعية التي كانت سائدة

في المجتمع في وقت ما، ثم طرأ على هذا المجتمع تغير، فانتقل من أوضاع الى أوضاع أكثر حداثة ، و لكنها لاتزال مستمرة في ذلك المجتمع ، متداولة بين أفراده ، و هذه الاستمرارية لعناصر الموروث الثقافي بين الاجيال تحمل معها م التواصل الحضاري عصابات فكر أجيال متعاقبة".⁶

ب- اجرائياً : كل ما ينتقل من جيل إلى آخر و الذي يتمثل في نوعين: الموروث الثقافي المادي و الذي يشمل الألبسة التقليدية و الحلي التقليدي و أماكن سياحية، و النوع آخر الموروث الثقافي اللامادي و يشمل أغاني شعبية، مناسبات و أعياد، اللهجة المحلية.

¹ علي شطي، التراث الثقافي المادي وغير المادي لمدينة المغير . (جيجل- الجزائر: دار ومضة، 2023)، 13.

² جبران مسعود، الرائد معجم لغوي عصري، ط7. (بيروت-لبنان: دار العلم للملايين، 1992)، مادة "ثقّف".

³ مجد الدين الفيروزآبادي، القاموس المحيط، ط2. (بيروت-لبنان: دار الكتب العلمية، 2007)، مادة "ثقّف".

⁴ محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية. (الأردن-عمان: دار أسامة، 2014)، مادة "الثقافة".

⁵ نهلة إبراهيم، الثقافة في مواجهة العصر: قضايا سوسيولوجية معاصرة في علم الاجتماع الثقافي، ط1. (جامعة الإسكندرية: الرواد للكمبيوتر و التوزيع، 2008)، 26-27.

⁶ إيمان هنشيري، "الموروث الثقافي الجزائري الواقع و الآفاق"، مجلة حوليات التراث 17 (2017) : 99.

8- منهج الدراسة و أدوات جمع البيانات :

8-1 منهج الدراسة : إن إختيار المنهج يختلف باختلاف طبيعة الدراسة و إشكالياتها و الأهداف المرجوة للوصول إليها.

يعرف المنهج على أنه: "طريقة موضوعية يتبعها الباحث لدراسة ظاهرة من ظواهر بقصد تشخيصها و تحديد أبعادها و معرفة أسبابها و طرق علاجها للوصول إلى نتائج عامة يمكن تطبيقها.¹

و تم إستخدام منهج "وصفي تحليلي" في هذه الدراسة و يعرف: " هو منهج يقوم على الوصف ظاهرة من ظواهر للإستخلاص النتائج لتعميمها و يتم ذلك من خلال تجميع بيانات و تنظيمها و تحليلها".² حيث أن هذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية، حيث تم وصف و تحليل عينة من فيديوهات قناة KasoEst على اليوتيوب و معرفة طريقة الترويج للموروث الثقافي الجزائري و تعزيز الهوية الثقافية.

8-2 أدوات جمع البيانات :

تعد مرحلة الخاصة بجمع البيانات من أبرز الخطوات لأن إختيار الأداة المناسبة تحقق بحثا علميا ناجح بغض النظر عن تصنيفه.

ففي هذه الدراسة تم إنتقاء أداة تحليل المضمون التي تعرف على : تعد أداة تحليل مضمون من أدوات البحث العلمي تستخدم لتحليل مضامين وسائل الإعلام، التي تغطيها حيث أنها تركز على فهم المنظم و الدقيق لمحتوى هذه المضامين سواء كانت مكتوبة أو مسموعة أو مرئية.³

و يرجع هذا الإختيار إلى طبيعة الدراسة المختارة و هي مساهمة صناع المحتوى في الترويج للموروث الثقافي الجزائري من قبل صناعا محتوى قناة KasoEst على اليوتيوب، و تعد هذه الأداة هي التي تحيل إلى الإجابة عن التساؤلات الفرعية و من خلالها تحليل محتوى فيديوهات قناة KasoEst المنشورة على اليوتيوب.

¹ سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، ط1. (الأردن-عمان: دار أسامة، 2019)، 116.

² محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي: أسسه و طريقة كتابته، ط1 (القاهرة: المكتبة الأكاديمية، 1992)، 30.

³ المشهداني، المرجع نفسه، 177 .

كما تنقسم إستمارة تحليل المضمون إلى فئات التحليل و وحدات التحليل و هي كالآتي :

أ- **فئات التحليل:** و التي تعرف على أنها البدائل التي يتم من خلالها تصنيف و تقسيم المادة الخاضعة لتحليل و متمثلة في وحدات الشكل و المضمون.¹ و التي تقسم الى فئات الشكل و فئات المضمون و هي كالتالي :

1- **فئات الشكل :** وهي الفئات التي تستخدم للإجابة عن السؤال : كيف ؟ و هذا من أجل معرفة كيف تم عرض المادة الإعلامية أي القالب التي جاءت به.² حيث تم في هذه الدراسة على الفئات التالية:

1-1 **فئة اللغة المستخدمة :** هي اللغة التي يتحدث بها صانعا محتوى قناة KasoEst و اللغات المتضمنة في الفيديوهات التي يتحدث بها أشخاص آخرون يظهرون في فيديوهات و تشمل: اللغة العربية الفصحى، اللهجة العامية، اللغة الأجنبية، المزيج اللغوي.

2-1 **فئة المؤثرات الصوتية :** و هي الأصوات الموجودة في فيديوهات صانعا محتوى قناة KasoEst لتعزيز محتوى الموروث الثقافي الجزائري و تشمل : مؤثرات طبيعية، مؤثرات إصطناعية، موسيقى.

3-1 **فئة ترجمة الفيديوهات :** وهي الفئة التي تم من خلالها معرفة ظهور الترجمة أسفل الفيديو أو لم تظهر خلال عرض فيديوهات قناة KasoEst و تشمل : عرض فيديو بالترجمة و عرض فيديو بدون ترجمة.

2- **فئات المضمون :** أو ما تسمى ماذا قيل ؟ و هي مضمون المادة الإعلامية التي تعالجه تشمل أفكار و معان التي تتضمنها المادة الإعلامية كما لهذا لمحتوى خلفيات محددة تستهدف فئة معينة. تعد هذه الفئات أيضا هي وحدات للقياس من خلال التكرار.³ و الفئات المعتمدة في هذه الدراسة هي كالتالي :

2-1 **فئة الموضوعات المتناولة :** و يقصد بها كل الموضوعات التي أبرزتها فيديوهات قناة KasoEst حول الموروث الثقافي الجزائري و التي تتمثل في :

- **الموروث الثقافي المادي :** الذي يشمل: أماكن سياحية، الأكلات التقليدية، المشروبات التقليدية، الحلويات التقليدية، الألبسة التقليدية، الحلي التقليدي، حرف تقليدية.

¹ كمال الحاج، مناهج البحث الإعلامي. (د.ب: الجمهورية العربية السورية، 2020)، 81.

² حمام محمد زهير، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. (عمان: دار أمواج، 2015)، 24.

³ محمد عبد السلام، مناهج البحث في العلوم الإجتماعية و الإنسانية. (د.ب: مكتبة النور، 2020)، 227_228.

• **الموروث الثقافي اللامادي** : و يقصد به الموروث الثقافي الجزائري غير الملموس المتوارث من جيل إلى جيل و يشمل: مناسبات و أعياد، اللهجة المحلية، أغاني شعبية، شعر شعبي، رقص شعبي، معزوفات محلية، أمثال شعبية.

2-2 فئة الأهداف : ويقصد بها الغاية من نشر المحتوى الذي يعبر عن الموروث الثقافي الجزائري من خلال فيديوهات قناة KasoEst و تشمل : الترويج للموروث الثقافي الجزائري و التعريف به، تنمية الوعي لحماية الموروث الثقافي الجزائري، نشر الثقافة المحلية الجزائرية، إرسال رسائل إلى مسؤولين، الحفاظ على الذاكرة و ترسيخ العادات.

2-3 فئة الشخصيات الفاعلة : وهي الفئة التي نستطيع من خلالها التعرف على الأفراد المتواجدين في فيديوهات قناة KasoEst والتي تم تقسيمها إلى : بلقاسم و استر، سكان محليين، مرشد سياحي، الأصدقاء، السياح.

2-4 فئة الإستimalات الإقناعية : وهي الفئة التي يتم من خلالها معرفة الإستimalات المستخدمة في فيديوهات صانعا محتوى قناة KasoEst لترويج للموروث الثقافي الجزائري و تنقسم إلى : إستimalة عقلية، إستimalة عاطفية.

2-5 فئة الجمهور المستهدف : و هي الفئة التي تمثل الجمهور التي سيستهدفها كل من صانعا محتوى قناة KasoEst التي تبرز الموروث الثقافي الجزائري و يشمل: الجمهور الخاص، الجمهور العام، الجمهور الأجنبي.

2-6 فئة القيم المتضمنة : و هي القيم المتضمنة في فيديوهات قناة KasoEst التي يريدان نقلها: القيم الوطنية، القيم الدينية، القيم الجمالية، القيم الإنسانية.

2-7 فئة تفاعل الجمهور مع فيديوهات : و يقصد بها تفاعل الجمهور مع فيديوهات قناة KasoEst من خلال : الإعجاب، عدم الإعجاب، التعليقات.

ب- وحدات التحليل: و التي تعرف هي الوحدة التي يمكن من خلالها تقطيع النص المدروس الوحدات أي أجزاء تستخدم في قياس مدى تكرار شيء في الموضوع المدروس.¹

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، ط4. (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، دت)، 261.

أما الوحدة المعتمدة في هذه الدراسة هي :

وحدة الفكرة: التي تعرف هي من أكثر الوحدات المعروفة و مستخدمة في بحوث الإعلام، حيث إتخاذ فكرة كوحدة تحليل يساعد في معرفة و تحديد إتجاه رأي محتوى الإعلام و بإعتبارها وحدة التي تضبط إتخاذ الكاتب الوحدات الأخرى الكلمة و الجملة و الفقرة، حيث يتم إقتناءها بدقة لتخدم معنى الذي يريد الكاتب الوصول إليه و تبليغه للقارئ و يتحدد من خلال تكرار الأفكار أو العبارات.¹

و منه وحدة الفكرة في هذه الدراسة هي موضوع الفيديو الواحد الذي يتحدث على ولاية وحدة في كل فيديو، و كل موضوع يحتوي على مجموع من الأفكار.

الصدق و الثبات :

فمن خلاله معرفة صدق الأداة ففي هذه الدراسة قمنا بتصميم الأداة استمارة المضمون مع دليل التعريفات الإجرائية و إخضاعها للمحكمين، بعد تحكيم تم تعديل ما يجب تعديله تم اللجوء إلى حساب مستوى الثبات و ذلك بالإعتماد على معادلة "هولستي" لحساب معامل الثبات بين المرزبين الثلاث (أ، ب، ج)*

$$\text{معامل الثبات} : \frac{n(\text{متوسط الاتفاق بين المحكمين})}{(n-1) + 1(\text{متوسط الاتفاق بين المحكمين})}$$

حيث أن:

$$n = \text{عدد المحكمين}^2$$

استخراج متوسط الإتفاق بين المحكمين كالاتي :

- بين "أ" و "ب" : تم الإتفاق على 30 عنصرا من أصل 37، فيكون متوسط الإتفاق :

$$0,81 = 37/30$$

¹ محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. (جدة: دار الشروق، 1983)، 140.

* أ : أ. د. عبد القادر بودربالة : أستاذ التعليم العالي : قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

ب : د . لبنى سويقات: أستاذة محاضرة ب: قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

ج : د . مسعود قانة: أستاذ محاضر ب: قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

² يوسف تمار، مناهج و تقنيات البحث في الدراسات الإعلامية والاتصالية، ط2. (دب: ديوان مطبوعات الجامعية، 2019)، 156.

- بين "ب" و "ج" : تم الإتفاق على 32 عنصرا من أصل 37، فيكون متوسط الإتفاق :

$$0,86 = 37 / 32$$

- بين "أ" و "ج" : تم الإتفاق على 34 عنصرا من أصل 37، فيكون متوسط الإتفاق :

$$0,91 = 37 / 34$$

_ بعد ذلك تجمع كل النتائج و تقسم على 3 لإستخراج متوسط الإتفاق بين المحكمين :

$$0,86 = 3 \div (0,91 + 0,86 + 0,81) = \text{متوسط الإتفاق}$$

_ وبالتالي تطبيق المعادلة كالاتي :

$$0,95 = (0,86) \times 3 \div (1-3)$$

و منه فإن الإتفاق بين المحكمين هو 95% و هذا دليل على أن معامل الثبات قد تحقق و هي نسبة عالية حيث يحصرها هولستي بين 75% و 95%.

9- مجتمع الدراسة و عينة الدراسة :

9-1 مجتمع الدراسة : يعتمد نجاح أي دراسة على مدى كفاءة الباحث في تحديد مجتمع الدراسة الملائم الذي يدعم موضوع الدراسة. فيعرف مجتمع الدراسة على أنه: " هو جميع عناصر و مفردات المشكلة قيد الدراسة".¹

فيمثل مجتمع دراستنا في جميع فيديوهات صانعا محتوى قناة KasoEst الموجودة على اليوتيوب و المتمثلة في 390 فيديو بتاريخ 8 ماي 2025 .

9-2 عينة الدراسة :

من المتعارف عليه أن الدراسة مجتمع ككل مسألة معقدة لأنه يتطلب جهد و وقت للإلمام بجميع مفردات الدراسة، لذلك يلجأ الباحث في الغالب إلى العينة لتيسير عملية البحث و لتقليص العمل و الزمن المستغرق للوصول إلى نتائج و منه تعرف العينة: "هي تلك الفئة من مجتمع

¹ راجحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية و التطبيق، ط1. (عمان: دار الصفاء، 2000)، 137.

البحث الكلي يتم إختيارها بطريقة ملائمة و تجرى عليها الدراسة و يتم تعميم على جميع أفراد المجتمع الأصلي¹.

و منه تم إعتقاد على العينة القصدية في هذه الدراسة التي تعرف: و هي العينة التي يختارها الباحث بطريقة عمدية لا عشوائية حيث تكون تتوفر فيها خصائص مفردات عينة الدراسة وفقا ما يخدم أهداف البحث.²

و عينة الدراسة هي جميع فيديوهات التي يتضمن محتواها الموروث الثقافي الجزائري لصانعا المحتوى قناة KasoEst و المتمثلة في 32 فيديو في الفترة الممتدة بين 20 أبريل 2019 إلى 13 أكتوبر 2024.

10- المقاربة النظرية للدراسة :

تم الإعتقاد في هذه الدراسة على نظرية البنائية الوظيفية:

10-1 تعريف نظرية البنائية الوظيفية :

تفسر هذه النظرية العلاقة القائمة بين النظام ككل و الوحدات المكونة حيث مثلت هذه النظرية هذا النظام بجسم الإنسان الذي يتكون من مجموعة من الأعضاء و يقوم كل عضو بوظيفة في هذا النظام العام، و يحتوي مفهوم الوظيفية في النظام الإجتماعي على مجموعة من الوحدات أيضا و كل وحدة يمكن أن تكون فرد أو أي نوع من أنواع مؤسسات و هذه الوحدات تقوم بممارسة مجموعة من الأنشطة المتمثلة في نقل الأخبار، ترفيه، تعليم، و هذا التكامل في هذا النظام يضمن إستقرار المجتمع.

كما يشير مصطلح بناء إلى آلية التنظيم التي تنظم بها الأنشطة الروتينية في المجتمع أما مصطلح الوظيفية أي نشاط الأنشطة التي تكون في المجتمع في الحفاظ على إستقرار المجتمع.³

¹ محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط3. (الجمهورية يمنية صنعاء: دار الكتب، 2019)، 88 .

² المشهداني، منهجية البحث العلمي، 96 .

³ حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998)، 124-127.

10-2 نشأة النظرية :

ظهرت النظرية البنيوية الوظيفية على أعقاب ظهور كل من البنيوية الإجتماعية على أيدي كل من " كلاودس ليفي ستراوس"، و"كولودون ويزير"، علما بأن ظهورها كرد فعل للتراجع والضعف والإخفاق الذي شهدته كل من البنيوية والوظيفية لكل كل منهما أحادية الجانب ذلك كان البنيوية تفسر المجتمع والظاهرة الإجتماعية وفقا للأجزاء والمكونات والعوامل المفردة التي يتكون منها البناء الإجتماعي بعيدا عن وظائف هذه الأجزاء والنتائج المتمخضة عن وجودها، بينما الوظيفية تفسر الظاهرة الإجتماعية بأخذ الإعتبار نتائج وجودها وفعاليتها بعيدا عن بنائها والأجزاء التي تتكون منها. لذا ظهرت البنيوية الوظيفية لتتنظر إلى الظاهرة أو الحادثة الإجتماعية على أنها وليدة الأجزاء أو الكيانات البنيوية التي تظهر في وسطها و أن لظهورها وظيفة إجتماعية لها صلة مباشرة أو غير مباشرة بوظائف الظواهر الأخرى المشتقة من الأجزاء الأخرى للبناء الإجتماعي، علما أن النظرية البنيوية الوظيفية قد ظهرت في القرن التاسع عشر 19 على يد عالم الإجتماع البريطاني "هربرت سبنسر" ثم ذهبت إلى أمريكا فطورها هناك كل من "تالكوت بارسونز" و"روبرت ميرتون" و "هانز كيرت" و "رايت ميلز".¹

10-3 فرضيات النظرية :

نجد من أهم فروض هذه النظرية هي :

1. النظر إلى المجتمع على أنه نظام به مجموعة من العناصر المترابطة لضمان و إستقرار المجتمع.
2. أن المجتمع يتجه في نشاطه نحو التوازن لإستقرار المجتمع و إذا طرأ خلل في إحدى الوظائف أخرى تقوم بسد تلك الفجوى.
3. أن كل العناصر المكونة لهذا النظام تقوم بدورها من أجل محافظة على هذا النظام.
4. المجتمع به أنشطة متكررة فهي تعتبر ضرورية لإستمرار وجوده.²

¹ مسعود رزيق، " البدائل الوظيفية في المؤسسة القضائية في المؤسسة الجزائرية: الوسيط القضائي نموذجا،" (مذكرة مقدمة لنيل الدكتوراه، جامعة الحاج لخضر -باتنة 1، 2019-2020)، ص65

² محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام إتجاهات التأثير، ط3. (القاهرة: عالم الكتب، 2003)، 193.

10-4 إسقاط النظرية :

تفسر نظرية البنائية الوظيفية موضوع الدراسة من خلال أنها من النظريات المفسرة للإعلام على أنه نسق إجتماعي ضمن نظام العام و له وظيفة يؤديها من أجل المحافظة و إستقرار هذا النظام.

حيث في هذه الدراسة من خلال نظرية البنائية الوظيفية أن لصانعا محتوى قناة KasoEst على اليوتيوب وظائف عديدة منها: التثقيف، الترفيه، التوثيق من خلال الترويج للموروث الثقافي الجزائري و التعريف به و التذكير بهذا الموروث و كأداة لتعزيز الشعور بالفخر و الإنتماء و الهوية الثقافية هذه الوظائف تساهم في الحفاظ على الموروث و نقله للأجيال الجديدة.

بالإضافة إلى وظيفة أخرى المتمثلة في النظر لهذه القناة كأداة لنقل المحتوى و تساعد على ترسيخه لدى الجمهور فمن خلال محتوى المقدم من قبل هذه القناة تقوم بنشر القيم و الموروثات الثقافية الجزائرية لعرضها و تبنيها من طرف الجمهور العالمي مما يحافظ على هذا الموروث الثقافي الجزائري في هذا التغيير العالمي، كما للأفراد في كل ولاية من ربوع الوطن الحفاظ على الموروث الثقافي المحلي و إحترام الموروثات الثقافية للولايات الجزائرية الأخرى من أجل تنوع الثقافي الجزائري و تمسك الأفراد.

11- حدود الدراسة :

تتمثل حدود هذه الدراسة فيما يلي :

الحدود المكانية : أجريت هذه الدراسة في ولاية ورقلة، أما بالنسبة لحدود المكانية للجانب التطبيقي فإقتصرت على اليوتيوب، و هذا راجع إلى أن هذه الدراسة هي دراسة تحليلية لعينة من فيديوهات قناة KasoEst.

الحدود الزمانية : كانت بداية هذه الدراسة المعنونة بمساهمة صناع المحتوى في الترويج للموروث الثقافي الجزائري دراسة تحليلية على عينة من فيديوهات قناة KasoEst على اليوتيوب بعد موافقة إدارة على عناوين المذكرات، حيث بدء البحث في الجانب المنهجي من 20 ديسمبر إلى 15 فيفري 2025 ثم بعد هذا بدء العمل على الجانب التطبيقي من بداية شهر مارس إلى غاية 20 ماي 2025 و في هذه الفترة تم العمل على: تصميم إستمارة تحليل المضمون و تسليمها للأساتذة من أجل تحكيمها، و بعد إسترجاع الإستمارات

تم تعديل ما يجب تعديله، و بداية العمل على تحليل الفيديوهات قناة KasoEst ، ليتم بعد هذا تفریح البيانات في جداول و تحليل و تفسير النتائج و الخروج بالإستنتاجات عامة.

الفصل الثاني :
الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد :

بعد إنجاز إستمارة تحليل المضمون قمنا بالدراسة التحليلية على العينة من قناة KasoEst المتمثلة في جميع فيديوهات التي تتضمن الموروث الثقافي الجزائري قوامها 32 فيديو من خلال تفرغ البيانات التي تم تفرغها يدويا و إنشاء الجداول الخاصة بالدراسة المتضمنة لفئات الشكل و فئات المضمون.

حيث تناولنا في هذا الإطار النقاط التالية :

- 1- بطاقة تقنية للقناة.
- 2- التحليل الكمي و الكيفي لفئات الشكل.
- 3- التحليل الكمي و الكيفي لفئات المضمون.
- 4- الإستنتاجات العامة للدراسة.
- 5- الإستنتاجات العامة على ضوء النظرية.

1- بطاقة تقنية للقناة :

1-1 التعريف بالقناة :

قناة KasoEst هي قناة موجودة على اليوتيوب تعد أول قناة لزوجين يقدمان محتوى سياحي، ترجع أصل تسمية القناة الى الجمع بين المقطعين Kaso و Est و منه أصبح إسم KasoEst ، تم إشتقاق كلمة جزء الأول إسم دلح بلقاسم " قسومة " أما كلمة جزء الثاني فهي مشتقة من كلمة زوجته استر الإيطالية. تم فتح القناة بتاريخ 26 نوفمبر 2018، أهم ما جعل بلقاسم و استر فتح هذه القناة هو الحلم المشترك بين زوجين الترحال و المغامرة و مشاركة حياتهم اليومية و تجاربهم في رحل و السفر و معرفة ثقافات الأخرى، بالإضافة الى زيارة العالم و المناطق التي لا يذهب اليها السياح ¹. تهدف هذه القناة إلى الترويج للموروث الثقافي الجزائري بدرجة الأولى الذي كان مع بدايات فتح هذه القناة ثم أصبح يتم وضع فيديوهات أخرى حول المناطق التي يزورونها حول العالم.

بطاقة تقنية عن القناة :

إسم القناة : KasoEst

صاحب الصفحة : بلقاسم و إستر

عدد المشتركين : 784 ألف مشترك

عدد الفيديوهات : 390 فيديو

بريد الإلكتروني : collaboration@KasoEst.com

تاريخ فتح القناة : بتاريخ 26 نوفمبر 2018

رابط على اليوتيوب : <https://youtube.com/@KasoEst1?si=-y3pbrUageFaQ3xR>

¹ لقاء في قناة ديزاد نيوز DZ News، برنامج لقاء خاص، حلقة بعنوان صانعا المحتوى السياحي KASOEST يكشفان لأول مرة عن تفاصيل مثيرة حول مسيرتهما و أول لقاء جمعهما، تقديم بلال أكسوجة، تاريخ نشر المقابلة 22 ديسمبر 2024، تاريخ الإطلاع 7 ماي 2025 على الساعة 17:35، رابط المقابلة <https://youtu.be/1fwTDxiQjUw?si=WJMrU9JCzXC1ZaXj>

1-2 تعريف بشخصيات القناة :

صاحبا القناة هم الزوجين بلقاسم و استر حيث :

بلقاسم بن عروس رحالة جزائري من ولاية الأغواط صانع محتوى سياحي جزائري خريج عمل تطوعي "مجموعة ناس الخير" و يعد أوائل مؤسسي هذا العمل عام 2010، زار أكثر من 66 دولة، درس أطواره الثلاث في مسقط رأسه، أما مشواره الجامعي فكان بولاية مستغانم في جامعة عبد الحميد ابن باديس درس تخصص فلاحية، تحصل على شهادة ليسانس تخصص حماية نباتات، هاجر إلى أوروبا في عمر 21 سنة بحكم إكمال دراسته بعد مرحلة ليسانس مباشرة بتاريخ 15 نوفمبر 2015 و هو في أوروبا تعلم اللغة الإيطالية و الإسبانية، تزوج بإستر عام 2017 بعد ما إعتنقت الإسلام، أصيب بمرض سرطان و شفي منه.¹

أما زوجته هي إستر أرغوتو،² عمرها 32 سنة صحفية و رحالة إيطالية بعد أن قرأت عن الإسلام 9 سنوات، بعد أن صامت شهر رمضان كاملا قبل دخولها للإسلام لتتحدى نفسها هل تستطيع الصيام أو لا ؟ و هل حقيقة نستطيع الصيام شهرا كاملا دون أن لا يحدث للجسم أي ضرر؟³ و بعد قدرتها لصوم رمضان تتأكد على وجود الله إعتنقت الإسلام و في عمرها 27 سنة لتتطق الشهادة يوم 24 جوان 2017، تعرفت على بلقاسم بعد 20 يوم من إعتناقها الإسلام.⁴

¹ لقاء في قناة النهار ENNAHAR TV، برنامج PODCAST مع ياسين، حلقة بعنوان لقاء مع صانع محتوى بلقاسم KASOEST تقديم ياسين كنعاش، جزء الأول، تاريخ نشر المقابلة 28 فيفري 2025، تاريخ الإطلاع 4 ماي 2025 على الساعة 12:04، رابط المقابلة

https://youtu.be/ZTZPuDrIDGQ?si=OnIzpool_tZ_0kn4

² لقاء في قناة الحوار، برنامج لكل العرب، حلقة بعنوان بلقاسم جزائري و زوجته الإيطالية تخلينا عن الإستقرار من أجل ترحال و مغامرة، تقديم إسرائ الشيوخ و علا جغل، تاريخ نشر المقابلة 16 جويلية 2020، تاريخ الإطلاع 3 ماي 2025 على الساعة 23:19، رابط المقابلة

https://youtu.be/eTgYw47lyO8?si=bIPpKdG17oLU_74K

³ لقاء في قناة النهار ENNAHAR TV، برنامج بودكاست مع ياسين... يستضيف صانع المحتوى السياحي و الرحالة بلقاسم بن عروس KASOEST تقديم ياسين كنعاش، جزء الثاني، تاريخ نشر المقابلة 11 أبريل 2025، تاريخ الإطلاع 5 ماي 2025 على الساعة 10:37، رابط

المقابلة <https://youtu.be/9WmG7D2hZWM?si=ztReUHLdvwqqsf1>

⁴ لقاء في قناة GOW RADIO، حلقة بعنوان بلقاسم جزائري و زوجته إستر الإيطالية من بين الرحالة الرقميين حولوا بشاركوكم قصة حبهم و مغامراتهم، تاريخ نشر المقابلة 20 مارس 2022، تاريخ إطلاع 6 ماي 2025 على الساعة 23:51، رابط المقابلة

<https://youtu.be/2ONddKWHdZ0?si=8QTx20rbIQGLLKNt>

الجدول رقم (1) : يمثل العينة المختارة :

رقم الفيديو	عنوان الفيديو	تاريخ نشر الفيديو	رابط الفيديو
01	شباب أجنب يختارون الجزائر كوجهة سياحية في عز حراك الشعبي !Welcome to Algeria	20 أبريل 2019	https://youtu.be/jHRzCNyUyHE?si=aHyOrPuN2xxfG85T
02	سائحة ايطالية تتفاجئ بجمال هذه المدينة الجزائر و ما قالتها عن الجزائر ... Welcome to Algeria	16 مايو 2019	https://youtu.be/iRa71AQMdW8?si=nTR6bACkMSR0vJS5
03	اتحداك ان كنت تعرف هذه مدينة الجزائرية DISCOVER ALGERIA	22 مايو 2019	https://youtu.be/_ic3Uq16t0c?si=EtSyku-Nmps3YB_v
04	منعونا من تصوير اروع مناطق سياحية في الجزائر و لكن Discover Algeria.....	21 يونيو 2019	https://youtu.be/gaYhyzMInFw?si=k4i684hPQvCA0hZX
05	الكارانتيكا...أكلة شعبية تجمع بين فقراء وأغنياء الجزائر ALGERIAN STREET FOOD	25 أكتوبر 2019	https://youtu.be/LtthuTwc9U8?si=EFExotYpjSfQKpla
06	هذي هي وهران التي لا نعرف عنها شيء city four oran Algeria	2 نوفمبر 2019	https://youtu.be/WJAGNyDhE3Q?si=UJToJ-aT9obCV1jQ
07	ضيافة في بيت جزائري بلعباسي أدخل شوف الكرم شعب فريد من نوعه	6 نوفمبر 2019	https://youtu.be/eohugJCq0IQ?si=KLwMEgZSo8efUdLQ
08	إيطالية تنبهر بجمال مدينة تلمسان الجزائر	19 نوفمبر 2019	https://youtu.be/QQw6peMjlls?si=4ProT-dPvKq52ZsR

https://youtu.be/mj8V3LL5O2E?si=9QFWjFz11mcqwFzl	22 نوفمبر 2019	ايطالية تحقق حلمها بزيارة صحراء الجزائر الكبرى # قارة_الجزائر	09
https://youtu.be/SSZMsdmfZ-E?si=rdES4lclK6rOFWGu	7 ديسمبر 2019	شاهد ما حدث لهذه الإيطالية بعد زيارتها لصحراء الجزائر الكبرى #قارة_الجزائر	10
https://youtu.be/2TaEK5L9FLE?si=7BB4cRRnpfbq3s7f	13 ديسمبر 2019	سائحة ايطالية تتبهر بكرم سكان تيميمون #قارة_الجزائر	11
https://youtu.be/KrD7plSVr-Q?si=fv9CE_JA46v6Nol6	21 ديسمبر 2019	يوم كامل بلباس التقليد المزابي غرداية جوهرة الصحراء #قارة_الجزائر	12
https://youtu.be/5cj1KqNWyMM?si=YmDoffoeeqGfyY-X	24 ديسمبر 2019	جولة في مدينة ورقلة العريقة # Algeria :Ouargla قارة_الجزائر	13
https://youtu.be/UXdAx99qZJ8?si=6XR61s0f0tajdiza	29 ديسمبر 2019	افضل مدينة اكل الشوارع في الجزائر (قسنطينة) ALGERIA-CONSTANTINE	14
https://youtu.be/Ayr5dFulCBs?si=smP4G9prYHdtpnFE	30 ديسمبر 2019	أعراس الشاوية عرس اسباني جزائري Mariage Algerien Mariage Chaoui	15
https://youtu.be/AADuguE1OmA?si=xV2jlhe4NrRr0pmi	16 فبراير 2022	تجربة أكل خروف مشوي على الطريقة الأغواطية بالجزائر	16
https://youtu.be/N1RdQOp_TPc?si=x5cdJW4NeMwbmB1f	21 فبراير 2022	دخلنا أغرب وأخطر مغارة بين الأغواط والبيض بالجزائر (كاف الملح)	17

https://youtu.be/3B5uC3z9q10?si=WZUicojtzXhzHUHF	4 مارس 2022	رحلة بحث عن النقوشات الصخرية في صحراء الاغواط الجزائر	18
https://youtu.be/b53hQfJCKv8?si=vuv35mt_KNvvv0XG	17 مارس 2022	تفاجأنا بروعة الصحراء في البيض بريزينة	19
https://youtu.be/dXNmy40sblY?si=-HwaVuU6MPVKaW5R	21 مارس 2022	ما السر وراء أنظف قرية في بجاية الجزائر	20
https://youtu.be/Ec4eMFGfVB1?si=4S0Jdlj4sMZLs4gf	6 أبريل 2022	اجمل مدينة ساحلية في الجزائر لؤلؤة ساحل بجاية	21
https://youtu.be/Eqtbg_OWsgo?si=yMUIKAcuA78ZSg74	10 أبريل 2022	أجمل قصة حب في الجزائر	22
https://youtu.be/T2rUddXG-po?si=NX8oVHR-wufGJZFB	16 أبريل 2022	قرية أسطورية مهجورة لا مثيل لها في شمال إفريقيا	23
https://youtu.be/36pxXBqeaQ?si=jZ7ljh-bn_HDLRvC	27 يناير 2023	افضل مغامرة بقمم الشريعة انبهرنا بكمية الثلج والمناظر الخيالية	24
https://youtu.be/FAYbOK5nxSg?si=Hy_5cCShF0m2qZzQ	01 فبراير 2023	جولة في السواق الشعبي بوهان وتجربة أكل الحلزون	25
https://youtu.be/UMs1im_0xyg?si=iPFgY2wOUAdgpDql	08 فبراير 2023	أشياء أول مرة تشوفها في قسنطينة	26
https://youtu.be/5RdOCes_OLM?si=5MAi44FBw7GHHHeh	18 أبريل 2023	أول رمضان ف لبلاد بعد 8 سنوات من الغربة فطور قسنطيني و أجواء عائلية	27

https://youtu.be/rP7c_Tb5rk?si=dgbc1yHkVT3Q3fyQ	09 يونيو 2023	شاهد كيف انبهر السائحين الهولندي والكرواتي بجمال صحراء جانت الجزائرية	28
https://youtu.be/xreS1DaOEUc?si=gZJ-wOZrcitbZil	16 يونيو 2023	شاهد ما حدث في اخر يوم من رحلة جانت مع رحلة الهولندي والكرواتي جربو اكل البوزلوف	29
https://youtu.be/0eVvmuu1Cfw?si=vW2XiczherofpCZV	11 أغسطس 2023	الصيف والبحر في الجزائر بعد سنوات من الغربة احساس غريب	30
https://youtu.be/8MkzKcW3ewo?si=_OwK1lei1OALHAtQ	20 أغسطس 2023	زرنا أجمل جزيرة في الجزائر أجواء خيالية	31
https://youtu.be/ISJmvr2aaEI?si=KK1lQbl1pgDpLiQl	13 أكتوبر 2024	عائلة استر الإيطالية اول مرة في الجزائر جربوا البيتزا كاري	32

2- التحليل الكمي و الكيفي لفئات الشكل :

2-1 فئة اللغة المستخدمة :

الجدول رقم (2) : يمثل اللغة المستخدمة في قناة KasoEst :

النسبة %	التكرار	فئة اللغة
7%	6	اللغة العربية الفصحى
26%	20	اللهجة العامية
26%	20	اللغة الأجنبية
41%	32	المزيج اللغوي
100%	78	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل اللغة المستخدمة في قناة KasoEst أن اللغة الأكثر استخداما هي المزيج اللغوي (اللهجة العامية، اللغة الأجنبية، اللغة العربية) والتي قدرت بنسبة 41%، تليها اللهجة العامية و اللغة الأجنبية التي جاءت بنسبة متساوية حيث قدرت ب 26%، ثم تليها اللغة العربية بنسبة 7%.

نستنتج من خلال نتائج الجدول أن صانعا محتوى قناة KasoEst استخداما المزيج اللغوي بكثرة، و هذا يعكس الواقع اللغوي لصانعا المحتوى و المتابعين و خاصة الجمهور الجزائري وذلك بسبب مخلفات الإستعمار الفرنسي على اللغة، بالإضافة أن المزيج اللغوي يساعد في الوصول إلى فئات مختلفة في الأفكار و نسبة الوعي و الحفاظ على إنتباه المشاهدين و جذب أكبر عدد من الجمهور و التفاعل معهم، بالإضافة إلى أن الترويج للموروث الثقافي الجزائري بالمزيج اللغوي يضيف لمسة من الإبداع للمحتوى و يجذب السياح للبلاد و يسهل لهم فهم و معرفة مختلف المناطق و يساهم في إيصال المعلومات بسرعة بسبب إختلاف اللغة في الدول و المناطق الجزائرية.

وتشير الإحصائيات الى وجود إختلاف في النتائج المتعلقة باللغة المستخدمة في فيديوهات و اللغة المستخدمة في الدراسة المرتبطة، حيث في دراستنا كان إستخدام المزيج اللغوي بكثرة بإعتبار أن المحتوى قريب من طبيعة الحديث اليومي لبلقاسم و استر حيث قال بلقاسم : " أجواء في أسواق جزائرية حاجة سبسيال" في فيديو المعنون "بأول رمضان في بلاد بعد سنوات من الغربية فطور قسنطينة و أجواء عائلية"، مما يعكس واقع هويتها الشخصية و توصلهما و يعكس الخلفية الثقافية مختلفة لهما، عكس الدراسة المرتبطة التي كان إستخدام اللغة العربية أكبر.¹

2-2 فئة المؤثرات الصوتية المستخدمة :

الجدول رقم (3) : يمثل المؤثرات الصوتية المستخدمة في قناة KasoEst :

النسبة %	التكرار	فئة المؤثرات الصوتية
41%	31	مؤثرات طبيعية
24%	18	مؤثرات إصطناعية
35%	26	موسيقى
100%	75	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل المؤثرات الصوتية المستخدمة في قناة KasoEst أن مؤثرات طبيعية أعلى نسبة و التي قدرت ب 41%، تليها موسيقى بنسبة 35%، ثم تليها مؤثرات إصطناعية التي قدرت ب 24%.

نستخلص من خلال نتائج الجدول الذي يمثل المؤثرات الصوتية المستخدمة في فيديوهات قناة KasoEst أن مؤثرات طبيعية كصوت الرياح، الامطار، الامواج ، هي الأكثر إستخداما وهذا راجع إلى جمالية الفيديوهات بإعتبارها مؤثرات واقعية كما عبر عليها بلقاسم لقوله : "هذا ضباب يعطي للمدينة هالة غامضة"، حيث تعمل على إبراز الموروث الثقافي الجزائري وذلك بنزول بلقاسم و استر إلى الميدان

¹ سلمى كوند، صليحة بن سباع، "دور المواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري: دراسة تحليلية لصفحة الإمبراطورية الجزائرية تاريخ و ثقافة"، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية ع1(2024) : 200 .

حيث يتم التعريف بأماكن سياحية تاريخيا و ثقافيا، الأكلات التقليدية و الألبسة التقليدية التي تتميز بها كل منطقة، و التعرف على أغاني شعبية و شعر شعبي، حيث تجعل المشاهد يشعر كأنه مواعد فعليا في المكان، بالإضافة إلى إعطاء طابع حيوية من أجل تفاعل الجمهور مع المحتوى سواء كان بالإعجاب أو التعليق مما يساهم في إنتشار المحتوى لأن المشاهد اليوم يبحث عن المحتوى الأكثر واقعي.

وتشير الإحصائيات إلى وجود إختلاف في النتائج المتعلقة بالمؤثرات الصوتية، حيث في دراستنا كان إستخدام مؤثرات طبيعية بكثرة بإعتبارها تعزز الإحساس بالتواجد في المكان و تجعل المشاهد أكثر إنغماسا بالمحتوى و تعمل على جذب المشاهدين، عكس الدراسة المرتبطة التي كان إستخدام مزيج بين موسيقى و أصوات طبيعية أعلى نسبة و قدرت ب 44.44% و يدل هذا على أن الفيديوهات يتطلب لعرضها مزيج لجذب انتباه المتابع.¹

2-3 فئة ترجمة الفيديوهات :

الجدول رقم (4) : يمثل ترجمة الفيديوهات لقناة KasoEst :

النسبة %	التكرار	فئة ترجمة
41%	13	عرض فيديو بالترجمة
59%	19	عرض فيديو بدون ترجمة
100%	32	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل ترجمة الفيديوهات لقناة KasoEst ، أن عرض فيديو بدون ترجمة هي أعلى نسبة و قدرت ب 59%، تليها عرض فيديو بالترجمة بنسبة 41%.

نستنتج من خلال نتائج الجدول رقم (4) أن فئة عرض فيديو بدون ترجمة جاءت كأعلى نسبة و التي قدرت ب 59% و يعود سبب أن صانعا المحتوى ركزا على المحتوى البصري أكثر ما يجعل المحتوى مفهوما بدون الترجمة، يعني أن بلقاسم و إستر إستعمالا الصورة و الصوت لنقل معان و القيم

¹علي واحمد، حريزي، "صناع المحتوى في"، ص39.

و المشاعر لإيصال الرسالة إلى الجمهور دون الحاجة إلى الترجمة، تدل أيضا أن صانعا المحتوى في بداية المشوار عملهم المتمثل في السفر و الترحال مبتدئان لا يملكان الخبرة الكافية لإضافة الترجمة، بالإضافة إلى التركيز على الأساسيات بدل التفاصيل ومنه نستنتج أنهما ركزا أكثر على الجانب البصري كالمونتاج، المؤثرات، التصوير .

3- التحليل الكمي و الكيفي لفئات المضمون :

3-1 فئة الموضوعات المتعلقة بالموروث الثقافي المادي :

الجدول رقم (5) : يمثل الموضوعات المتعلقة بالموروث الثقافي المادي التي تناولها صانعا محتوى

قناة KasoEst :

النسبة %	التكرار	الموروث الثقافي المادي
24%	25	أماكن سياحية
19%	20	الأكلات التقليدية
14%	15	المشروبات التقليدية
8%	8	الحلويات التقليدية
19%	20	الألبسة التقليدية
2%	2	الحلي التقليدي
14%	15	حرف تقليدية
100%	105	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح الموضوعات المتعلقة بالموروث الثقافي المادي التي تناولها صانعا المحتوى قناة KasoEst ، أن أماكن سياحية هي الأكثر بروزا و التي قدرت بنسبة 24%،

ثم تليها الأكلات التقليدية و الألبسة التقليدية التي جاءت بنسبة متساوية قدرت ب 19%، تليها المشروبات التقليدية و حرف تقليدية بنسب متساوية و قدرت ب 14% ، في حين الحلويات التقليدية بنسبة 8%، و أخيرا الحلّي تقليدي بنسبة 2%.

نستنتج من خلال نتائج الجدول الذي يوضح الموضوعات المتعلقة بالموروث الثقافي المادي أن أماكن سياحية هي الأكثر إبرازا في فيديوهات و هذا راجع إلى الترويج للأماكن السياحية منها : القصة الجزائرية و التي تعتبر من المواقع التراث العالمي التي صنفته اليونسكو التي جاء في فيديو المعنون "شباب أجانب يختارون الجزائر كوجهة سياحية في عز الحراك الشعبي"، المساجد كمسجد عبد الحميد ابن باديس في وهران الذي يعد من التحف المعمارية الإسلامية، و الجامع الكبير بتلمسان حيث يعتبر من أقدم و أجمل المعالم الإسلامية، القصور و القلاع كقصر أحمد باي بقسنطينة و قصر كرزاز ببشار و الذي مكان سياحي غير معروف للكثير و يعتبر من التراث المعماري الصحراوي من خلال طريقة بناءه، قلعة منصور بتلمسان، معالم تاريخية و المتاحف كمنصب أمير عبد القادر بقسنطينة و إكتشاف أماكن سياحية معروفة و غير معروفة و التعريف بها تاريخيا و ثقافيا للعامة الشعب و جذب السياح، بالإضافة أن الجزائر تمثل قارة لأنها تزخر بالتنوع الثقافي و تتميز بمخلفات أثرية لحضارات قديمة التي مرت عليها فلذلك نجد أماكن سياحية متواجدة بمختلف المناطق في الجزائر.

تشير الإحصائيات إلى وجود توافق في النتائج المتعلقة بالموضوعات للموروث الثقافي المادي حيث في دراستنا أن أماكن سياحية هي الأكثر تكرارا و يعود سبب ذلك الترويج للأماكن السياحية و التعريف بها، و هذا ما تؤكد عليها الدراسة المرتبطة حيث فصلت في فئة الأماكن السياحية و يعود سبب ذلك لطبيعة الدراسة حيث كان للمعالم التاريخية أكثر ظهورا و قدرت ب 36.03%، و المتاحف ب 10.29% و يدل ذلك إلى خلق نوع من التثمين للموروث الثقافي الجزائري و تتخذ كباقة تعريف بالمدينة لكي تميزها عن المدن الأخرى.¹

¹ بن شارف، بن عوينة، "دور الاعلام السياحي"، ص 58 .

3-2 فئة الموضوعات المتعلقة بالموروث الثقافي اللامادي :

الجدول رقم (6) : يمثل الموضوعات المتعلقة بالموروث الثقافي اللامادي الذي تناولها صانعا محتوى

قناة KasoEst :

النسبة %	التكرار	الموروث الثقافي اللامادي
10%	4	مناسبات و أعياد
18%	7	اللهجة المحلية
22%	9	أغاني شعبية
10%	4	شعر شعبي
10%	4	رقص شعبي
22%	9	معزوفات محلية
8%	3	أمثال شعبية
100%	40	المجموع

من خلال الجدول رقم (6) نلاحظ أن أغاني الشعبية و معزوفات محلية جاءت بأعلى نسبة في الموروث الثقافي اللامادي حيث قدرت ب22%، تليها اللهجة المحلية بنسبة18%، بينما جاءت مناسبات و أعياد و شعر شعبي و رقص شعبي بنسب متساوية 10%، وآخر نسبة قدرت ب 8% للأمثال شعبية. نستنتج من خلال النتائج السابقة أن أغاني شعبية و معزوفات محلية جاءت بأعلى نسبة في فيديوهات قناة KasoEst التي تتضمن الموروث الثقافي الجزائري اللامادي، وهذا راجع إلى الموروث

الشفوي ينتقل بالكلمات بين الأفراد من أجل حماية اللغة المحلية من الإندثار، وباعتبار التقاليد الشفوية وأشكال التعبير الشعبي تنقل الكلمات فإن طريقة روايتها غالبا ما يختلف باختلاف نوعها وسياقها.¹

في إطار هذا الحديث نجد الفيديو " شاهد كيف انبهار السائحون الهولندي و كرواتي بجمال الصحراء جانت الجزائرية" أغنية "حبي ليك يا حبيبة له زمان يا حبيبة" فتعبر هذه الأغنية عن حب سكان جانت لولايتهم، أما بشأن أغنية " صلوا على رسول الله أجمل صلاة عليه" في فيديو "أجمل قصة حب في الجزائر" فهي تندرج ضمن المدائح النبوية و بالتالي يمكننا أن نفهم أن أغاني شعبية تحاكي واقع المجتمع الجزائري و تروج أيضا للغة المحلية باعتبار كل ولاية لديها لهجة تتلفظ بها و تفهم حسب السياق الذي وردت فيه، و منه تعمل أغاني شعبية على الشعور بالانتماء.

أما الجانب المتعلق بمعزوفات محلية التي تتجسد في "شكوى، قرقابو، مالوف، مزود، دف، جواق"، فالناس يتفاعلون معها لأنها جزء من تراثهم تمس المشاعر و تجذب العواطف، و الجدير بالذكر أيضا هذه معزوفات محلية تحضى بتنوع فكل منطقة لديها أسلوب خاص في طريقة العزف رغم أن آلة موسيقية نفسها فنرى في فيديو "زرنا أجمل جزيرة في الجزائر DZ أجواء خيالية" الذي يتحدث عن ولاية بوسعادة و فيديو "أجمل قصة حب في الجزائر" الذي يتحدث عن ولاية وهران رغم أن الفيديوهات تتضمن معزوفة الشكوى إلا أن اللحن تختلف، و في ضوء ما ذكر نستنتج أن هذا راجع إلى عادات و تقاليد كل ولاية.

¹ فتيحة نور الهدى بلبلدية، "الموروث الثقافي و إشكالية الجذب السياحي قراءة في الإمكانيات و التحديات"، مجلة تنوير ع 7(سبتمبر 2018):

3-3 فئة الأهداف من نشر الموضوعات :

الجدول رقم (7) : يمثل الأهداف من نشر الموضوعات من قبل صانعا المحتوى قناة KasoEst :

النسبة %	التكرار	فئة الأهداف
51%	32	الترويج للموروث الثقافي الجزائري و التعريف به
6%	4	تنمية الوعي لحماية الموروث الثقافي الجزائري
21%	13	نشر الثقافة المحلية الجزائرية
11%	7	إرسال رسائل إلى المسؤولين
11%	7	الحفاظ على الذاكرة و ترسيخ العادات
100%	63	المجموع

من خلال الجدول رقم (7) نلاحظ أن قناة KasoEst تهدف بدرجة أولى إلى الترويج للموروث الثقافي و التعريف به حيث قدرت النسبة بـ 51% ، ثم تليها نشر الثقافة المحلية بنسبة 21%، أما بالنسبة إلى إرسال الرسائل إلى المسؤولين و الحفاظ على الذاكرة و ترسيخ العادات جاءت بنسب متساوية 11%، و آخر نسبة قدرت بـ 6% التي تمثل تنمية الوعي لحماية الموروث الثقافي الجزائري.

من خلال نتائج الجدول تبين أن الهدف الرئيسي الذي يريد صانعا محتوى قناة KasoEst هو الترويج للموروث الثقافي الجزائري و التعريف به، وهذا ما تسعى هذه الدراسة الوصول إليه حيث كان يعرف بكل منطقة و الموروث الثقافي المتواجد بها، و تزويد الجمهور بمعلومات حول أي ولاية و منطقة من عاداتها و أكلاتها و تقاليدها وما تتسم به من موروث ثقافي جزائري، إقتصر صانعا المحتوى على الترويج و التعريف بالموروث الثقافي الجزائري و توصيات أيضا للجمهور الجزائري لحماية هذا الموروث و الإعتزاز به .

وهذا ما يتوافق مع دراسة الباحثين "كوثر عقون و رميساء خروبي" حيث جاء الهدف من الدراسة هو التعريف بالعادات و التقاليد الذي قدرت ب 35.32% لأن هذا الهدف رئيسي من طرف صانع المحتوى.¹ و في دراسة أخرى جاءت تتوافق أيضا لباحثات "حسنا غويلة و سامية سدايرية و مروة رميلي" الهدف الرئيسي هو التعريف بالتراث الجزائري حيث قدرت بنسبة 25%.²

في دراسة أخرى للباحثتين "حريزي شيماء و علي واحمد أسماء" جاء هدف رئيسي الذي يريده صانع المحتوى خبيب كواس هو التعريف بالأماكن السياحية حيث قدرت بنسبة 30.76%.³

يعود أسباب ظهور الترويج للموروث الثقافي و التعريف به كأكبر نسبة، و هذا راجع إلا أن صانعا المحتوى قام بعرض للموروث الثقافي الجزائري في عدة أشكال تتمثل في : أماكن باعتبارها وجهة سياحية نجد من بين هذه أماكن : برج زمورة بولاية برج بوعرييج و قلعة لقلية، صحراء بريزينة في ولاية البيض، كهوف ملح بولاية أغواط، مسرح ولاية قسنطينة . أما فيما يتعلق بالأكلات التقليدية تم ترويجها من خلال كيفية إعدادها و ها ما نجده في فيديو "جولة في السوق الشعبي و تجربة أكل الحلزون" الذي تم فيه كيفية إعداد أكلة "الكارانتিকা" لقول إستر "الكارانتিকা أكلة شهرة التي وفق للأسطورة ذات أصول إسبانية لأنها ببساطة إختراعها طباخ لجيش الإسباني أثناء حصار فورت سانتاكروز إنه مصنوع ببساطة من حمص و ماء و دقيق، و في فيديو آخر المعنون " بأول رمضان في بلاد بعد سنوات من الغربة فطور قسنطيني و أجواء عائلة" تم عرض أيضا كيفية إعداد طبق شباح سفرة " سكر و لوز و نلموها بالبيض و من بعد نقلوها"، أما بالنسبة للألبسة التقليدية فتم إبرازه من خلال تعريف به و مكوناته و هذا ما تجلى في فيديو "يوم كامل بلباس التقليدي المزابي غرداية جوهرة الصحراء" في غرداية الراجل يلبس سروال لمزابي و شاشية و مرآة تلبس الغمبوز، و في إطار الترويج لتصميم المعماري فيبرز من خلال شرح بلقاسم و إستر طرق تصميم و الذكاء في البناء، حيث تم سرد هذا في فيديو "جولة في مدينة ورقلة العريقة" تم بناء قصابة في السوق بتصميم دائري مع ترك فوهة في أعلى للتخلص من رائحة الدجاج و اللحم و في سياق هذا الحديث نجد في فيديو آخر "شاهد ما حدث لهذه الإيطالية بعد زيارتها لصحراء الجزائر" فقصر كرزاز مبني بالصخور بهدف أنه يكون في صيف بارد و في شتاء حار .

¹ رميساء خروبي و كوثر عقون، "دور صناع المحتوى في الترويج للسياحة الجزائرية الداخلية: دراسة تحليلية لعينة من كمنشورات صفحة الفايس بوك khoubai نموذجا"، (مذكورة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2022-2023)، ص38.

² غويلة، سدايرية، رميلي، "دور شبكات التواصل الاجتماعي"، ص104 .

³ علي واحمد، حريزي، "صناع المحتوى في"، ص 42.

3-4 فئة الشخصيات الفاعلة :

الجدول رقم (8) : يمثل الشخصيات الفاعلة في فيديوهات قناة KasoEst :

النسبة %	التكرار	فئة الشخصيات
32%	32	بلقاسم و استر
29%	29	سكان محليين
20%	20	مرشد سياحي
14%	14	الأصدقاء
5%	5	السياح
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم (8) يتبين أن الشخصيات الفاعلة في الترويج للموروث الثقافي الجزائري هما بلقاسم و استر حيث قدرت النسبة بـ 32%، في حين جاءت نسبة سكان محليين بنسبة 29%، ثم مرشد سياحي الذي قدرت النسبة بـ 20%، أما الأصدقاء تمثلت نسبهم بـ 14%، وأخيرا نسبة السياح بـ 5%.

من خلال نتائج الجدول يتبين أن فئة الشخصيات الفاعلة هما بلقاسم و استر و هذا راجع إلى أن الشخصيتين هما صاحبا قناة KasoEst، و هذا ما يظهر في العنوان الفرعي للدراسة، فهما يقومان بمخاطبة الجمهور العام و هو الشعب الجزائري من خلال الترويج للموروث الثقافي الجزائري في فيديوهاتهما المتمثلة في 32 فيديو. على عكس هذا في دراسة أخرى لـ "رميساء خروبي و كوثر عقون"، جاءت تعاكس دراستنا حيث تبين أن الشخصيات الفاعلة هم سكان محليين أي الشخصيات الثانوية، و هذا راجع إلى نوعية عينة الدراسة.¹

يعود أيضا أسباب بروز الشخصيتين في فئة الشخصيات لتأثيرهما على فئات مختلفة من شرائح المجتمع و لديهما قاعدة جماهيرية كبير من خلال محتوى المقدم، بالإضافة إلى نهج المتبع في نمط العرض

¹ خروبي، عقون، "دور صناع المحتوى"، ص 37.

المحتوى فيتميز بلقاسم بسلاسة سرد المعلومات مدعمة بالحجج، أما إستر مهنتها كصحفية ما زاد هذا في إعطاء جو حيوي للفيديوهات و جذب الجمهور أكثر، و بإعتبارهما أول زوجين يقدمان محتوى في اليوتيوب الذي يتعلق بالسفر و الترحال و التعريف بالثقافات العالم ما أسهم في الوصول إلى جمهور عالمي و بروزهما أكثر في ساحة هذا المحتوى المقدم.

3-5 فئة الإستimalات الإقناعية :

الجدول رقم (9) : يمثل الإستimalات الإقناعية المستخدمة في فيديوهات صانعا محتوى قناة

: KasoEst

النسبة %	التكرار	فئة الإستimalات
76%	32	إستimalة عقلية
24%	10	إستimalة عاطفية
100%	42	المجموع

من خلال الجدول رقم (9) يتبين أن الإستimalات الإقناعية المستخدمة من قبل صانعا محتوى KasoEst هي إستimalة عقلية التي قدرت بنسبة 76%، أما فيما يخص إستimalة عاطفية جاءت بنسبة 24%.

تشير نتائج سابقة الذكر أن الإستimalات الإقناعية من قبل صانعا محتوى قناة KasoEst هي إستimalة عقلية، حيث إستهدف صانعا محتوى عقل المتلقي و مخاطبة عقل الجمهور من خلال تقديم حجج و براهين منطقية، التي تعرف و تروج للموروث الثقافي الجزائري و هذا ما يتوافق مع دراسة الباحثين " رميساء خروبي و كوثر عقون" التي جاءت فيها إستimalة عقلية كأعلى نسبة قدرت ب 66.66%¹.

دراسة أخرى تتوافق أيضا مع دراستنا "لحريزي شيماء و علي واحمد أسماء" حيث كانت نسبة إستimalة

¹ خروبي، عقون، " دور صناع المحتوى"، ص25.

عقلية تعادل إستمالة عاطفية والمزج بينهما حيث قدرت بنسبة 33.33%¹.

و في دراسة أخرى لباحثة راضية ضيف جاءت إستمالة عقلية كأعلى نسبة حيث قدرت ب11%².

و منه نلاحظ ظهور نسبة إستمالة عقلية كأعلى نسبة و هذا راجع بطبيعة الحال ما دام هنالك سرد للمعلومات فسيكون تقديم حجج و براهين للإقناع أكثر فنجد في فيديو "سائحة الإيطالية تتقاجئ بجمال هذه المدينة الجزائرية و هذا ما قالته عن الجزائر" فيتحدث هذا الفيديو عن ولاية الأغواط و أصل تسميتها التي تعود إلى الغوط و هو البستان صغير من النخيل.

3-6 فئة الجمهور المستهدف :

الجدول رقم (10) : يمثل الجمهور المستهدف الذي يروج له صانعا محتوى قناة KasoEst :

النسبة %	التكرار	فئة الجمهور
25%	16	الجمهور الخاص
50%	32	الجمهور العام
25%	16	الجمهور الأجنبي
100%	64	المجموع

من خلال الجدول رقم (10) أن الجمهور الذي تستهدفه قناة KasoEst هو الجمهور العام الذي

قدرت نسبته ب50%، ثم يليه جمهور الخاص و الأجنبي بنسبة 25%.

نستنتج من خلال نتائج السابقة أن الجمهور الذي تستهدفه قناة KasoEst هو الجمهور العام أي

الجمهور الجزائري بصفة عامة، وهذا راجع إلى طبيعة المحتوى المقدم الذي ينشره صانعا محتوى قناة

¹ علي واحمد، حريزي، "صناع المحتوى في"، ص41.

² راضية ضيف، "التسويق للموروث الثقافي المحلي عبر قنوات اليوتيوب الجزائرية: دراسة تحليلية لقناة سارة الشاوية"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، جامعة أم البواقي، 2021-2022)، ص62.

KasoEst الخاص بالموروث الثقافي الجزائري فهذا الموروث يعبر عن مجتمعنا أي المجتمع الجزائري صفة عامة و ليس موجه إلى فئة معينة.

و هذا ما يتوافق مع دراسة الباحثات "حسنا غويلة و سامية سدايرية و مروة رميلي" حيث جاءت في فئة الجمهور المستهدف هو الجمهور العام التي إستحوذت على النسبة الكلية التي قدرت ب 100%¹ و في دراسة أخرى أيضا "لمحمد سباعي" جاء الجمهور العام نسبة الأكبر التي قدرت ب 88.46%² و منه نستنتج أن كلا الدراسات تستهدف الجمهور العام و هذا راجع إلى الموروث الثقافي الجزائري يعبر عن الهوية الجزائري بصفة عامة و ليس محتكر على فئة معينة.

و في دراسة أخرى جاءت تختلف عن دراستنا حيث جاء الجمهور الخاص الذي قدرت نسبته ب 90.47%³ و هذا راجع إلى عنوان الدراسة و العينة المختارة حيث إستهدفت الموروث الثقافي المحلي أي الموروث الذي تتسم به منطقة معينة في الجزائر، يعد أيضا بروز الجمهور العام كأكثر نسبة في فئة الجمهور المستهدف من خلال تلفظ بلقاسم أثناء حديثه بألفاظ لا يفهما إلا الجزائريين متمثلة في " أهلا بيكم شبيبة، حمد لله طحنا في جو معتدل، كلش مريقل، نروحو نضربو فيها عومة، عظام أي هي البيض"، دعم الشعب الجزائري لإبن بلدهم بلقاسم فيظهر هذا من خلال تعليقات و أحيانا في تعليقاتهم هم من يختارون الولاية أو المنطقة التي سوف يزورها صانعا المحتوى لتعرف عليها، و مع هذا بلقاسم يلبي طلبياتهم لقوله "على عين و رأس نروح وين حابيين نتوما".

¹ غويلة، سدايرية، رميلي، "دور شبكات التواصل"، ص 102.

² محمد سباعي، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالموروث الثقافي المادي و اللامادي"، مجلة الدولية للاتصال الاجتماعي ع 1 (2023): 180.

³ راضية ضيف، "التسويق للموروث الثقافي"، ص 63.

3-7 فئة القيم المتضمنة :

الجدول رقم (11) : يمثل القيم المتضمنة في فيديوهات صانعا المحتوى قناة KasoEst :

النسبة %	التكرار	فئة القيم المتضمنة
35%	30	القيم الوطنية
16%	14	القيم الدينية
37%	32	القيم الجمالية
12%	10	القيم الإنسانية
100%	86	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح القيم المتضمنة في فيديوهات قناة KasoEst ، أن القيم الجمالية هي الأكثر بروزا و التي قدرت ب 37%، تليها القيم الوطنية بنسبة 35%، بعد ذلك القيم الدينية و قدرت ب16%، و أخيرا القيم الإنسانية و نسبتها 12%.

نستخلص من خلال نتائج الجدول أن أكثر القيم إبرازا في فيديوهات قناة KasoEst ، هي القيم الجمالية و قدرت ب37%، حيث أنها تقدم محتوى بصري راقى و تعمل على إبراز الموروث الثقافي الجزائري كأماكن سياحية، الألبسة التقليدية، أغاني شعبية بطريقة جمالية كالإضاءة و الألوان، المؤثرات و الموسيقى، بالإضافة إلى إستخدام التصوير كفن و اللقطات متنوعة كالتصوير بالدرون لإبراز أماكن سياحية كتصوير جانت و عملت على إبراز المناظر الطبيعية الساحرة كالكتبان الرملية و المغارات التي تحتوي على النقوش بشكل جميل مما يساعد على جذب المتابعين و التفاعل مع المحتوى، أما القيم الوطنية جاءت نسبتها متقاربة للقيم الجمالية حيث عملت على الترويج الموروث الثقافي الجزائري و الحفاظ عليه و الإفتخار و الإنتماء للوطن، وهذا راجع إلى الإعتراز بالأصول و العادات و التقاليد مما يعزز الهوية الثقافية الجزائرية التي تعكس واقع الموروث الثقافي الجزائري.

3-8 فئة تفاعل الجمهور مع فيديوهات :

الجدول رقم (12) : يمثل فئة تفاعل الجمهور مع فيديوهات صانعا المحتوى قناة KasoEst :

النسبة %	التكرار	فئة تفاعل الجمهور
92%	328300	الإعجاب
0%	0	عدم الإعجاب
8%	27711	التعليقات
100%	356011	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل فئة تفاعل الجمهور مع فيديوهات صانعا المحتوى قناة KasoEst أن الإعجاب كأعلى نسبة قدرت ب92 %، بينما التعليقات جاءت بنسبة 8 %، و عدم الإعجاب 0%.

نستنتج من خلال نتائج الجدول الذي يمثل فئة التفاعل الجمهور مع فيديوهات صانعا المحتوى قناة KasoEst أن الإعجاب جاء كأعلى نسبة و هذا راجع إلى أن المشاهدين يفضلون التعبير بالإعجاب كدليل على التفاعل السريع مع المحتوى و أن المحتوى المقدم نال إعجاب المتابعين، وفي هذا سياق تدل نسبة الإعجاب أن فيديوهات محتواها إيجابي و أنها تقدم تعريف على الموروث الثقافي الجزائري و الترويج له، بالإضافة إلى النسبة الكبيرة من الإعجابات في فيديوهات تعزز ظهور هذه الأخيرة مما يؤدي إلى زيادة المشاهدات والمتابعين في القناة، وفي هذا السياق لاحظنا فيديو بعنوان " أفضل مغامرة بقمم الشريعة إنبهرنا بكمية الثلج والمناظر الخيالية"، حيث كانت نسبة الإعجاب ب 41 ألف والتي تناولت أماكن سياحية، وهذا دليل على أن المشاهدين يفضلون الترويج إلى أماكن سياحية والمناظر الخلابة وبالتالي تحصيل حاصل على أنه الترويج للموروث الثقافي، أما بخصوص الفيديو الذي نال نسبة كبيرة من التعليقات فكان بعنوان " أكل الشوارع في الجزائر (قسنطينة) ".

وهذا ما يتوافق مع الدراسة "جمعة الميرا و هاجر زويني" الذي جاء الإعجاب كأعلى نسبة و قدر ب 76.19 %، مما يفسر ميل المتابعين إلى الإكتفاء بالإعجاب والتفاعل لسهولة التعامل.¹

¹ جمعة الميرا، هاجر زويني، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري: صفحة السياحة الصحراوية الجزائرية انموذجا"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، جامعة أحمد دراية -أدرار- ، 2019-2020)، ص67.

4- الإستنتاجات العامة للدراسة :

نستخلص من هذه الدراسة التي تم تحليلها كميًا و كفيًا التي تتضمن في فئات الشكل و المضمون لقناة KasoEst على اليوتيوب المتمثلة في 32 فيديو التي تروج للموروث الثقافي الجزائري حيث تم التوصل إلى مجموعة من النتائج و هي كالآتي :

1. إستخداما صانعا المحتوى قناة KasoEst على اليوتيوب المزيج اللغوي أكثر في الترويج للموروث الثقافي الجزائري، و يعود سبب ذلك إلى الواقع هويتهم الشخصية إتقانهم للغات الإنجليزية و العربية و الإيطالية و الإسبانية.

2. إعتدا صانعا المحتوى قناة KasoEst في فئة المؤثرات الصوتية على مؤثرات طبيعية لترويج الموروث الثقافي الجزائري وهذا راجع إلى نزولهم إلى الميدان.

3. تم عرض فيديوهات قناة KasoEst التي تروج للموروث الثقافي الجزائري بدون ترجمة يعود سبب أن صانعا المحتوى ركزا على المحتوى البصري أكثر ما يجعل المحتوى مفهوما بدون ترجمة.

4. أظهر صانعا محتوى قناة KasoEst على اليوتيوب الموضوعات في الموروث الثقافي المادي بحيث أن أماكن سياحية كانت أكثر إبرازا، و سبب راجع إلى تعريف بالمناطق التاريخية و الثقافية و أن للبلد الجزائر يحظى بتنوع ثقافي. و في الجانب الأخر الموروث الثقافي اللامادي ركز على أغاني شعبية و معزوفات محلية لأنها تعمل على الشعور بالإنتماء و الألفة و نشر اللغة المحلية من خلالها و جذب المشاهدين. و في أخير يتضح أن الموضوعات التي أظهرتها قناة KasoEst هي الموروث الثقافي المادي.

5. يتبين من خلال فيديوهات قناة KasoEst على اليوتيوب أن الهدف الرئيسي الذي يسعى لإيصاله هو الترويج للموروث الثقافي الجزائري و التعريف به و هذا الهدف ما تسعى هذه الدراسة الوصول إليه.

6. الشخصيات الفاعلة في فيديوهات قناة KasoEst على اليوتيوب هما صانعا المحتوى بلقاسم و استر، و سبب هذا يعود إلى أنهما صاحبا القناة بالإضافة إلى أنهما هما من يقومان بالترويج للموروث الثقافي الجزائري و التعريف به.

7. إستخداما صانعا المحتوى قناة KasoEst على اليوتيوب إستمالة عقلية و ذلك من أجل الترويج و التعريف بالموروث الثقافي الجزائري بأسلوب منطقي يخاطب عقل الجمهور الجزائري.
8. إستهدفت قناة KasoEst في محتوهم لترويج الموروث الثقافي الجزائري على الجمهور العام بدرجة الأولى لأن يمثل الشعب الجزائري المهتم بموروثاته.
9. القيم التي تتضمنها فيديوهات قناة KasoEst هي القيم الجمالية من خلال إبراز جمال الموروث الثقافي الجزائري من خلال جودة التصوير، المؤثرات الصوتية، الألوان، إضاءة، موسيقى.
10. تفاعل الجمهور مع فيديوهات صانعا المحتوى قناة KasoEst أن الإعجاب جاء كأعلى نسبة و هذا راجع إلى أن المشاهدين يفضلون التعبير بالإعجاب كدليل على التفاعل السريع مع المحتوى و أن المحتوى المقدم نال إعجاب المتابعين.

5- الإستنتاجات العامة على ضوء النظرية :

يتبين لنا من نظرية البنائية الوظيفية التي سبق ذكرها في الجانب المنهجي و التي تقوم على فرضيات منها :

فرضية 1 : أن كل العناصر المكونة لهذا نظام تقوم بدورها من أجل محافظة على هذا النظام، و هذا الذي حاولت تفسيره الدراسة الحالية بناء على هذه النظرية، حيث أن فيديوهات الموجودة في قناة KasoEst على اليوتيوب و التي تتضمن الموروث الثقافي الجزائري يعبر محتواها على المناطق السياحية في الجزائر و التي تقوم بالتعريف على العادات و التقاليد و تاريخها من أجل الحفاظ على هذا الموروث و التعريف به و توارثه من جيل الى جيل.

فرضية 2 : المجتمع به أنشطة متكررة فهي تعتبر ضرورية للإستمرار وجوده، حيث يعتبر اليوتيوب في عصر الحالي من أبرز التطبيقات الهامة للإقبال صناع المحتوى عليه، و ذلك من خلال مشاهدة فيديوهات و التعليق و الإعجاب، و إنشاء و وضع فيديوهات متنوعة و بشكل متكرر من طرف قناة KasoEst على اليوتيوب التي تسعى للترويج للموروث الثقافي الجزائري و تعريف به لإستمرارية المحتوى في قناة.

خاتمة

خاتمة :

إن الموروث الثقافي الجزائري يعد أحد مقومات الدولة و أبرزها و ركيزة للانتماء بالوحدة الوطنية لذلك يتوجب على كل فرد من أفراد تعريف به و نشره و المحافظة عليه، لأن تعدد هذا الموروث تاركته الحضارات ما هو إلا لمعرفة أصالته و إعتزاز و إفتخار به.

فتنوع هذا الموروث يجعل الجزائر قبلة سياحية يقصدها أفراد من جميع أنحاء العالم كما للمنصات التواصل الإجتماعي لها دور في إبراز هذا الموروث و هذا من خلال هذا العمل البحثي توصلنا خلال هذه الدراسة المعنونة بمساهمة صناع المحتوى في الترويج للموروث الثقافي الجزائري التي كانت على عينة قوامها 32 فيديو من قناة KasoEst أن صانعا محتوى قناة KasoEst و من أبرز النتائج المتوصل إليها أن أصحاب هذه ساهما في الترويج للموروث الثقافي الجزائري سواء ما تعلق بالموروث المادي المتمثل في الأكلات التقليدية، الألبسة التقليدية، أماكن سياحية. الموروث اللامادي المتمثل في اللهجة المحلية، أغاني شعبية و هذا من خلال النتائج المتوصل إليها بعد عملية تغريغ البيانات و تحليلها.

كما توصلت هذه الدراسة أيضا إلى أن الموضوعات التي تعبر عن الموروث الثقافي الجزائري جاءت بأعلى نسبة وهذا ما يفسر الهدف التي تود الوصول إليه هذه الدراسة، نوعا صانعا محتوى القناة في اللغة المستخدمة من أجل فهمهم من كافة جمهور العالم و إيصال صوتهم الى أبعد الحدود الممكنة و تعريف بهذا الموروث المتراكم تاريخيا التي يزخر به الجزائر، و حمايته من الإندثار وخاصة مع ظهور الثقافات الغربية أصبحت تشكل خطر على هذا الموروث فلا بد التمسك و إعتناق به و الحفاظ عليه من الزوال.

و عليه فهذا فالموروث الثقافي الجزائري يجمع بين الأفراد المجتمع الجزائري من التفكك وجعلهم أكثر صلابة لتمسك به خاصة لما شهده العالم من ثورة في تعدد الثقافات و دخول الثقافات الدخيلة عن هذا المجتمع.

قائمة المراجع والمصادر

القواميس و المعاجم :

1. ابن منظور، أنصاري جمال الدين. لسان العرب. ط1. لبنان: دار الكتب العلمية، 2003.
2. بن شيخ، جمال و غجاتي، محمد. قاموس البدر. الجزائر: دار البدر، 2012.
3. حجاب، محمد منير. معجم الإعلامي. القاهرة : دار الفجر، 2004.
4. مسعود ، جبران. الرائد معجم لغوي عصري. ط7. لبنان: دار العلم للملايين، 1992.
5. عمر، أحمد مختار. المكنز الكبير: معجم شامل للمجالات و المترادفات و المتضادات. ط1. السعودية: دار سطور، 2000.
6. عمر، أحمد مختار. معجم اللغة العربية المعاصرة، ط1. القاهرة: عالم الكتب، 2008.
7. فار، محمد جمال. معجم المصطلحات الإعلامية. عمان: دار أسامة، 2014.
8. فيروزبادي، مجد الدين. القاموس المحيط، ط2. لبنان: دار الكتب العلمية ، 2007.

الكتب :

1. إبراهيم، نهلة. الثقافة في مواجهة العصر: قضايا سوسيولوجية معاصرة في علم الاجتماع الثقافي: دار الرواد للكمبيوتر، 2008.
2. بشير، مرتضى الأمين. وسائل الاتصال و الترويج السياحي. الأردن: دار أمواج، 2016.
3. بن مرسل، أحمد. مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال. ط4. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، د.ت.
4. زهير، حمام محمد. تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. عمان: دار أمواج، 2015.
5. حاج، كمال. مناهج البحث الإعلامي. د.ب: الجمهورية العربية السورية، 2020.
6. حسين، محمد. الإعلان التجاري: المفاهيم والأهداف. الأردن: دار الرؤية، 2015.
7. محمد مبارك، محمد الصاوي. البحث العلمي: أسسه و طريقة كتابته. القاهرة: دار المكتبة الأكاديمية، 1992.

8. محمودي، محمد سرحان علي. مناهج البحث العلمي. ط3. الجمهورية يمينة صنعاء: دار الكتب، 2019.
9. مشهداني، سعد سليمان. منهجية البحث العلمي. ط1. الأردن: دار أسامة، 2019.
10. مكاوي، حسن عماد و سيد، ليلي حسن. الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998.
11. عبد حميد، محمد. تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. جدة: دار الشروق، 1983.
12. عبد حميد، محمد. نظريات الإعلام إتجاهات التأثير. ط3. القاهرة: عالم الكتب، 2004.
13. عبد سلام، محمد. مناهج البحث في العلوم الإجتماعية والإنسانية. دب: مكتبة النور، 2020.
14. عليان، رابحي مصطفى و غنيم، عثمان محمد. مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية و التطبيق. عمان: دار الصفاء، 2000.
15. شطي، علي. التراث الثقافي المادي وغير المادي لمدينة المغير. الجزائر: دار ومضة، 2023.
16. تمار، يوسف. مناهج و تقنيات البحث في الدراسات الإعلامية والاتصالية. ط2. دب: ديوان مطبوعات الجامعة، 2019.

البحوث العلمية :

1. بن شارف، امحمد و بن عويينة، عبد الغاني. " دور الاعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري". مذكرة ماستر، جامعة عبد الحميد ابن باديس، 2020_2021.
2. ماضي، رونق و بوشريط، ابتسام. "صناعة المحتوى التعليمي في المنصات الرقمية: دراسة ميدانية على شباب ولاية قالمة". مذكرة تخرج لنيل الماستر، جامعة 8ماي 1945 قالمة، 2022-2023.
3. ميرا ، جمعة و زويني، هاجر. "دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري: صفحة السياحة الصحراوية الجزائرية انموذجا. " مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، جامعة أحمد دراية -أدرار - ، 2019-2020.

4. علي واحمد، أسماء و حريزي، شيماء. " صناع المحتوى في الترويج للتراث الثقافي الوطني: دراسة تحليلية قناة كواس خبيب على اليوتيوب." مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة أحمد درايعة-أدرار، 2022-2023.
5. رزيق مسعود. " البدائل الوظيفية في المؤسسة القضائية في المؤسسة الجزائرية: الوسيط القضائي نموذجا." مذكرة مقدمة لنيل الدكتوراه، جامعة الحاج لخضر-باتنة1، 2019-2020.
6. خروبي، رميساء و عقون، كوثر. "دور صناع المحتوى في الترويج للسياحة الجزائرية الداخلية: دراسة تحليلية لعينة من كمنشورات صفحة الفايس بوك khoubai نموذجا." مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2022-2023.
7. ضيف، راضية. "التسويق للموروث الثقافي المحلي عبر قنوات اليوتيوب الجزائرية: دراسة تحليلية لقناة سارة الشاوية." مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، جامعة أم البواقي، 2021-2022.
8. غويلة، حسناء و سدايرية، سامية و رميلي، مروة. "دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري: موقع فايس بوك نموذجا." مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة 8 ماي 1945-قالمة، 2018-2019.

المجلات :

1. بليليدية، فتحة نور الهدى. "الموروث الثقافي و إشكالية الجذب السياحي قراءة في الإمكانيات و التحديات." مجلة تنوير ع7 (سبتمبر 2018).
2. كوندية، سلمى و بن سباع، صليحة. "دور المواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري: دراسة تحليلية لصفحة الإمبراطورية الجزائرية تاريخ و ثقافة." الاكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية ع1(2024).
3. رحموني، لبنى و بن شرادة، محمد. "التدوين عبر الفيديو VIOLGING كأداة لترويج للموروثات الثقافية الجزائرية." مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية ع07(أفريل 2021).
4. هنشيري، إيمان. "الموروث الثقافي الجزائر الواقع و الآفاق." مجلة حوليات التراث ع17 (2017).
5. زهيري، طلال ناظم. " تعزيز المواطنة الرقمية و أثرها في اتجاهات صناعة المحتوى الرقمي تيك توك نموذجا." مجلة أوراق بحثية ع01 (2023).

6. لحرش، الطاهر و بولحديد، نرجس. "موروث ثقافي المادي و اللامادي في تعزيز الجذب السياحي في الصحراء الجزائرية." مجلة روافد للبحوث و الدراسات ع02 (مارس2022).
7. سباعي، محمد. "دور مواقع التواصل الإجتماعي في التعريف بالموروث الثقافي المادي و اللامادي." مجلة الدولية للاتصال الاجتماعي ع1 (2023).

المقابلات مبثوثة :

1. لقاء في قناة ديزاد نيوز DZ News، برنامج لقاء خاص، حلقة بعنوان صانعا المحتوى السياحي KASOEST يكشفان لأول مرة عن تفاصيل مثيرة حول مسيرتهما و أول لقاء جمعهما، تقديم بلال أكسوكة، تاريخ نشر المقابلة 22 ديسمبر 2024، تاريخ الإطلاع 7 ماي 2025 على الساعة 17:35، رابط المقابلة <https://youtu.be/1fwTDxiQjUw?si=WJMrU9JCzXC1ZaXj>
2. لقاء في قناة النهار ENNAHAR TV، برنامج PODCAST مع ياسين، حلقة بعنوان لقاء مع صانع محتوى بلقاسم KASOEST تقديم ياسين كنتاجش، جزء الأول، تاريخ نشر المقابلة 28 فيفري 2025، تاريخ الإطلاع 4 ماي 2025 على الساعة 12:04، رابط المقابلة https://youtu.be/ZTZPuDrIDGQ?si=OnIzpooA_tZ_0kn4
3. لقاء في قناة الحوار، برنامج لكل العرب، حلقة بعنوان بلقاسم جزائري و زوجته الإيطالية تخيلنا عن الإستقرار من أجل ترحال و مغامرة، تقديم إسرائ الشيخ و علا جغل، تاريخ نشر المقابلة 16 جويلية 2020، تاريخ الإطلاع 3 ماي 2025 على الساعة 23:19، رابط المقابلة https://youtu.be/eTgYw47lyO8?si=bIPpKdG17oLU_74K
4. لقاء في قناة النهار ENNAHAR TV، برنامج بودكاست مع ياسين... يستضيف صانع المحتوى السياحي و الرحالة بلقاسم بن عروس KASOEST تقديم ياسين كنتاجش، جزء الثاني، تاريخ نشر المقابلة 11 أفريل 2025، تاريخ الإطلاع 5 ماي 2025 على الساعة 10:37، رابط المقابلة <https://youtu.be/9WmG7D2hZWM?si=ztReUHLdvwqqsf1>

5. لقاء في قناة GOW RADIO، حلقة بعنوان بلقاسم جزائري و زوجته إستر الإيطالية من بين الرحالة الرقميين حبوا يشاركوكم قصة حبهم و مغامراتهم، تاريخ نشر المقابلة 20 مارس 2022، تاريخ إطلاع 6 ماي 2025 على الساعة 23:51، رابط المقابلة

<https://youtu.be/2ONddKWHdZ0?si=8QTx20rbIQGLLKNt>

المراجع باللغة الأجنبية:

- 1- Baussersoub, Hacene and Boughambouz, Ammar. "The Algerian Cultural Heritage and it's role in Activvating sustainable Taurism Activity . " *Revue des arts , Linguistique , Littérature and Civilisations* 2 (1 september 2024).

الملاحق

الملحق (1) : إستمارة تحليل المضمون النهائية

جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال



إستمارة تحليل المضمون في إطار إعداد مذكرة مقدمة لإستكمال شهادة الماستر
تخصص : الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة
بعنوان :

مساهمة صناع المحتوى في الترويج للموروث الثقافي الجزائري

-دراسة تحليلية لعينة من فيديوهات قناة KasoEst على اليوتيوب-

الأستاذة المشرفة :

د. نادية جيتي

من إعداد الطالبتين :

سالمة رميصاء خالد

ليلي سويسي

الموسم الجامعي : 2025/2024

1- دليل التعريفات الإجرائية لمحاوَر إستمارة تحليل المضمون :

✓ التعريفات الإجرائية المتعلقة بالدراسة :

***صناع المحتوى** : نقصد بصناع المحتوى في دراستنا هم الرحالة بلقاسم الجزائري و زوجته استر الإيطالية صاحبا قناة KasoEst محبي المغامرة و السفر هدفهم الأول من إنشاء هذه القناة هو الترحال و معرفة الثقافات الأخرى بالإضافة إلى زيارة دول في مختلف أنحاء العالم، هذا ما جعل من صانعا هذه القناة إلى الترويج للموروث الثقافي الجزائري و التعريف بمختلف العادات و التقاليد التي تزخر بها الجزائر من موروث المتوارث من الأجيال.

***الموروث الثقافي الجزائري** : كل ما ينتقل من جيل إلى آخر و الذي يتمثل في نوعين: الموروث الثقافي المادي و الذي يشمل الألبسة التقليدية و الحلي التقليدي و أماكن سياحية، و النوع آخر الموروث الثقافي اللامادي و يشمل أغاني شعبية، مناسبات و أعياد، اللهجة المحلية.

***التعريف بالقناة** : هي قناة موجودة على اليوتيوب تعد أول قناة لزوجين يقدمان محتوى سياحي تم فتح هذه القناة لمشاركة حياتهم اليومية و تجاربهم في رحل و السفر و معرفة ثقافات الأخرى تهدف هذه القناة إلى الترويج للموروث الثقافي الجزائري.

✓ التعريفات الإجرائية المتعلقة بفئات إستمارة تحليل المضمون :

أولا : فئات الشكل :

1. فئة اللغة المستخدمة : هي اللغة التي يتحدث بها صانعا محتوى قناة KasoEst و اللغات المتضمنة في الفيديوهات التي يتحدث بها أشخاص آخرون يظهرون في فيديوهات و تشمل :
 1. اللغة العربية الفصحى.
 2. اللهجة العامية: أي اللهجة الجزائرية التي يتحدث بها الجزائريون.
 3. اللغة الأجنبية: إيطالية، إسبانية، إنجليزية، فرنسية.
 4. المزيج اللغوي: أي المزج بين كل فئتين ضمن الفئات تحت الفرعية في الفكرة.

2. فئة المؤثرات الصوتية : و هي الأصوات الموجودة في فيديوهات صانعا محتوى قناة KasoEst لتعزيز محتوى الموروث الثقافي الجزائري و تشمل :

1. مؤثرات طبيعية : و هي أصوات ليس للإنسان دخل فيها مثل: صوت رياح، مطر، أمواج.

2. مؤثرات إصطناعية : و هي الأصوات التي تم إصطناعها من قبل قناة KasoEst بواسطة أدوات و تقنيات خاصة مثل: صوت جرس، تصفح أوراق.

3. موسيقى : هي عبارة عن أصوات مصطنعة تضاف في مونتاج لجمالية فيديوهات قناة

KasoEst على اليوتيوب للترويج للموروث الثقافي الجزائري.

3. فئة ترجمة الفيديوهات : وهي الفئة التي تم من خلالها معرفة ظهور الترجمة أسفل الفيديو أو لم تظهر خلال عرض فيديوهات قناة KasoEst و تشمل :

1. عرض فيديو بالترجمة : و يقصد بها ترجمة اللغة الأجنبية إلى عربية في إطار أسفل الفيديو.

2. عرض فيديو بدون ترجمة : أي لا يوجد ترجمة اللغة الأجنبية إلى العربية أسفل الفيديو.

ثانيا: فئات المضمون :

1. فئة الموضوعات المتناولة : و يقصد بها كل الموضوعات التي أبرزتها فيديوهات قناة KasoEst

حول الموروث الثقافي الجزائري و التي تتمثل في :

أ. الموروث الثقافي المادي : و يقصد به الأشياء الملموسة التي تعبر عن الثقافة الجزائرية

المتوارثة من الأجيال و تشمل ما يلي :

1- أماكن سياحية : و هي أماكن سياحية متنوعة في الجزائر كالمتاحف و المساجد و الحمامات و القصور و التماثيل.

2- الأكلات التقليدية : وهي مجموعة من أصناف الأطباق الجزائرية التقليدية كالشخشوخة، طعام، زفيطي، محاجب.

3- المشروبات التقليدية : و المتمثلة في الشاي، الشاربات و المشروبات الغازية (القازوز الشعبي)، قهوة عربية.

4- الحلويات التقليدية : وهي مجموعة من أصناف الحلويات التقليدية الجزائرية كالبقلاوة، تشارك، طمينة، رفيس، قلب اللوز، الزلابية.

5- الألبسة التقليدية : و تتمثل الألبسة الجزائرية التقليدية متمثلة في : الكاراكو، القبائلي، ققطان، الشدة التلمسانية، الحولي، قشابية، شاش.

6- الحلي التقليدي : وهي الإكسسوارات التقليدية التي يغلب عليها الزي التقليدي الجزائري مثل: الجبين، حلقات، عقد، أساور.

7- حرف تقليدية : ويقصد بها الصناعات اليدوية التي يغلب عليها الطابع الجزائري: مثل المنسج و الأواني الفخارية و النحاسية، الأفرشة التقليدية كالخيم و الزرابي.

ب. الموروث الثقافي اللامادي : و يقصد به الموروث الثقافي الجزائري غير الملموس المتوارث من جيل إلى جيل و يشمل:

1. مناسبات و أعياد : المتمثلة في الأعياد مثل المولد النبوي عيد الفطر و الأضحى.

2. اللهجة المحلية : و هي اللهجات التي يتميز بها كل منطقة عن أخرى مثل : القبائلية، الوراقلية، الشاوية.

3. أغاني شعبية : و هي الأغاني الجزائرية المتوارثة التي تحتوي على كلمات و أنغام تتمثل في أغان التالية : دور بيها يا الشيباني، لالة يمينة، صلوا على محمد.

4. شعر شعبي : و هي القصائد الشعبية الجزائرية.

5. رقص شعبي : و هو الرقص الشعبي الجزائري الذي يكون عبارة عن حركات والتي لها معاني خاصة مثل : الرقص النايلي، العاصمي .

6. معزوفات محلية : و تتمثل في الإيقاع الجزائري مثل : القرقابو، الشكوى، القصبة، المالوف القسنطيني

7. أمثال شعبية.

2. **فئة الأهداف** : ويقصد بها الغاية من نشر المحتوى الذي يعبر عن الموروث الثقافي الجزائري من خلال فيديوهات قناة KasoEst و تشمل :

1. الترويج للموروث الثقافي الجزائري و التعريف به.

2. تنمية الوعي لحماية الموروث الثقافي الجزائري.

3. نشر الثقافة المحلية الجزائرية.

4. إرسال رسائل إلى المسؤولين.

5. الحفاظ على الذاكرة و ترسيخ العادات.

3. فئة الشخصيات الفاعلة : وهي الفئة التي نستطيع من خلالها التعرف على الأفراد المتواجدين في

فيديوهات قناة KasoEst و التي تم تقسيمها إلى :

1. بلقاسم و استر: و هم صانعا المحتوى.

2. سكان محليين : و هم الأفراد المتواجدون في الولايات التي يزورها بلقاسم و استر.

3. مرشد سياحي : و هو ذلك الفرد الذي يعمل على التعريف بالموروث الثقافي الجزائري في مختلف مناطق الجزائر.

4. الأصدقاء : وهم أصدقاء بلقاسم و استر الذين يشاركون معهم رحلة السفر و المغامرة.

5. السياح : و هم الأفراد الذين جاؤا لزيارة الجزائر.

4. فئة الإستimalات الإقناعية : وهي الفئة التي يتم من خلالها معرفة الإستimalات المستخدمة في

فيديوهات صانعا محتوى قناة KasoEst لترويج للموروث الثقافي الجزائري و تنقسم إلى :

1. إستimalة عقلية: وهي إستimalة التي تخاطب العقل بعيدة عن الخيال و ذلك من خلال : تدعيم بالحجج

و البراهين، تقديم أعداد و احصائيات، التكرار و التأكيد.

2. إستimalة عاطفية : و هي إستimalة التي تعتمد على العواطف و الأحاسيس و المشاعر الإنسانية.

5. فئة الجمهور المستهدف: و هي الفئة التي تمثل الجمهور التي سيستهدفها كل من صانعا محتوى

قناة KasoEst التي تبرز الموروث الثقافي الجزائري و يشمل :

1. الجمهور الخاص : هو الجمهور المهتم بدرجة الأولى بالموروث الثقافي الجزائري كهواة السفر، علماء

الأثار و المؤرخين.

2. الجمهور العام : هو الشعب الجزائري عامة.

3. الجمهور الأجنبي : هو الجمهور الذي يكون دخيل عن الجزائر.

6. فئة القيم المتضمنة : و هي القيم المتضمنة في فيديوهات قناة KasoEst التي يريدان نقلها:

1. القيم الوطنية : كالإنتماء و الإفتخار و التمسك بالعادات و التقاليد الجزائرية.

2. القيم الدينية : هي القيم التي حثنا عليها الإسلام كالعبادات، الأمانة و الصدق.

3. القيم الجمالية : و هي القيم التي تعبر عن الجمال و الذوق مثل : المناظر الطبيعية في الجزائر،

غروب الشمس في الصحراء، الكثبان الرملية.

4. القيم الإنسانية : كالضيافة، الكرم، الإحترام، محبة، أخوة.

7. فئة تفاعل الجمهور مع فيديوهات : و يقصد بها تفاعل الجمهور مع فيديوهات قناة KasoEst

من خلال :

1. الإعجاب : من خلال التفاعل السريع بأصبع الأزرق المتمثل في " جام " .
2. عدم الإعجاب : أي عدم ظهور نسبة المعجبين.
3. التعليقات : و يقصد بها العبارات الإيجابية أو السلبية التي علق بها الجمهور على محتوى.

2- إستمارة تحليل المضمون :

أولا : البيانات الأولية :

1. عنوان الفيديو: 1

2. تاريخ النشر : 2 3 4

3. رابط الفيديو : 5

ثانيا : الفئات المتعلقة بالشكل " كيف قيل ؟"

4. فئة اللغة المستخدمة : 6 7 8 9

5. فئة المؤثرات الصوتية : 10 11 12

6. فئة ترجمة الفيديوهات : 13 14

ثالثا : الفئات المتعلقة بالمضمون " ماذا قيل ؟"

7. فئة الموضوعات المتناولة :

22 □ 21 □ 20 □ 19 □ 18 □ 17 □ 16 □ : 15 ☆

30 □ 29 □ 28 □ 27 □ 26 □ 25 □ 24 □ : 23 ☆

35 □ 34 □ 33 □ 32 □ 31 □ : 8. فئة الأهداف :

40 □ 39 □ 38 □ 37 □ 36 □ : 9. فئة الشخصيات الفاعلة :

42 □ 41 □ : 10. فئة الإستمالات الإقناعية :

45 □ 44 □ 43 □ : 11. فئة الجمهور المستهدف :

49 □ 48 □ 47 □ 46 □ : 12. فئة القيم المتضمنة :

52 □ 51 □ 50 □ : 13. فئة تفاعل الجمهور مع فيديوهات :

3- دليل إستمارة تحليل المضمون :

أولا : البيانات الأولية :

1. عنوان الفيديو :

• المربع رقم (1) : وهي 32 فيديو.

2. تاريخ النشر :

• المربع رقم (2) : يوم النشر.

- المربع رقم (3) : شهر النشر.
- المربع رقم (4) : سنة النشر.

3. رابط الفيديو :

- المربع رقم (5) : وهي 32 رابط للفيديو.

ثانيا : الفئات المتعلقة بالشكل " كيف قيل ؟"

4. فئة اللغة المستخدمة :

- المربع رقم (6) : اللغة العربية الفصحى.
- المربع رقم (7) : اللهجة العامية.
- المربع رقم (8) : اللغة الأجنبية.
- المربع رقم (9) : المزيج اللغوي.

5. فئة المؤثرات الصوتية :

- المربع رقم (10) : مؤثرات طبيعية.
- المربع رقم (11) : مؤثرات إصطناعية.
- المربع رقم (12) : موسيقى.

6. فئة ترجمة الفيديوهات :

- المربع رقم (13) : عرض الفيديو بالترجمة.
- المربع رقم (14) : عرض الفيديو بدون ترجمة.

ثالثاً : الفئات المتعلقة بالمضمون " ماذا قيل ؟"

7. فئة الموضوعات المتناولة :

- نجمة رقم (15) : الموروث الثقافي المادي ، المتمثل في :
 - المربع رقم (16) : أماكن سياحية.
 - المربع رقم (17) : الأكلات التقليدية.
 - المربع رقم (18) : المشروبات التقليدية.
 - المربع رقم (19) : الحلويات التقليدية.
 - المربع رقم (20) : الألبسة التقليدية.
 - المربع رقم (21) : الحلي التقليدي.
 - المربع رقم (22) : حرف تقليدية.
- نجمة رقم (23) : الموروث الثقافي اللامادي ، و المتمثل في :
 - المربع رقم (24) : مناسبات و أعياد.
 - المربع رقم (25) : اللهجة المحلية.
 - المربع رقم (26) : أغاني شعبية.
 - المربع رقم (27) : شعر شعبي.
 - المربع رقم (28) : رقص شعبي.
 - المربع رقم (29) : معزوفات محلية.
 - المربع رقم (30) : أمثال شعبية.

8. فئة الأهداف :

- المربع رقم (31) : الترويج للموروث الثقافي الجزائري و التعريف به.
- المربع رقم (32) : تنمية الوعي لحماية الموروث الثقافي الجزائري.
- المربع رقم (33) : نشر الثقافة المحلية الجزائرية.
- المربع رقم (34) : إرسال رسائل إلى المسؤولين.
- المربع رقم (35) : الحفاظ على الذاكرة و ترسيخ العادات.

9. فئة الشخصيات الفاعلة :

- المربع رقم (36) : بلقاسم و استر.
- المربع رقم (37) : سكان محليين.
- المربع رقم (38) : مرشد سياحي.
- المربع رقم (39) : الأصدقاء.
- المربع رقم (40) : السياح.

10. فئة الإستمالات الإقناعية :

- المربع رقم (41) : إستمالة عقلية.
- المربع رقم (42) : إستمالة عاطفية.

11. فئة الجمهور المستهدف :

- المربع رقم (43) : الجمهور الخاص.
- المربع رقم (44) : الجمهور العام.

- المربع رقم (45) : الجمهور الأجنبي.

12. فئة القيم المتضمنة :

- المربع رقم (46) : القيم الوطنية.
- المربع رقم (47) : القيم الدينية.
- المربع رقم (48): القيم الجمالية.
- المربع رقم (49): القيم الإنسانية.

13. فئة تفاعل الجمهور مع فيديوهات :

- المربع رقم (50) : الإعجاب.
- المربع رقم (51) : عدم الإعجاب.
- المربع رقم (52) : التعليقات.

الملحق رقم (2) : إستمارة التحكيم

التصحيح المقترح	غير موافق	موافق	الإقتراحات	الفئة
			-اللغة العربية الفصحى -اللهجة العامية -اللغة الأجنبية -المزيج اللغوي	فئة اللغة المستخدمة
			-مؤثرات طبيعية -مؤثرات إصطناعية -موسيقى	فئة المؤثرات الصوتية
			-عرض فيديو بالترجمة -عرض فيديو بدون ترجمة	فئة ترجمة الفيديوهات

		<p>أ_الموروث الثقافي المادي :</p> <ul style="list-style-type: none"> -أماكن سياحية -الأكلات التقليدية -الحلويات التقليدية -الألبسة التقليدية -الحلي التقليدي -حرف تقليدية <p>ب_الموروث الثقافي اللامادي:</p> <ul style="list-style-type: none"> -مناسبات و أعياد -اللهجة المحلية -أغاني شعبية -شعر شعبي -رقص شعبي -معزوفات محلية 	<p>فئة الموضوعات المتأولة</p> <p>فئة الأهداف</p>
		<ul style="list-style-type: none"> -الترويج للموروث الثقافي الجزائري والتعريف به -تتمية الوعي لحماية الموروث الثقافي الجزائري -نشر الثقافة المحلية الجزائرية -إرسال رسائل إلى المسؤولين - الحفاظ على الذاكرة و ترسيخ العادات 	

			<p>-بلقاسم و إستر</p> <p>-سكان محليين</p> <p>-مرشد سياحي</p>	<p>فئة</p> <p>الشخصيات</p> <p>الفاعلة</p>
			<p>-إستمالة عقلية</p> <p>-إستمالة عاطفية</p>	<p>فئة</p> <p>الإستمالات</p> <p>الإقناعية</p>
			<p>-الجمهور الخاص</p> <p>-الجمهور العام</p> <p>-الجمهور الأجنبي</p>	<p>فئة الجمهور</p> <p>المستهدف</p>
			<p>-القيم الوطنية</p> <p>-القيم الدينية</p> <p>-القيم الجمالية</p>	<p>فئة القيم</p> <p>المتضمنة</p>

الملحق (3) : قائمة الأساتذة المحكمين :

الرتبة	إسم و لقب الأستاذ(ة)
أستاذ التعليم العالي	عبد القادر بودريالة
أستاذة محاضرة "ب"	لبنى سويقات
أستاذ محاضر "ب"	مسعود قانة

الملحق (4) : صور تبين لقطات شاشة عن فيديوهات للقناة



صورة تعبر عن الأماكن السياحية



3/32 · **ALGERIA 2018**  KasoEst

✕

⋮

⌛ ↺ ↻

⋮

شباب اجانب يختارون الجزائر
كوجهة سياحية في عز الحراك الش..
KasoEst
147 ألف مشاهدة • قبل 6 سنوات

⋮

سائحة إيطالية تتفاجئ بجمال هذه
المدينة الجزائرية وهذا ما قلته عن...
KasoEst
198 ألف مشاهدة • قبل 6 سنوات

⋮

اتحداك ان كنت تعرف هذه المدينة...
KasoEst
63 ألف مشاهدة • قبل 6 سنوات

⋮

شاهد من الداخل صور مطار الجزائر
الدولي الجديدة بمواصفات مطار بر...
KasoEst
129 ألف مشاهدة • قبل 5 سنوات

⋮

الحراك الشعبي الجزائري رمز

⋮

صورة تعبر عن الموروث الثقافي اللامادي