

دور صنّاع المحتوى في الترويج للسياحة الشبابية المحلية بالجزائر وتعزيز روح المغامرة لديهم من خلال منصات مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة تحليلية وصفية لصفحة خبي كواس عبر الأنستغرام

The role of content makers in promoting local youth tourism in Algeria and enhancing their adventurous spirit through social media platforms Descriptive analytical study of Khobei Kawas Instagram page

ريم الفول^{1*}، نوال سعدون²

¹ جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة ، r.elfoul@univ-dbkm.dz

² جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة ، nawel.sadoun@univ-dbkm.dz

تاريخ الاستلام: 2023/08/12 تاريخ القبول: 2023/10/15 تاريخ النشر: 2024/01/20

ملخص:

سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية التطرق إلى دور منصات مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للسياحة الشبابية المحلية بالجزائر من طرف صنّاع المحتوى في الجزائر، وذلك من خلال تحليل مضامين خبي كواس عبر صفحته في الأنستغرام، وذلك نظرا للمحتوى الذي يقدمه لمتابعيه والذي يتجاوز عددهم المليون ونصف مليون متابع، من خلال الترويج لمختلف المناطق في الجزائر وخارجها. تندرج دراستنا هذه ضمن الدراسات التحليلية الوصفية للمضامين الرقمية لخي والتي تروج للسياحة المحلية فقط من جهة، ومن جهة أخرى معرفة مدى مساهمته في تعزيز روح المغامرة من خلال التنقل إلى مختلف الأماكن في الجزائر.

كلمات مفتاحية: صنّاع المحتوى الرقمي؛ الترويج؛ السياحة المحلية؛ السياحة الشبابية؛ روح المغامرة؛ منصات مواقع التواصل الاجتماعي.

* ريم الفول، نوال سعدون

Abstract:

Through this research paper, we will try to address the role of social media platforms in promoting local youth tourism in Algeria by content makers in Algeria, by analyzing the contents of Hebi Kawas through his Instagram page, due to the content he provides to his followers, whose number exceeds one and a half million. Follower, by promoting the various regions in Algeria and abroad. Our study falls within the descriptive analytical studies of the digital contents of Khobei, which promotes local tourism only on the one hand, and on the other hand, the extent to which it contributes to enhancing the spirit of adventure by moving to various places in Algeria.

Keywords: digital content makers; promotion; local tourism; Youth tourism; the spirit of adventure; social networking platforms

1. مقدمة:

يعد القطاع السياحي حاليا من بين أكبر القطاعات الخدمانية في العالم من حيث التصدير، حيث يعد عنصرا رئيسيا من عناصر تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتعد الجزائر من بين الدول التي تعمل على تطوير هذا النوع من الخدمات لما لها من أهمية كبيرة من ناحية التنمية المحلية، خاصة وأن الجزائر من الدول القليلة في العالم التي تتمتع بمناطق جغرافية متميزة ومتنوعة والتي أهمها البحر، والصحراء، والجبال، والهضاب... لذلك تعتبر قضية تنمية وتطوير السياحة المحلية في الجزائر من القضايا المعاصرة والتي يجب على الجهات الوصية أن تضعها كأولوية قصوى .

تطورا تكنولوجيات الإعلام والاتصال (الوسائط الجديدة) وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة كالفيسبوك، والأنستغرام، واليوتوب...، والتي تعد من أهم وسائل الإعلام والاتصال الجديدة الأكثر رواجاً حول العالم، والتي يمكنها الوصول إلى أكبر عدد من المستخدمين خاصة فئة الشباب منهم في

وقت قياسي، هذا ما دفع بالعديد من الدول ومن بينها الجزائر إلى الاهتمام بهذه الفئة من جهة والمواقع الاتصالية الافتراضية من جهة أخرى من أجل تحقيق التنمية الشاملة وفي مقدمتها تحقيق التنمية السياحية وخصوصا السياحة المحلية.

1- الإطار المنهجي للدراسة:

- إشكالية الدراسة: مما سبق يمكننا طرح التساؤل التالي:

ما دور صفحة صانع المحتوى خبي كواس عبر الأنستغرام في الترويج للسياحة الشبابية المحلية وتعزيز روح المغامرة لدى متابعيه؟

- تساؤلات الدراسة:

- فيما تتمثل أهم المضامين السياحية المحلية التي روح لها صانع المحتوى خبي كواس من خلال صفحته على الانستغرام؟

- هل نجح فعلا صانع المحتوى خبي كواس عبر صفحته على الأنستغرام في الترويج للسياحة المحلية؟

- ما هي المناطق السياحية المحلية التي نجح خبي كواس في ترسيخها لدى أفراد العينة؟

- أهمية الدراسة:

تعود أهمية الدراسة في الموضوع المتناول في حد ذاته، الذي يتطرق إلى دور صناع المحتوى من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للسياحة الشبابية المحلية وتعزيز دور المغامرة لدى المستخدمين الافتراضيين، ودوره في ترسيخ الصورة الذهنية للسياحة المحلية.

- عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات:

اعتمدنا على العينة القصدية أو الغرضية والتي تتمثل في الشباب المستخدمين للأنستغرام والمتابعين للصفحة الرسمية لخبي كواس، كما اعتمدنا في دراستنا هذه على الأساليب الكمية والنوعية، وبناء على طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى للوصول إليها، فقد استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي، وهذا من أجل وصف الظاهرة المدروسة والتعبير عنها كميا وكيفيا، وقد جمعت هذه الدراسة بين الأسلوبين النوعي والكمي، من أجل جمع البيانات.

عنوان المقال: دور صناع المحتوى في الترويج للسياحة الشبابية المحلية بالجزائر وتعزيز روح المغامرة لديهم من خلال منصات مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية وصفية لصفحة خبي كواس عبر الأنستغرام

كما جمعنا البيانات الإحصائية من خلال الاستمارة الإلكترونية المرسله لمتبعي صفحة صانع المحتوى خبي.

- مجتمع الدراسة: مجتمع الدراسة المستهدف يتمثل في الشباب المستخدمين لموقع الأنستغرام والمتبعين للصفحة الرسمية لخبي كواس عبر الأنستغرام.

- حجم عينة الدراسة: بعد توزيع الاستمارة لأكثر من 500 مستخدم، وصلنا سوى 100 إستمارة مملوءة.

2- البناء النظري لموضوع الدراسة:

صناعة المحتوى، هي صناعة المحتوى الموجودة على شبكة الأنترنت متمثلا في الكم الهائل من المعلومات التي يحتاجها الإنسان في حقول المعرفة المختلفة من العلوم الإنسانية والتطبيقية، منظمة ومصنفة في بنوك معلومات ومواقع شركات ومواقع الجامعات ومراكز البحوث، كما يشمل أيضا الصحف والمجلات، والمكتبات... والمحتوى متاح بعدة لغات بعدد لغات مستخدمي الأنترنت في العالم إلا أن المحتوى باللغة الإنجليزية يحتل المساحة الأكبر والأكثر تنوعا وثراء.¹

كما يمثل المحتوى المعلوماتي الأكاديمي جزءا مهما من الإنتاج الفكري لكل دولة، ليس من الناحية الكمية فحسب، وإنما من الناحية النوعية التي تربط بجودة المحتوى وسلامة المنهجية ودقة النتائج. وفرض قيود مادية وقانونية على نشر ذلك النوع من الإنتاج الفكري قد يؤدي إلى محدودية الاستفادة منه، وحصره في فئة دون أخرى، لذا فقد ظهرت مبادرات كثيرة تحت المؤسسات الأكاديمية والباحثين فيها على إتاحة نتاجهم العلمي على الأنترنت مجانا وبدون قيود.²

¹ سليمان رايح الشريف صالح ونزار محمد إبراهيم الزبير، واقع صناعة المحتوى الإعلامي في ليبيا وتحدياته " دراسة استكشافية لعينة من صناع محتوى الإعلام الرقمي"، مجلة جامعة بنغازي العلمية، دار الكتب الوطنية، المجلد 35، 2018، ليبيا، ص 86.

² المرز عبد الله بن ابراهيم النشر الأكاديمي في مصادر الوصول الحر ودوره في إثراء المحتوى العربي على شبكة الأنترنت، مجلة اعلم، العدد 11، 2012، ص 121

ويعد صناع المحتوى بمثابة العقل المدبر لجذب الزوار والمتابعين عبر صناعة محتوى مميز، حيث يشارك صناع المحتوى المعلومات المرئية أو المكتوبة سواء بغرض التعليم أو الترفيه لعرضها على الوسائل الإعلامية المختلفة. وتشمل مهامه المتنوعة كتابة المقالات والتدوينات والفيديوهات، والإعلانات ومحتوى المواقع، منشورات مواقع التواصل الاجتماعي.

ومن أهم الأبعاد والدوافع نحو صناعة المحتوى الرقمي نجد:

- **البعد الإقتصادي:** حيث تحقق صناعة المحتوى عوائد مرتفعة وتزايد لاستيراد منتجات صناعة المحتوى نتيجة للأعباء الإضافية المرتبطة بالملكية الفكرية خاصة في ظل التوجه نحو مد نطاق الحماية للملكية الفكرية، وإن موارد المحتوى المجانية على الأنترنت لا تغني بالمرّة عن إنتاج محتوى عالي الجودة يلي المطالب المحلية وذلك يتحقق باطراد أهميتها في اقتصاديات الدول.

- **البعد التكنولوجي:** هناك نقلة نوعية ستم بين الأنترنت والتلفزيون ويتم النقل لهذه المحتويات عبر شبكات نقل ذات السعات العالية مما يتطلب محتوى رقمي جديد.

- **البعد التربوي:** صناعة المحتوى والإهتمام به عنصر أساسي لعملية التربية والتعلم في ظل اقتصاد المعرفة ومجتمع المعلومات، فهي وسيلة تحقيق غايات أربع وفقا لتقرير اليونسكو وهي: تعلم لتعرف، تعلم لتعلم، تعلم لتكون، تعلم لتشارك الآخرين

- **البعد السياسي:** بدأت تظهر ملامح لخريطة سياسية عالمية جديدة على أساس المصالح المعلوماتية، حيث يتجه العالم في ظل العولمة ومجتمع المعلومات العالمي لتكوين تكتلات سياسية ذات أبعاد معلوماتية وتكنولوجية، تعد صناعة المحتوى عنصرا أساسيا فيها، وهي تنطلق في ذلك من بعد المحتوى والذي يركز على وحدة اللغة والثقافة والمصالح الاقتصادية المشتركة وبالتالي يتجه المحتوى ليكون محورا هاما في بنية الخريطة السياسية العالمية كونه منطلقا هاما للتحالفات السياسية والاقتصادية.

- **البعد الاجتماعي:** صراع الثقافات في ظل العولمة تتجه نحو التأثير السلبي على بعض المجتمعات وإفقادها هويتها والتأثير على تناسق المجتمع بفئاته المختلفة مما يتطلب سد الفجوة الرقمية داخل المجتمع من خلال إنتاج محتوى محلي لخدمة جميع الفئات وتلبية المتطلبات الخاصة بالمجتمعات السكانية.

عنوان المقال: دور صناع المحتوى في الترويج للسياحة الشبابية المحلية بالجزائر وتعزيز روح المغامرة لديهم من خلال منصات مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية وصفية لصفحة خبي كواس عبر الأنستغرام

- البعد الثقافي: نشر الثقافة المحلية للمجتمعات والبلدان والترويج لها وعولمتها.

- البعد الإعلامي: أدى التطور المعلوماتي لحدوث نقلة نوعية في مفهوم الإعلام الحديث بحيث

أصبح تفاعليا فصار الحوار الإعلامي إيجابيا بين المرسل والمستقبل وليس مجرد بث من اتجاه واحد، وتم الاستفادة من تطبيقات الإعلام بصورته الحديثة في جوانب أخرى مثل التعليم عن بعد والترفيه واسترجاع المعلومات والتراسل وعقد المؤتمرات.

- البعد اللغوي: صناعة المحتوى ترتبط باللغة واللغة الأكثر انتشارا واستخداما تستطيع السيطرة

وفرض الثقافة من خلالها، ولهذا تتجه العديد من البلدان للاهتمام بصناعة المحتوى لتحافظ على ثقافتها وهويتها ووجودها وتحفظ لغتها وتوسع من انتشارها ما أمكن.

- البعد المعرفي: صناعة المحتوى تهتم بالتعامل مع المعرفة أي المعلومات بالإضافة الخبرات وبالتالي

فإن تلاقح المعلومات والخبرة التي تتيح صناعة المحتوى تجعل الاهتمام بصناعة المحتوى أمر هام وضروري سواء المنتج أو المستخدم.

- البعد الفني الإبداعي: تتيح تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها آفاقا واسعة في تطوير القدرات

الإبداعية والفنية وإعادة إنتاج وعرض الأعمال الفنية والإبداعية بصور متعددة.

- البعد الأمني: تتيح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لمختلف الجماعات في العالم عرض أفكارها

التي قد تكون بعضها هداما لأخلاقيات مجتمعات أخرى كما تتيح نظم الاتصال الشبكي المعلوماتي نقل معلومات خطيرة لربط جماعات العنف وتنفيذ أعمال تهدد أمن المجتمعات.

وبما أن صناعة المحتوى لها علاقة مباشرة مع المواقع الالكترونية والتي بدورها هذه المواقع

يمكنها أن تروج للسياحة المحلية بترسيخ صورة الوجهة السياحية الحسنة، فيمكننا القول أن صورة الوجهة السياحية هي تلك الانطباعات التي تنشأ في تصور وعقول السياح حول المكان الذي تتواجد به الخدمة السياحية³ ، والتي تضم كل أشكال التنظيم والتشغيل السياحي التي تتم في حدودها الجغرافية من نقل،

³ Jalilvand, M. R, Examining the structural relationships of electronic word of mouth, destination image, tourist attitude toward destination and travel intention: An

فنادق، خدمات مالية وأماكن الترفيه السياحي، حيث غيرت شبكة الإنترنت جذريا الممارسات التشغيلية والإستراتيجيات التسويقية الخاصة بالوجهات السياحية على حد سواء، حيث أنها أعطت لهيئات تسيير الوجهات السياحية ومؤسساتها السياحية المرونة في إستراتيجياتها لتسويقية لهذه الوجهة والخاصة بجذب وبيع خدماتها السياحية إلكترونيا للسائح مستخدم الإنترنت، وبالتالي زيادة القدرة التنافسية للوجهة السياحية في السوق السياحي العالمي⁴.

ومن أكثر المواقع الإلكترونية استخداما نجد مواقع التواصل الاجتماعي والتي هي عبارة عن مواقع رقمية على الانترنت تتيح للمستخدمين بها إنشاء صفحات خاصة بهم يشتركون من خلالها مع آخرين بمواد متنوعة نصية وسمعية ومرئية وأشياء مختلفة⁵.

كما تعتبر هذه الشبكات الأكثر انتشارا على شبكة الإنترنت لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى، مما شجع متصفح الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها بالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها الشبكات الاجتماعية على الدوام، من تلك الانتقادات التأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري وتفككه، لكن في المقابل هناك من يرى فيها وسيلة مهمة للتنامي والالتحام بين المجتمعات، و تقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر، والإطلاع على ثقافات الشعوب المختلفة، إضافة لدورها الفاعل والمتميز كوسيلة اتصال الانتفاضات الجماهيرية⁶.

3- البناء التطبيقي لموضوع الدراسة:

integrated approach. Journal of Destination Marketing and Management, Volume 01,2012, P 136.

⁴ Ndou, V and Petti, C, DMS business models designs and destination configurations: Choice and implementation issues. International journal of information Technology and Tourism, Volume 09, 2007, P 04.

⁵ الغفيلي فهد، الإعلام الرقمي: ماهيته، أنواعه، آثاره، الإدارة العامة للأمن الفكري، السعودية، 2017، ص 32.

⁶ الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفييس بوك وتويتر نموذجاً" دراسة

ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة. مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع.

عنوان المقال: دور صناع المحتوى في الترويج للسياحة الشبابية المحلية بالجزائر وتعزيز روح المغامرة لديهم من خلال منصات مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية وصفية لصفحة خبي كواس عبر الأنستغرام

توصلنا في الدراسة الوصفية التي سلطنا الضوء من خلالها على دور مضامين صفحة صانع المحتوى خبي للترويج للسياحة المحلية في الجزائر وتعزيز روح المغامرة لدى الشباب المتابع لهذه الصفحة والتي بها حوالي مليون و7000 متابع ما يلي:

- تحمل واجهة الصفحة في الأنستغرام صورة صانع المحتوى، إضافة إلى كل المعلومات الخاصة به، من اسمه الكامل باللغتين " خبي كواس"، ورابط قناته على اليوتوب.

- زار صناع المحتوى الكثير من الدول خارج الجزائر، وفي مختلف القارات، إفريقيا، آسيا، أوروبا... والعديد من الولايات بداخل الجزائر.

- نجد في الواجهة كل صوره وفديوهات والتي نلاحظ من خلالها حبه للسفر والتعريف بمختلف المناطق السياحية وحبه لروح المغامرة كذلك، وحبه لعمله من خلال هذا الفضاء الرقمي الافتراضي وأكبر دليل على ذلك أنه حاز على جائزة أفضل صانع محتوى في العالم لعام 2022.

- في الصفحة الرسمية لخبي عبر الأنستغرام يروج لمنطقة معينة ببث بعض الصور والفيديوهات المختصرة، وهي طريقة تحت المتبعين للولوج إلى منصة أخرى (اليوتوب) لمشاهدة الفيديوهات الطويلة (أي مشاهدة الرحلة كاملة من خلال الفلوق VLOGS).

- من أهم وجهاته في الجزائر نجد (بداية من آخر منشورة له عبر صفحته على الأنستغرام):

الجدول رقم (1): الوجهات السياحية المحلية التي روج لها خبي من خلال صفحته على

الأنستغرام

الوجهة السياحية المحلية:	العنصر المروج له	سنة النشر عبر الصفحة	عدد الإجابات بالمنشور	عدد التعليقات
بوسعادة	الثقافة المحلية	07 أكتوبر 2022	195688	3790

1385	156275	03 أوت 2022	شاطئ صبيات	بعين تيموشنت
2059	156139	09 جويلية 2022	السيخة	وهراڻ (مسرغين)
2102	173169	25 جوان 2022	كنيسة سونتاكروز	وهراڻ
4459	302790	24 جوان 2022	مدينة وهران	وهراڻ
1430	182078	02 ماي 2022	جامع الجزائر	الجزائر العاصمة
4329	189872	02 أبريل 2022	مقام الشهيد	الجزائر العاصمة
604	51124	08 أبريل 2021	الجسور المعلقة	قسنطينة
143	53741	06 مارس 2020	La place d'armes	عنابة
153	16432	10 فيفري 2020	راس الكاربون-بما قورايا	بجاية
268	51279	08 فيفري 2020	المدينة	بجاية
73	43426	23 جانفي 2020	المناطق الصحراوية	جاناڻ
144	12762	14 ديسمبر 2029	المناطق الصحراوية	حاسي مسعود

تم إعدادها من طرف الباحثين يوم 01 فيفري 2023

نلاحظ من خلال الجدول رقم 01، أن صانع المحتوى خبي زار العديد من المدن الجزائرية والتي روج لها من خلال مختلف منشوراته على الانستغرام، والذي يتجاوز عدد متابعيه أكثر من مليون و7000 متابع، كما نلاحظ من خلال هذا الجدول أن نسبة المشاركة بالتعليقات والإعجاب بالمنشورات زاد في المنشورات الأخيرة وهذا راجع إلى عدد المتابعين الذي زاد، أي كلما زاد عدد المتابعين زاد عدد الإعجاب بالمنشورات والتعليقات، وتفاعل المستخدمين مع مضامين صانع المحتوى.

كما أن محتوى خبي، يروج لمختلف المناطق في العالم (مناطق محلية ودولية)، كما أنه روج للعديد من المدن الجزائرية والتي تعد وجهة سياحية بامتياز، خاصة المدن الكبرى كالعاصمة أكيد، وهران، قسنطينة... إضافة إلى المناطق الغير المعروفة كثيرا كشاطئ صبيان بولاية عين تيموشنت، وأخيرا الصحراء الجزائرية الجميلة الساحرة.

عنوان المقال: دور صناع المحتوى في الترويج للسياحة الشبابية المحلية بالجزائر وتعزيز روح المغامرة لديهم من خلال منصات مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية وصفية لصفحة خبي كواس عبر الأنستغرام

ومن خلال تحليلنا للصفحة نلاحظ أن خبي كواس استعمال مختلف التعليقات تحت منشوراته تحت على السياحة المحلية وتعزز روح المغامرة باللغة العربية والدارجة والانجليزية مثلا: جاهزين للمغامرة؟ هل أعجبتكم اللقطات؟ المدينة الفلانية... ما رأيكم؟...

بالإضافة إلى إتاحتها خاصة المشاركة لمتابعيه للمنشورات المختلفة والتي تبرز التجاوب مع مضامين المحتوى الرقمي وكذلك خاصية الإعجاب والتعليق على المنشورات والتي عددها كبير جدا، هذا ما يدل على الإعجاب بالمضمون الترويجي السياحي.

بعد استرجاع الاستثمارات الإلكترونية التي وزعت على الشباب المستخدمين لموقع الأنستغرام، والمتبعين للصفحة الرسمية لخبي كواس توصلنا إلى النتائج التالية:

الجدول رقم 02: مدى استفادة أفراد العينة لمضامين صفحة خبي

المجموع	لا	نعم	هل استفدت من مضامين صفحة خبي
100	23	77	التكرار
%100	%23	%77	النسبة

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه، أن 77% من أفراد العينة استفادوا من مضامين الصفحة الرسمية لصانع المحتوى خبي عبر الأنستغرام، في حين نجد 23% يقولون العكس.

وهذا ما تؤكد نسبة المتبعين لديه من جهة والتي تفوق المليون و7000 متابع من جهة، ومن جهة أخرى المحتوى الهادف الذي يروج له خبي وطريقة عرضة للمضامين، فنشعر من خلال مضامينه أنه مولع بالسفر، يجب المغامرة وحب التعرف على مناطق وشعوب جديدة وهذا ما يغرسه في المتلقي بطريقة أو بأخرى.

الجدول رقم 03: يمثل العنصر الأساسي الذي أعجب به أفراد العينة من خلال صفحة خبي

الرسمية

المجموع	التنقل من بلد إلى آخر من خلال مضمون الالكتروني	روح المغامرة	طريقة العرض	ما الذي أعجبك بكثرة في هذه الصفحة؟
100	21	55	24	التكرار
%100	%21	%55	%24	النسبة

نلاحظ من خلال الجدول رقم 03، أن 55% من الشباب المستخدم والمتتبع لصفحة خبي أعجبوا بروح المغامرة من خلال هذه الصفحة الافتراضية السياحية، في حين 24% منهم أعجبوا بطريقة عرض والترويج للمناطق السياحية من طرف صانع المحتوى، أما 21% منهم اعجبوا من خلال المضمون الذي يتركهم يسافرون من منطقة إلى أخرى افتراضيا.

ومن خلال نتائج الجدول، يمكننا القول أن خبي نجح في جلب المستخدمين والسبب الرئيسي هو روح المغامرة التي نراها من خلال مضامينه، وذلك بتسيخ الصورة الذهنية الحسنة للسياحة المحلية والترويج لها من خلال إبراز عنصر المغامرة واكتشاف المناطق السياحية المحلية كشاطئ صبيات لولاية عين تيموشنت.

الجدول رقم 04: المناطق المروج لها من طرف صانع المحتوى خبي والتي أعجب بها أفراد العينة

بكثرة

المجموع	خارج الجزائر	داخل الجزائر	ما هي المناطق التي أعجبتك بكثرة؟
100	85	15	التكرار
%100	%85	%15	النسبة

نلاحظ من خلال الدول أعلاه، أن متتبعي صفحة خبي أعجبوا بالمناطق السياحية أكثر من المناطق المحلية بنسبة 85% .

عنوان المقال: دور صناع المحتوى في الترويج للسياحة الشبابية المحلية بالجزائر وتعزيز روح المغامرة لديهم من خلال منصات مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية وصفية لصفحة خبي كواس عبر الأنستغرام

الجدول رقم 05: المدينة المحلية الجزائرية التي ترسخت لدى أفراد العينة من خلال مضامين

الانستغرام التي تنشر من طرف صانع المحتوى خبي

المجموع	أخرى	صحراء الجزائر	وهران- عين تيموشنت (الغرب الجزائري)	العاصمة	قسنطينة	ما هي المدينة الجزائرية التي زارها خبي وترسخت في ذهنك
100	05	27	21	23	24	التكرار
%100	%05	%27	%21	%23	%24	النسبة

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن المدينة الجزائرية التي ترسخت لدى أفراد العينة من خلال المضامين المنشورة عبر الفضاء الافتراضي الانستغرام، والتي صاحبها صانع المحتوى خبي، هي صحراء الجزائر بنسبة 27%، ثم تليها قسنطينة بنسبة 24%، ثم اعاصمة بنسبة 23%، وأخيرا الغرب الجزائري بنسبة 21%.

نلاحظ تقارب في النسب بالنسبة للمدينة المحلية الأكثر إعجابا لدى المستخدمين، وتأخذ الصدارة صحراء الجزائر الساحرة والتي تعد من أهم الوجهات السياحية في الجزائر بالنسبة للجزائريين والأجانب، كما تعد من أفضل مناطق الجذب السياحي في الجزائر، تتسم بالمساحات الرملية الشاسعة، كما تشتهر بواحاتها التي تعد من أهم تراث الجنوب الجزائري، إضافة إلى الرسومات المتواجدة بها والتي رسمت من طرف الإنسان البدائي، كما توفر نشاطات سياحية بامتياز، كالتزلج على الرمال، وزيارة مختلف المناطق السياحية، ككنيسة شارل فوكو، المرحومة، ... بالإضافة إلى مختلف المعالم التاريخية وتسلق قمم الأرج للاستمتاع بغروب وطلوع الشمس.

4- خلاصة عامة :

استطاع صانع المحتوى الرقمي خبي من خلال مختلف مضامينه المنشورة في الصفحة الرسمية عبر الانستغرام ترسيخ السياحة لدى متابعيه الذين ابدوا إعجابهم بمختلف الفيديوهات لمختلف الوجهات السياحية التي روح لها صانع المحتوى، كما انه نجح في تعزيز روح المغامرة وكذا ترسيخ صورة ذهنية حسنة

السياحة المحلية بالجزائر والترويج لمختلف الأماكن السياحية خاصة الصحراوية التي أصبح يتجه بها العديد من الشباب بعد متابعتهم لمختلف المضامين المتعلقة بالأماكن الصحراوية، وهذا ما لاحظناه في العديد من التعليقات، هذه المناطق التي كان الشباب يتعدون عن زيارتها ويفضلون المناطق الساحلية لاعتقادهم بأنها مناطق حارة ولا توجد بها حياة بالإضافة إلى مختلف الظروف المناخية التي تسودها، لكن وبعد قيام خبي بالترويج لمنطقة الجنوب تغيرت رؤيتهم وأصبح العديد من الشباب يقومون بزيارتها واكتشاف جزء كبير من بلدهم والتعرف عليه.

5- قائمة المراجع:

● الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفييس بوك" وتويتر نموذجا "دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة. مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع.

● الغفيلي فهد، الإعلام الرقمي: ماهيته، أنواعه، آثاره، الإدارة العامة للأمن الفكري، السعودية، 2017.

● المبرز عبد الله بن ابراهيم النشر الأكاديمي في مصادر الوصول الحر ودوره في إثراء المحتوى العربي على شبكة الأنترنت، مجلة اعلم، العدد11، 2012.

● سليمان رابع الشريف صالح ونزار محمد إبراهيم الزبير، واقع صناعة المحتوى الإعلامي في ليبيا وتحدياته " دراسة استكشافية لعينة من صناع محتوى الإعلام الرقمي"، مجلة جامعة بنغازي العلمية، دار الكتب الوطنية، المجلد35، 2018، ليبيا.

● محمد لبيب شائف، صناعة المحتوى: المفهوم والبنية ومقومات تطورها، ورقة مقدمة إلى منتدى تقنية المعلومات والاتصالات الخامس المرافق لمعرض، 2006.

● Jalilvand, M. R, Examining the structural relationships of electronic word of mouth, destination image, tourist attitude toward destination and travel intention: An integrated approach. Journal of Destination Marketing and Management, Volume 01,2012.

عنوان المقال: دور صناع المحتوى في الترويج للسياحة الشبابية المحلية بالجزائر وتعزيز روح المغامرة لديهم من خلال منصات مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية وصفية لصفحة خبي كواس عبر الأنستغرام

- Ndou, V and Petti, C, DMS business models designs and destination configurations: Choice and implementation issues. International journal of information Technology and Tourism, Volume 09, 2007.