

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونيدر قسنطينة 3



كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الاتصال و العلاقات العامة

الرقم التسلسلي: .....

الرمز: .....

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر

التخصص : إتصال وعلاقات عامة

الشعبة : علوم الاعلام والاتصال

دور المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج السياحي للجزائر  
دراسة وصفية لصفحة "خبيب كواس" على الفايسبوك

اشراف الأستاذة :

قشي نعيمة

اعداد الطالبتين:

بوساحة ريان

عليوت سارة

السنة الجامعية : 2023/2022

الدورة : جوان 2023

## ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لسياحي للجزائر، حيث سلطنا الضوء على المؤثر خبيب كواس ودوره في الترويج للجزائر كمقصد سياحي والأساليب المعتمدة من خلاله لجذاب أكبر عدد من السياح.

حيث تنتمي دراستنا إلى الدراسات الوصفية، التي اعتمدنا فيها على المنهج الوصفي، وأيضا تم الاعتماد على الأسلوب تحليل المحتوى لصفحة خبيب كواس على الفيسبوك تم تحليل 19 منشورا من أصل 40 منشورا يروج لسياحة في الجزائر، وكذلك تم توزيع 150 استبانة الإلكترونية على عينة من متابعي صفحة خبيب كراسا لجمع البيانات، حيث قسمت الدراسة إلى جانب منهجي وجانب نظري وجانب تطبيقي وقد توصلت الدراسة إلى: تعرف على دور خبيب كواس في ترويج لسياحة الجزائر على صفحة الفيسبوك وذلك من خلال المحتوى الهادف الذي يقدمه، حيث حقق نجاحا باهرا في لاستقطاب السياح الأجانب والجزائريين أيضا من مختلف شرائح العمرية وذلك باعتماد على الأساليب الإقناعية وكذلك جودة الفيديوهات المقدمة للمجورة، حيث أصبح دليل سياحي لكل سائح، واسم بارز من أسماء المروجين للسياحة الجزائرية.

**الكلمة المفتاحية: دور، المؤثرين، المواقع التواصل الاجتماعي، الترويج السياحي.**

## résumé de l'étude :

Cette étude vise à connaître le rôle des influenceurs sur les réseaux sociaux pour promouvoir le tourisme algérien. En outre, nous avons mis en valeur l'influenceur "Khoubaib" comme une destination touristique populaire en Algérie et les méthodes adoptées par ce dernier pour le plus grand nombre possible des touristes. Comme notre étude appartient aux études descriptives, dans lesquelles nous sommes appuyés sur la méthode descriptive, cette étude s'est basée essentiellement sur la méthode de l'analyse du contenu de la page du "Khoubaib" sur Facebook plus de 19 publications ont été analysées parmi 40 publications promouvant le tourisme en Algérie. Aussi un questionnaire électronique a été distribué sur un échantillon des abonnés de "Khoubaib" pour recueillir les données.

Cette étude a été divisée en deux aspects : un aspect méthodologique et un aspect théorique.

L'étude a révélé et a identifié : le rôle de « Khoubaib » dans la promotion du tourisme algérien sur Facebook, à travers les contenus offerts aux abonnés pour attirer et influencer tout le secteur de la société et toutes les tranches d'âge.

Le plus grand nombre possible et influencer tous les secteurs de la société et toutes les tranches d'âge. La méthode de Khoubaib, est basée essentiellement sur un style professionnel de photographie & afin de découvrir les lieux et les endroits inconnus et montrer l'histoire et la culture de la région en ce qui permet d'obtenir plusieurs récompenses tant qu'un créateur de contenu et il est devenu guide touristique pour tous les touristes.

**Mots clés : rôle, influenceurs, sites de réseaux sociaux, promotion touristique**

**summary:**

he study aims to identify the role of influencers on social networking sites in promoting a tourist to Algeria, where we highlighted the influencer Khabib kouas and his role in promoting Algeria as a tourist destination and the methods adopted through it to attract .the largest number of tourists

As our study belongs to descriptive studies, in which we relied on the descriptive method, and also the method was based on the content analysis of Khabib kouas's page on Facebook, 19 out of 40 publications promoting tourism in Algeria were analyzed, as well as 150 electronic questionnaires were distributed to a sample of Khabib Karasa's page followers to collect data, where the study was divided into a :methodological, theoretical and

Get to know the role of Khabib kouas in promoting Algeria's tourism on his Facebook page through the meaningful content he provides, where he has achieved great success in attracting foreign tourists and Algerians from different age segments, based on persuasive methods as well as the quality of videos provided to the public, where he has become a tourist guide for every tourist, and a prominent name among the names .of Algerian tourism promoters

**.Keyword: role, influencers, social networking sites, tourism promotion**

## فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	مقدمة
الفصل الأول : موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية	
03	تمهيد:
04	المبحث الأول : موضوع الدراسة
04	1. اشكالية الدراسة
05	2. أسباب اختيار الموضوع
06	3. أهداف الدراسة
06	4. أهمية الدراسة
07	5. الدراسات السابقة
13	6. تحديد مفاهيم الدراسة
17	7. المقاربة النظرية للدراسة
25	المبحث الثاني :الاجراءات المنهجية للدراسة
25	1. منهج الدراسة
25	2. مجتمع وعينة الدراسة
28	3. أدوات جمع بيانات
32	4. المجال الزمني للدراسة
33	الخلاصة
الفصل الثاني: دور المؤثرين في الترويج السياحي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	
35	تمهيد

36	المبحث الأول: ماهية المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي
36	المطلب الأول: مواقع التواصل الاجتماعي
36	1. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها
37	2. أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
38	3. مميزات مواقع التواصل الاجتماعي
38	4. أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
39	5. إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
40	المطلب الثاني: ماهية الفيسبوك
40	1. تعريف الفيسبوك
41	2. نشأة وتطور موقع فايسبوك
41	3. أهمية الفيس بوك
42	4. خصائص الفيس بوك
43	5. إيجابيات وسلبيات موقع الفيس بوك
44	المطلب الثالث : مؤثرين مواقع التواصل الاجتماعي
44	1. نشأة ظاهرة المؤثرين
44	2. خصائص المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
45	3. تصنيفات المؤثرين
46	4. أنواع المؤثرين
46	5. أساليب تأثير المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي
48	6. مجالات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي
50	المبحث الثاني: الترويج السياحي الالكتروني
50	المطلب الأول : ماهية السياحة
50	1. نشأة وتطور السياحة
53	2. أهمية السياحة

54	3. أركان السياحة
54	4. أنواع السياحة
58	المطلب الثاني : الترويج السياحي
58	1. أهمية الترويج السياحي
58	2. أهداف الترويج السياحي
59	3. أشكال الترويج السياحي
60	4. المزيج الترويجي السياحي
61	5. عناصر المزيج الترويجي السياحي
63	المطلب الثالث : ماهية الترويج السياحي الالكتروني
63	1. تعريف الترويج الالكتروني
63	2. خصائص الترويج السياحي الالكتروني
64	3. مميزات الترويج السياحي الالكتروني
64	4. أهمية الترويج الالكتروني السياحي
65	5. أهداف الترويج السياحي الالكتروني
65	6. ادوات الترويج السياحي الالكتروني
66	المبحث الثالث : دور المؤثرين و مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج السياحي
66	المطلب الأول : دور المؤثرين في الترويج السياحي
66	1. مفهوم الترويج من خلال المؤثرين
66	2. اهمية المؤثرين في الترويج السياحي
67	المطلب الثاني : مواقع التواصل والترويج السياحي
67	1. مفهوم الترويج عبر مواقع التواصل الاجتماعي
67	2. أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج السياحي
68	3. وسائل الترويج السياحي عبر مواقع التواصل الاجتماعي
70	المطلب الثالث : الترويج للجزائر كمقصد سياحي عبر المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي
70	1. المقومات السياحية في الجزائر

72	2. أهمية السياحة في الجزائر
74	3. معيقات السياحة في الجزائر
75	4. دور المؤثرين في الترويج السياحي للجزائر
78	خلاصة
الفصل الثالث: عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة	
80	تمهيد
81	المبحث الأول : عرض نتائج تحليل محتوى صفحة المؤثر خبيب كواس على الفاسبوك
81	المطلب الاول: لمحة عن المؤثر خبيب كواس
79	المطلب الثاني: عرض وتحليل فئات الشكل
83	المطلب الثالث: عرض وتحليل فئات المضمون
101	المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة الميدانية على عينة من متابعي صفحة المؤثر خبيب كواس على الفاسبوك
101	المطلب الاول: البيانات الشخصية لمتابعي صفحة خبيب كواس
104	المطلب الثاني: عادات وانماط استخدام لمتابعي صفحة خبيب كواس
108	المطلب الثالث: دوافع استخدام لمتابعي صفحة خبيب كواس على فيسبوك
111	المطلب الرابع : دور خبيب كواس في الترويج للسياحة في الجزائر واشباعات يحققها لمتابعيه
116	المبحث الثالث : النتائج العامة للدراسة
118	المبحث الرابع: تحليل ومناقشة نتائج الدراسة
120	المطلب الأول: تحليل ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء تساؤلات الدراسة
121	المطلب الثاني: تحليل ومناقشة نتائج الدراسة في المقاربة النظرية
123	المطلب الثالث : تحليل ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
126	خاتمة
126	توصيات
127	آفاق الدراسة
128	قائمة المراجع

