

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
جامعة صالح بونيدر قسنطينة 3  
كلية علوم الإعلام و الإتصال و السمعي البصري



القسم : السمعي البصري

الرقم التسلسلي : .....

الرمز : .....

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر

التخصص : سمعي بصري

الشعبة : علوم الإعلام و الإتصال

**تأثير صناع المحتوى في الترويج للسياحة من خلال مواقع  
التواصل الاجتماعي**

دراسة ميدانية على عينت من متابعي صفحات خبيب كواس

إشراف الأستاذ :

بوعناقة سفيان

إعداد الطالبين :

صنور يوسف إسلام

شماع عبد الجليل

السنة الجامعية : 2021 / 2022

دورة جوان 2022

ملخص الدراسة :

تتعلق هذه الدراسة من العنوان : تأثير صناعات المحتوى في الترويج للسياحة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي, و تهدف إلى معرفة التأثيرات و الإشباعات المُحقَّقة من طرف صناعات المحتوى في الترويج للسياحة, من خلال مواقع التواصل الاجتماعي, و الأساليب المُستعملة في ذلك, و أيضا التعرف على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي, و كيفية إستغلالها من طرف الشركات التي تستعين بصناعات المحتوى لتحقيق الترويج. حيث تنتمي دراستنا إلى الدراسات الوصفية, و التي إعتدنا فيها على المنهج الوصفي , و أُجريت على عينة من متابعي صفحات خبيب كواس على مواقع التواصل الاجتماعي, إعتدنا فيها على الإستبيان الإلكتروني, و خلصت هذه الدراسة الى عدة نتائج منها :

أن صناعات المحتوى خبيب كواس ساهم في الترويج للسياحة من خلال المحتوى الهادف الذي يقدمه, و الذي حقق نجاحا باهرا في إستقطاب جميع فئات و شرائح المجتمع من خلال جمال طريقته الترويجية, و غرابة و متعة الأماكن التي يروج لها, حيث أصبح حديث الساعة, و مرجعا لكل سائح

الكلمات المفتاحية :

صناعات المحتوى, الترويج السياحي, مواقع التواصل الاجتماعي, صفحات خبيب كواس

**Résumé de l'étude :**

Cette étude part du titre: l'influence des créateurs de contenu dans la promotion du tourisme à travers les sites de réseautage social, et vise à connaître les effets et les gratifications obtenues par les créateurs de contenu dans la promotion du tourisme, à travers des sites de réseautage social, et les méthodes utilisées dans ce domaine, ainsi que l'identification divers sites de réseautage social, et comment les exploiter par les entreprises qui utilisent des créateurs de contenu pour réaliser la promotion .

Là où notre étude appartient aux études descriptives, dans lesquelles nous nous sommes appuyés sur le curriculum descriptif, et menées sur un échantillon d'adeptes des pages de Khabib Kouas sur les sites de réseautage social, nous nous sommes appuyés sur le questionnaire électronique, Cette étude a conclue plusieurs résultats, notamment :

Le créateur de contenu Khabib Kouas a contribué à la promotion du tourisme à travers le contenu ciblé qu'il fournit, qui a connu un grand succès en attirant toutes les catégories et segments de la société grâce

à la beauté de sa méthode promotionnelle, l'étrangeté et le plaisir des lieux qu'il promeut, où il est devenu le sujet de chaque touriste

**Mots clés :**

Créateurs de contenu, promotion du tourisme, sites de réseautage social, pages Khabib Kouas

**Study summary :**

This study starts from the title: the influence of content makers in promoting tourism through social networking sites, and aims to know the effects and gratifications achieved by content makers in promoting tourism, through social networking sites, and the methods used in this, as well as identify social networking sites, and how to exploit them by companies that use content makers to achieve promotion .

Where our study belongs to the descriptive studies, in which we relied on the descriptive curriculum, and conducted on a sample of followers of Khabib Kouas pages on social networking sites, we relied on the electronic questionnaire, This study concluded several results, including :

The content creator Khabib Kouas contributed to the promotion of tourism through the purposeful content he provides, which has achieved great success in attracting all categories and segments of society through the beauty of his promotional method, and the strangeness and fun of the places he promotes, where he has become the talk of the hour, and a reference for every tourist

**Key words :**

Content creators, tourism promotion, social networking sites, Khabib Kouas pages

الصفحة	المحتوى	
	شكر و عرفان	
	إهداء	
	الفهرس	
أ - ب	المقدمة	
	الفصل الأول : موضوع الدراسة و إجراءاتها المنهجية	
13-11	إشكالية الدراسة	-1
13	تساؤلات الدراسة	-2
14	أسباب إختيار الموضوع	-3
14	أهمية الدراسة	-4
15	أهداف الدراسة	-5
19-15	منظور الدراسة	-6
21-20	تحديد مفاهيم الدراسة	-7
26-22	الدراسات السابقة	-8
27	منهج الدراسة	-9
28	مجتمع و عينة الدراسة	-10
29	أدوات جمع البيانات	-11
30	الإطار المكاني و الزماني و البشري للدراسة	-12
	الفصل الثاني : صناعة المحتوى و شبكات التواصل الاجتماعي	

31	تمهيد	
	شبكات التواصل الإجتماعي	-1
32	تعريف شبكات التواصل الإجتماعي	1-1
34-33	تاريخ ظهور شبكات التواصل الإجتماعي	2-1
35-34	مجالات إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي	3-1
38-35	خصائص مواقع التواصل الإجتماعي	4-1
39-38	سلبيات و ايجابيات مواقع التواصل الإجتماعي	5-1
40-39	أهم مواقع التواصل الإجتماعي	6-1
	المؤثرين ( صناع المحتوى ) في مواقع التواصل الإجتماعي	-2
43-41	تاريخ ظهور المؤثرين	1-2
44 - 43	أنواع المؤثرين	2-2
45	خلاصة	
	الفصل الثالث : الترويج السياحي	
46	تمهيد	

49-47	تعريف السياحة	-1
50-49	نشأة و تطور السياحة	1-1
51-50	عناصر و مقومات السياحة	2-1
51	أهمية السياحة	3-1
52	دوافع السياحة	4-1
	الترويج السياحي	-2
52	تعريف الترويج	1-2
53 - 52	تعريف الترويج السياحي	2-2
54 - 53	أهمية الترويج السياحي	3-2
55 - 54	أهداف الترويج السياحي	4-2
56 - 55	عناصر الترويج السياحي	5-2
57	إستراتيجية الترويج السياحي	6-2
58 - 57	الفرق بين الترويج السياحي و الترويج السلعي	7-2
	الترويج السياحي من خلال المؤثرين و مواقع التواصل الاجتماعي	-3
58	مفهوم الترويج عبر مواقع التواصل الاجتماعي	1-3
59 - 58	الترويج عبر المؤثرين	2-3
61 - 59	أهم وسائل الترويج من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	3-3
62	مميزات الترويج السياحي عبر مواقع التواصل الاجتماعي	4-3
63	خلاصة	
	الفصل الرابع : تحليل و مناقشة بيانات الدراسة و نتائجها	
64	التمهيد	

65	التعريف بخبيب كواس	-1
99 - 66	عرض و تحليل البيانات	-2
104-100	النتائج العامة للدراسة	-3
105	خاتمة	
106	توصيات	
111-107	قائمة المراجع	
117-112	الملاحق	