

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونيدر قسنطينة 03



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

القسم: السمعي البصري

الرقم التسلسلي: .....

الرمز: .....

مذكرة لنيل شهادة ماستر

دور المؤثرين الجزائريين على اليوتيوب في الترويج للسياحة الداخلية

- دراسة تحليلية لعينة من فيديوهات قناة Mohamed Djamel Taleb

إشراف الأستاذة:

د. لمين إيمان

إعداد الطالبتين:

منجة آمال

بوزيان رقية

السنة الجامعية: 2021 / 2020

دورة جوان 2021

## الملخص:

تحمل هذه الدراسة عنوان: "دور المؤثرين الجزائريين على اليوتيوب في الترويج للسياحة الداخلية"، وهي عبارة عن دراسة تحليلية لقناة محمد جمال طالب على اليوتيوب، والتي يروج من خلالها للسياحة بنوعيتها.

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أساليب الإقناع التي يستخدمها هذا المؤثر في الترويج للسياحة الداخلية، وأيضاً التعرف على مدى المشاركة النشطة على قناته من خلال الاعتماد على تحليل المضمون كأداة للدراسة، وإتباع المنهج الوصفي، وتطبيق العينة القصدية، وقد توصلت الدراسة التحليلية إلى مجموعة من النتائج أهمها:

أن المؤثر محمد جمال طالب ساهم في الترويج للسياحة الداخلية، والتعريف بمناطق أثرية وتاريخية غير معروفة لدى الجزائريين أنفسهم، بالاعتماد على الأسلوب الدعائي، واستخدام اللغة العامية بهدف استقطاب أكبر شريحة من رواد مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة اليوتيوب، كما ركز هذا المؤثر على العناوين الجذابة بهدف لفت الانتباه إلى محتوياته، وهذا ما أكدته التعليقات الايجابية الموجهة لصاحب القناة في فيديوهات.

## الكلمات المفتاحية:

المؤثرين - اليوتيوب - الترويج - السياحة الداخلية - قناة Mohamed Djamel Taleb

## **Résumé :**

Cette étude s'intitule " le rôle des influenceurs sur youtube dans la promotion du tourisme intérieur ", et c'est une étude analytique la chaine de Mohamed Djamel Taleb étudiant sur youtube, dans laquelle il fait promouvoir les deux type de tourisme.

Cette étude a pour but de démonter les méthodes persuasives utilisées par cet influenceur pour le tourisme intérieur, et aussi connaître le taux de participation et interaction sur sa chaîne en se basant sur l'analyse du contenu comme moyen d'étude, et suivre la méthode descriptive et l'application d'un échantillon désigné, cette étude analytique a démontré plusieurs résultats dont :

L'influenceur Mohamed Djamel Taleb l'étudiant a participé dans la promotion du tourisme intérieur, et faire connaître des zones archéologiques inconnues chez les algériens eux mêmes, en utilisant la publicité ayant l'argot comme moyen de communication afin d'attirer le plus des abonnés sur les réseaux sociaux possible, surtout le youtube, c'est youtubeur s'est appuyé sur les titres attractifs afin d'attirer l'attention sur les contenus qu'il publie, ce qui s'est confirmé par les commentaires et retours positifs à l'égard du propriétaire de la chaîne.

Les mots clés :

Influenceurs – Youtube – Promotion – Tourisme domestique – Chaîne Mohamed Djamel Taleb

## **Summary :**

The study which entitled "the Role of Algerian Influencers on youtube in domestic tourism ", It is an analytical study of Mohamed Djamel Taleb, youtube channel, through which the promotes tourism with its two types :

This study aims to shed light on the methods of persuasion used by this influencer in promoting domestic tourism, and also to identify the extent of active participation on this channel by relying on content analysis as a study tool, and following the descriptive approach and applying the international sample, the most critical results are :

Because the influences is the use of propaganda, and the use of the colloquial atmosphere are used for the purposes of attracting more social media pioneers, and this youtube, drawing attention to what was reported about what it received from it.

Key Word : influencers – youtube – promotion – Domestic tourism – Mohamed Djamel Taleb channel.

الصفحة	فهرس المحتويات
	الشكر
	الإهداء
	ملخص الدراسة
أ - ت	مقدمة
موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية	
موضوع الدراسة	
11 - 9	تحديد المشكلة
12 - 11	أهمية وأسباب اختيار الموضوع
12	أهداف الدراسة
22 - 13	براديعم الدراسة
27 - 22	مفاهيم الدراسة
33 - 27	الدراسات السابقة
الإجراءات المنهجية	
33	مجال الدراسة
37 - 33	مجتمع وعينة البحث
37	المنهج
41 - 38	أدوات جمع البيانات
الفصل الثاني: المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	
المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي	
42	تمهيد
43	مفهوم المؤثرين
44 - 43	الخلفية التاريخية للمؤثرين
46 - 45	خصائص المؤثرين
49 - 47	أنواع المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي

51	معايير تحدي المؤثرين
مجالات المؤثرين ودورهم على مواقع التواصل الاجتماعي	
58 - 52	مجالات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي
59 - 58	تأثير المؤثرين
63 - 60	عائدات المؤثرين
64 - 63	دور المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي
68 - 64	أهم المؤثرين على اليوتيوب في الجزائر
71 - 69	مستقبل المؤثرين
الترويج السياحي عبر المؤثرين	
72	مفهوم الترويج عبر المؤثرين
73 - 72	عناصر الترويج السياحي
76 - 73	وظائف الترويج السياحي وأهدافه
78 - 76	أسباب الترويج عبر المؤثرين
80 - 78	أهمية وأنواع الترويج السياحي
اليوتيوب والسياحة	
82 - 81	مميزات اليوتيوب
82	التقنية المستخدمة في اليوتيوب
83	المصادقية في اليوتيوب
84 - 83	التسويق السياحي عبر مواقع التواصل الاجتماعي
85 - 84	أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة السياحة
86	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الدراسة التحليلية	
87	تمهيد
89 - 88	بطاقة تعريفية لقناة Mohamed Djamel Taleb
89	التعريف بصاحب القناة Mohamed Djamel Taleb

90	تحليل الفئات
101 - 90	فئات الشكل
112 - 101	فئات المضمون
114 - 113	نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات
115	نتائج العامة للدراسة
116	آفاق الدراسة
124 - 117	قائمة المصادر والمراجع
132 - 125	الملاحق

فهرس المحتويات