

سوسيولوجيا الصورة في الفضاء الرقمي وبناء المتخيل السياحي

مقاربة سيميولوجية تحليلية للمحتوى البصري بصفحة 'Dz Travel' في الجزائر

*Sociology of the Image in the Digital Space and the Construction of the
Tourism Imaginary:
A Semiological-Analytical Approach to the Visual Content of the 'Dz Travel'
Page in Algeria*

نريمان تيماجر

¹ المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام (الجزائر)

(0009-0004-3340-5925 )

تاريخ القبول: 2026/03/10

تاريخ الإستلام: 2026/02/10

ملخص:

تتقصى هذه الدراسة دور الصورة الرقمية في صناعة "المتخيل السياحي" الجزائري من خلال صفحة 'Dz Travel'، حيث اعتمدت الدراسة مقارنة سوسيو-سيميولوجية لتفكيك الخصائص الجمالية والرمزية للمحتوى البصري، وكشف آليات تحويل المجال الجغرافي إلى خطاب رمزي يعيد صياغة التمثلات الاجتماعية والأنثروبولوجية، بهدف الاجابة عن إشكالية هندسة صورة ذهنية بديلة للوجهة الجزائرية في الفضاء الرقمي. وخلصت الدراسة إلى تبيان كيف يساهم "ال جذب الإدراكي" والتفاعل الرقمي في ترقية الوعي السياحي، وتحويل المنصات البديلة إلى فاعل أساسي في إعادة قراءة الهوية السياحية الوطنية وتوجيه الانطباعات الذهنية للمستخدم المعاصر. الكلمات المفتاحية : سوسيولوجيا الصورة؛ سيميولوجيا المحتوى البصري؛ صفحة Dz Travel؛ الفضاء الرقمي؛ المتخيل السياحي.

Abstract:

This study employs a socio-semiological approach to analyze how 'Dz Travel' uses digital imagery to reconstruct the Algerian tourism imaginary. It explores the transformation of geographic spaces into symbolic discourses to replace classical stereotypes with an authentic, modern visual identity. The findings highlight the role of 'perceptual attraction' and digital interaction in reshaping national tourism awareness and guiding user perceptions of the destination

Keywords: Digital Space; Dz Travel Page; Semiology of Visual Content ; Sociology of the Image; Tourism Imaginary.

1. مقدمة

أحدث التحول الرقمي المعاصر تحولا جذريا في سوسيولوجيا التواصل الإنساني، حيث انتقلت "الصورة" من كونها مجرد أداة لتوثيق الواقع إلى وسيط سيميولوجي فاعل في صناعة المعنى وهندسة التمثلات الاجتماعية. وفي سياق الفعل السياحي، لم يعد المكان يدرك بحدوده الجغرافية فحسب، بل أصبح يُستهلك كبنية رمزية تتشكل ملامحها عبر الفضاءات السيبرانية؛ وهو ما يُعرف في الدراسات الأنثروبولوجية والإعلامية الحديثة بـ "بناء المتخيل السياحي"، هذا المتخيل الذي يتغذى بصريا على التدفقات الاتصالية التي تنتجها المنصات الرقمية مساهما بذلك في صياغة هوية بصرية جديدة للأمكنة.

كما تُعد الجزائر بيئة خصبة لهذه الممارسات؛ حيث برز فاعلون رقميون كصفحة 'Dz Travel' التي أعادت تعريف الوجهة السياحية خارج الأطر التقليدية، مستخدمة خطابا بصريا يتجاوز النشر البسيط إلى بناء متخيل جمعي يسعى لتفكيك الصور النمطية.

وتنطلق هذه الدراسة من مقارنة سوسيو-سيمائية قصد تقصي كيفية تحويل الرموز إلى أدوات لبناء متخيل سياحي يدفع المتلقي لإعادة اكتشاف ذاته. ومن خلال تحليل تجربة صفحة 'Dz Travel'، نحاول الكشف عن الرهانات الاتصالية التي تصيغ ملامح الصورة السياحية الجزائرية رقميا، مع تقييم أثر هذا الخطاب في ترقية الوعي السياحي وتشكيل تمثلات اجتماعية وأنثروبولوجية جديدة للأمكنة، وفي ظل التحولات التي يعرفها قطاع السياحة في الجزائر، برزت منصات التواصل الاجتماعي كفضاءات بديلة للمؤسسات الرسمية في صناعة ما يُعرف بـ "المتخيل السياحي"، حيث يعتمد صناع المحتوى البصري إلى توظيف إستراتيجيات سيميولوجية وجمالية تهدف إلى فك الارتباط بالصور النمطية الكلاسيكية واستبدالها بهوية بصرية حديثة تتسم بالأصالة والإبهار. وتعد صفحة 'Dz Travel' من أبرز النماذج الرقمية التي استطاعت هندسة خطاب بصري متميز، يعيد قراءة المجال الجغرافي الجزائري بلغة رمزية مكثفة تخاطب إدراك المستخدم وتوجه انطباعاته الذهنية. وانطلاقا من هذا الدور الحيوي الذي تؤديه الصورة في تشكيل الوعي بالمكان نطرح الاشكالية التالية:

إلى أي مدى تساهم الخصائص البلاغية والجمالية في صفحة 'Dz Travel' عبر فيسبوك في هندسة المتخيل السياحي وبناء صورة ذهنية بديلة للوجهة الجزائرية في الفضاء الرقمي؟

الأسئلة الفرعية للدراسة:

- ما هي الدلالات الرمزية والأيقونية الكامنة في العناصر البصرية التي يوظفها محتوى صفحة 'Dz Travel'،
- ما هي آليات إنتاج المعنى المستحدث للوجهة الجزائرية؟
- كيف تخدم الخيارات الجمالية والتقنية في صور الصفحة إستراتيجية "الجذب الإدراكي" وتشكيل المتخيل الجمالي لدى المتلقي الرقمي؟

أهمية الدراسة :

تتجلى أهمية هذه الدراسة أهميتها العلمية من كونها تشكل رؤية علمية تبحث في الدلالة الأيقونية والرمزية للسياحة في الجزائر من منظور اتصالي، حيث تسعى الدراسة لسدّ الفجوة المعرفية من خلال اتكائها على المنهج السيميولوجي لتحليل للمحتوى الرقمي، مع ربطها بسوسيولوجيا الصورة ودورها في بناء المتخيل السياحي لدى المستخدم. كما تكتسب الدراسة قيمتها من سعيها إلى تقديم نموذج تحليلي متكامل يزاوج بين التحليل السيميولوجي ضمن السياق السوسيولوجي في البيئة الرقمية، كما توفر الدراسة قاعدة بيانات معرفية موجّهة للقائمين على قطاع السياحة، إذ تساعد على توظيف

الصورة الرقمية كقوة ناعمة فاعلة في تحسين السمعة الإلكترونية للوجهة السياحية الجزائرية. وتنسجم هذه الجهود البحثية مع متطلبات التحول الرقمي في الجزائر، وتسهم في دعم أهداف الإستراتيجية الوطنية لترقية السياحة من خلال توظيف التكنولوجيا الحديثة وآليات الاتصال الرقمي المعاصر.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف العلمية والميدانية المترابطة تتمثل في ما يلي:

- محاولة الكشف عن الدلالات الرمزية والأيقونية التي تشكل الخطاب البصري لصفحة 'Dz Travel'، وتحديد كيفية اشتغالها في إنتاج المعنى السياحي.
- تحليل التقنيات الفنية والبصرية المستخدمة في صناعة الصورة، وبيان دورها في تحقيق الجذب الإدراكي للمتلقي الرقمي.
- إبراز الكيفية التي تساهم بها الصورة الرقمية في بناء "متخيّل سياحي" بديل يتجاوز الصور النمطية، ويعيد صياغة التمثيلات الاجتماعية حول الوجهة الجزائرية.
- رصد طبيعة الاستجابة التفاعلية للجمهور الرقمي مع المحتوى البصري، ومدى مساهمة هذا التفاعل في ترسيخ الصورة الذهنية المستهدفة.

منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج السيميولوجي، وتحديدًا على مقاربة "رولان بارت"، كونه المنهج الأنسب لتفكيك الأنساق البصرية وتحليل الدلالات الكامنة خلف الصورة الفوتوغرافية الرقمية. ويعرف المنهج السيميولوجي على أنه "عملية البحث عن المدلولات الإيحائية والتضمينية للوصول إلى النسق الأيديولوجي معتمداً على مبدأ تحليل الظاهرة لاكتشاف اجزاءها، والتركيز على الرؤية الثنائية لها" (بوثلجة، زياد، 2014 ص 6).

كما يعتبر هذا المنهج الأنسب لهذه الدراسات حيث يتجاوز الوصف السطحي للمحتوى ليركز على كيفية بناء "المتخيّل السياحي" عبر مستويين، المستوى التعييني لوصف العناصر المادية المباشرة في الصورة، وكذا المستوى التضميني لاستنتاج الأبعاد السوسيو-ثقافية والرمزية التي تسوقها صفحة "Dz Travel" عن الوجهة الجزائرية.

اعتمدت الدراسة من خلال تصميم "شبكة تحليل سيميولوجية" محكمة، تم بناؤها لتتلاءم مع طبيعة المحتوى البصري (الثابت والمتحرك) عبر "فيسبوك/إنستغرام". وقد شملت الشبكة الفئات التالية:

- فئة القوى الفاعلة (Actants): وتشمل العناصر البشرية (سياح، سكان محليين)، الطبيعة، الآثار، والمعالم العمرانية.
- فئة الخصائص التشكيلية (Plastic Categories): وتتضمن زوايا التصوير (L'angle de prise de vue)، الألوان السائدة، والإضاءة، ودورها في إضفاء طابع "الحلم" أو "الواقعية".
- فئة البيئة المكانية والزمانية: لتحليل جغرافية المكان الجزائري المروج له (شمال، جنوب، ساحل، صحراء).
- فئة العلاقة بين النص والصورة (Anchorage/Relay): لتحليل كيف يوجه النص المصاحب إدراك المستخدم نحو بناء متخيّل سياحي محدد.

مجتمع البحث:

يتحدد مجتمع البحث في هذه الدراسة بالمحتوى البصري الرقمي السياحي في الجزائر، والمنشور عبر الفضاءات التفاعلية (Facebook). ونظرا لاتساع هذا الفضاء وتعدد الفاعلين فيه، تم حصر مجتمع الدراسة سوسيولوجيا في "الصفحات الرقمية المتخصصة في الترويج السياحي" التي تمتلك القدرة على تشكيل التمثيلات الذهنية وبناء "المتخيل السياحي" لدى المستخدم الجزائري والأجنبي عبر الدعامة الأيقونية (الصورة).

ب. عينة الدراسة:

بما أننا قمنا باختيار صفحة 'Dz Travel' كمتن تحليلي للدراسة، ارتأينا للاعتماد على العينة القصدية التي يتم اللجوء إليها عندما نكون أمام مجتمع بحثي غير واضح من حيث الخصائص، فاختيار وحدات الدراسة يتحدد في إطار رؤية الباحث بحيث يختار أفراد العينة كما يشاء وبالقدر الذي يراه متوافقا مع تحقيق أهداف الدراسة الذي يقوم بها. (تمار، 2007).

- المرجعية والتأثير: تُعد 'Dz Travel' من كبرى الصفحات الجزائرية التي تتبنى استراتيجية "صناعة المحتوى البصري الاحترافي"، حيث تمتلك قاعدة جماهيرية واسعة تجعل من صورها مادة خصبة لدراسة "المخيل الجمعي".
- الخصائص السيميولوجية للمحتوى: تمتاز الصفحة بتنوع بصري يجمع بين الصور الثابتة، الفيديوهات القصيرة (Reels)، والقصص (Stories)، مما يتيح للباحث تطبيق "شبكة التحليل السيميولوجية" على مستويات بصرية متعددة.
- التمثيل الجغرافي والثقافي: قدرة الصفحة على الإحاطة بمختلف أبعاد "المتخيل السياحي الجزائري" (الصحراوي، الساحلي، الجبلي، والأثري)، وهو ما يضمن شمولية النتائج.

وحدة التحليل: تم اختيار (05 نماذج بصرية) مختارة بعناية (Post-Sampling)، تمثل كل واحدة منها "علامة سيميولوجية" لوجهة سياحية معينة

المجال الزمني: شملت عملية الرصد والتحليل المنشورات الصادرة في الفترة الممتدة من (سبتمبر 2026 إلى جانفي 2026)، وهي الفترة التي شهدت ذروة في إنتاج المحتوى البصري السياحي الرقمي.

المقاربة السيميولوجية لسوسيولوجيا الصورة ودورها في بناء المتخيل السياحي الرقمي

تنطلق هذه الدراسة من تقاطع معرفي بين سيميولوجيا العلامة وسوسيولوجيا الفعل البصري، حيث لم تعد الصورة في الفضاء الرقمي مجرد محاكاة تقنية للواقع، بل أصبحت "بنية دلالية" محملة بأيديولوجيات وقيم اجتماعية تشكل وعي الفرد بالمكان. حيث تسعى سيميولوجيا الصورة تفكيك الأنساق الرمزية التي توظفها صفحة 'Dz Travel'، ليس فقط لفهم "ماذا تقول الصورة"، بل لفهم "كيف تبني الصورة المعنى السياحي" وتؤطره سوسيولوجيا كفعل تفاعلي. هذا المسار التحليلي يقودنا بالضرورة إلى مفهوم 'المتخيل السياحي الرقمي'، بوصفه النتاج النهائي لعملية التلقي البصري، حيث تتحول الصور من مجرد أيقونات جغرافية إلى تمثيلات ذهنية جماعية تساهم في صناعة الهوية السياحية للجزائر في العالم الافتراضي.

- مفهوم سيميولوجيا الصورة السياحية: يركز هذا المفهوم على تفكيك الصورة باعتبارها نسقا من العلامات وليس مجرد انعكاسا للواقع في السياحة الرقمية، حيث لا تنقل الصورة المكان كما هو بل تعيد انتاجه سيميائيا من خلال المستويات

الدلالية والتضمينية، حيث تعتبر الصورة من أبرز الوسائط التواصلية لما تتميز به من قوة التأثير وتعددية الدلالات والمعاني حيث أنها قد تفرعت وتشعبت لتشمل مجالات الحياة العديدة. (خالدي، 2022).

- المتخيل السياحي الرقمي: يتناول هذا العنصر كيفية تشكيل الصورة الذهنية لدى السائح في البيئة الرقمية، وتعرف الصورة الذهنية على أنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الافراد او الجماعات تجاه مؤسسة أو منظمة أو مكان ما يمكن أن يكون له تأثير على الانسان. (علال، بكاي، 2021).

وترتبط الصورة الذهنية بسوسيولوجيا الصورة بالواقع الاجتماعي وبناء الوعي بالمكان، حيث تساهم الصور المتكررة في محو الصور النمطية القديمة واستبدالها بأخرى.

الإطار التحليلي للدارسة:

وصف المنشور: المنشور الأول

<https://web.facebook.com/reel/3701972503278183>



العنوان: قمم الأطلس البابوري (سطيف، جيجل، بجاية)

اللغة: العربية

الوسيط الاتصالي: الفيسبوك

عناصر الجذب: فيديو، جمال قمم الأطلس المغطاة بالثلوج

البعد: سياحي ترويجي

المستوى التعييني: يعد هذا المنشور الخاص بصفحة Dz Travel من خلال الفيديو الذي خصص لمنظر طبيعية من قمم الأطلس البابوري المغطات بالثلوج، نموذجاً حياً لكيفية صناعة "الرغبة السياحية"، حيث يتم تحويل الجغرافيا الصامتة إلى نص بصري مشحون بالدلالات.

حيث تم التركيز على بياض الثلج وحدة الجبال الصخرية، مما ينقل صورة المكان من "الصلابة والوعورة" إلى "النقاء والهدوء"، هذا المزيج اللوني يبني متخيلاً سياحياً يداعب رغبة المشاهد في الانفصال عن الواقع المادي (المدن، التلوث) والاتصال بواقع طبيعي، كما أن التركيز على علة وجود السد في المنتصف يكسر رتابة الجبال، ويضيف دلالة "الحياة" والاستقرار للمشاهد، مما يعزز صورة الجزائر كوجهة سياحية متنوعة تجمع بين التضاريس المتباينة في كادر واحد.

المستوى التضميني: بناء المتخيل السياحي رقمياً كان حاضراً حيث حول القائم على الفيديو الطبيعة القاسية (الثلوج والارتفاع) إلى "جرعة جمالية"، والمتخيل السياحي هنا لا يرى في الثلج عائقاً أمام الحركة، بل يراه "لوحة" تمنح الزائر قيمة معنوية ولقطة فوتوغرافية مثالية، وهو محرك أساسي للسياحة الحديثة في الفضاء الرقمي، هذا الأخير أدى إلى الترويج السياحي على أوسع نطاق بهدف الوصول إلى الملايين من الأفراد بسهولة باعتبار أن الانترنت وسيلة جديدة بالثقة لربط الأفراد ونقل المعلومات في صورة سهلة وواضحة. (طبي، 2022).

كما تعتبر الدالة النصية والعبارات المستخدمة في المنشور مثل: "جرعة من الجمال"، "منظر ساحر" تعمل كـ "مرساة" سيميائية تمنع تشتت المعنى. هي توجه المتلقي لتبني المتخيل الذي تريده الصفحة: الجزائر وجهة سحرية مخفية تستحق الاكتشاف.

الوسوم (Hashtags): استخدام وسوم مثل #حوس_بلادك و #Algeria يساهم في بناء "مجتمع رقمي" يتشارك نفس المتخيل، حيث تصبح هذه الوسائط وسيلة لتحفيز السياحة الداخلية عبر استثارة العاطفة تجاه الأماكن المحلية.

وصف المنشور الثاني:

العنوان: شلال قرية أولاد علي، منصورية، جيجل

<https://web.facebook.com/reel/645082277991045>



المصدر: صفحة Dz Travel

البعد: سياحي ترويجي

اللغة: العربية

عناصر الجذب: فيديو

اتجاه المنشور: سياحي

المستوى التعييني: يعتبر هذا المنشور المتمثل في فيديو سياحي حول شلال وغدير قرية أولاد علي بمنصورية ولاية جيجل الجزائرية، ذروة بناء المتخيل السياحي في صفحة "Dz Travel"، حيث تنتقل من عرض المناظر "للمشاهدة" فقط إلى عرضها كفضاء "للتجربة والممارسة"، فالتقديم الذي بدأ به الفيديو حول مياه جيجل بهذا اللون الأخضر والأبيض يبني متخيلا يقارنها بالوجهات السياحية العالمية (مثل جزر المالديف أو تايلاند)، ولكن في قالب جبلي جزائري فريد.

المستوى التضميني: حضور الجسد أي وجود الشخص وهو يسبح هو دلالة على "الأمان والرفاهية الطبيعية"، حيث يتجاوز المتخيل هنا الجمال البصري ليدعو المتلقي لتخيل "الملمس" (برودة المياه) والشعور بالاسترخاء، مما يحول المكان من مجرد صورة إلى "رغبة جسدية" في الزيارة.

كما أن ثنائية الماء والصخر أي التضاد بين ليونة المياه وانسياب الشلال وبين قسوة وثبات الصخور الرمادية يبني متخيلا عن "القوة اللطيفة" للطبيعة الجزائرية، وهو ما يغذي حب المغامرة لدى الشباب.

التوثيق الهوياتي: عبارة "شلال وغدير موزنقوق قرية أولاد علي بجيجل" تعمل كمرساة سيميائية تحدد المكان بدقة. هذا التحديد يحول "المتخيل" من حلم هلامي إلى "واقع جغرافي" ملموس يمكن شد الرحال إليه، مما يعزز الثقة في السياحة الداخلية.

المشاركة الوجدانية: استخدام القلوب الحمراء وعلم الجزائر في التعليق يربط بين المتعة السياحية والانتماء الوطني، بحيث تصبح زيارة هذا المكان نوعا من "اكتشاف الذات" والاعتزاز بمقدرات الوطن.

وصف المنشور الثالث:

<https://web.facebook.com/reel/843098598637140>



المصدر: صفحة DZ Travel

العنوان: قرية القليعة تاسمرت برج زمورة، برج بوعريج

البعد: الأصالة والتراث

اللغة: العربية

عناصر الجذب: فيديو

اتجاه المنشور: سياحي

المستوى التضميني: يمثل منشور (قرية القليعة بتاسمرت) تحولا من المتخيل الطبيعي إلى "المتخيل التراثي"، والذي يحمل دلالة "التجذر التاريخي"، حيث نجد أن التركيز في الفيديو المنشور على الصفحة كان حول الأسقف القرميدية المترابطة والمسجد الذي يتوسط القرية بهندسته التقليدية المرتفعة يرمزان إلى "الاستمرارية الثقافية". المتخيل هنا هو "السياحة الثقافية" التي تبحث عن الجذور والهدوء المعماري.

كما تعتبر زاوية التصوير التي كانت من الأعلى أي من فوق أسطح المنازل يمنح المشاهد شعورا بالاحتواء والحميمية، وكأنه جزء من نسيج القرية، وليس مجرد زائر غريب.

أما بالنسبة للنصوص المصاحبة (Hashtags) فهي تلعب دورا حاسما في توجيه تأويل الصور منها: #حوس_بلادك: هذا الوسم ليس مجرد دعوة للسفر، بل هو فعل هوية. إنه يحول الفعل السياحي إلى "واجب وطني" وفعل "اعتزاز بالذات".

تحليل محتوى المنشور الرابع:

العنوان: صحراء بني عباس بولاية بني عباس الجزائرية

<https://web.facebook.com/reel/1198310775602984>



المصدر: صفحة DZ Travel

عناصر الجذب: فيديو + موسيقى صحراوية جزائرية ايكلاغ الزمن

اتجاه المنشور: سياحي، جمالي واستثنائي

المستوى التعييني: يعمل هذا المنشور المتمثل في فيديو لصحراء الجزائر من ولاية بني عباس الواقعة في الجنوب الغربي للوطن، كنسق علاماتي متكامل يهدف إلى إعادة إنتاج "الصحراء" ليس كفضاء جغرافي قاحل، بل كفضاء "جمالي، روحاني، واستثنائي"، حيث تهيمن التدرجات اللونية الذهبية للرمال مع زرقاء السماء في الأفق، ومن الناحية السيميولوجية، فإن اللون الذهبي يرمز إلى "الثراء والندرة"، مما يحول الرمل من مادة طبيعية إلى "قيمة ثقيلة".

المستوى التضميني: يشكل اختيار الزمن السياحي المتمثل في لحظة الغروب بيني متخيلا سياحيا قائما على "الرومانسية والسكينة". الغروب في الصحراء هو "أيقونة" عالمية ترمز لانتهاء الزمن المادي وبداية الزمن التأملي، وهو ما يبحث عنه السائح للهروب من ضجيج الحياة المعاصرة.

التشكيلات الرملية (الأمواج الثابتة): تظهر الرمال في الفيديو بشكل تموجات انسيابية متكررة، هذه "الخطوط المنحنية" توجي سيميولوجيا بـ "اللين والراحة البصرية"، وتلغي فكرة "قسوة الصحراء". المتخيل هنا هو صحراء "ناعمة" تدعو للاسترخاء والتماس الجسدي مع الطبيعة.

كما يعتبر الامتداد اللامتناهي كتعبير للحرية اللامتناهية، وخلو الفيديو من أي أثر للعمران أو الضجيج البشري بيني متخيلا عن "الحرية المطلقة". الصحراء هنا هي الفضاء الذي لا يحده حد، مما يشبع رغبة السائح في "الانعقاد" و"التفرد".

إن استخدام عبارات مثل "الرمالية الذهبية على مد البصر" و"اللهم بارك واحفظ" مع علم الجزائر والقلب الأحمر، يحول المشهد من "طبيعة مجردة" إلى رصيد وطني عاطفي مقدم من الصفحة DZ Travel.

تحليل محتوى المنشور الخامس:

العنوان: سد بني هارون ولاية ميلة

<https://web.facebook.com/watch/?v=1625311761369929&rdid=WJclE0DhNfEwA32v>



المصدر: صفحة DZ Travel

البعد: سياحي ترويجي

عناصر الجذب: فيديو + موسيقى

اتجاه المنشور: سياحي، استكشافي.

المستوى التعييني: تنتقل الصفحة من خلال هذا الفيديو الخاص بسد بني هارون ولاية ميله الجزائرية، من متخيل "الطبيعة الخام" إلى متخيل "السياحة التقنية والهندسية"، حيث يمتزج جمال الطبيعة بعظمة الإنجاز البشري، حيث يظهر الماء ككتلة بيضاء كثيفة تشبه الشلالات الضخمة، وسط غطاء نباتي أخضر.

كما نلاحظ من خلال الفيديو أن الصفحة ركزت على متخيل "العظمة والرهبنة" حيث يظهر تدفق المياه بقوة هائلة تبني متخيلا سياحيا يقوم على "الرهبنة الجمالية". السائح هنا لا يبحث عن السكنينة فقط، بل عن الشعور بقوة الطبيعة المروضة هندسياً، وهو ما يمنح الوجهة طابعاً "عملاقاً" يثير الإعجاب.

المستوى التضميني: سيميولوجيا "المتفرج الوحيد": وجود الشخص في الصورة الأولى وهو ينظر إلى الأفق يبني متخيلاً عن "التأمل والحرية". وضعية الجلوس على الحافة توحى بالسيطرة البصرية على الفضاء، وتدعو المشاهد ليتخيل نفسه في هذا الموقع، حيث يلتقي الإنجاز البشري (الجسر) مع الامتداد المائي الشاسع.

"سد بني هارون كما لم تره من قبل": هذه العبارة النصية تعمل كمرساة لبناء متخيل "الاستكشاف الجديد". الصفحة لا تبيع معلماً معروفاً فحسب، بل تبيع "زاوية رؤية" جديدة وفريدة، مما يحفز الفضول السياحي.

الجسر كرمز للاتصال: الجسر العملاق في الصورة ليس مجرد منشأة قاعدية، بل هو رمز سيميائي للربط والوصول. في المتخيل السياحي، الجسور تمثل "تجاوز العقبات" والقدرة على اكتشاف مناطق كانت معزولة، مما يعزز صورة الجزائر كبلد يمتلك بنية تحتية سياحية ضخمة.

مناقشة نتائج الدراسة:

بالاعتماد على مقارنة رولان بارث لتحليل الأنساق البصرية لصفحة Dz Travel، من خلال الاشتغال على مستويين اثنين: المستوى التعييني والمستوى التضميني، يتضح أن الخطاب البصري السياحي الذي تقدمه صفحة Dz Travel يقوم على بناء نسق دلالي يسمح بهندسة متخيل سياحي رقمي يعيد إنتاج صورة الوجهة الجزائرية خارج القوالب النمطية السائدة. أي الاعتماد على نقل المتلقي من التصور المادي إلى الرمزية الفكرية بحيث تحقق الاشباع النفسي، وهذا النقل كفيل بتحويل المتلقي من جمالية الصورة إلى التجربة البديلة ضمن الفضاء الرقمي

بناء الواقع المرئي: الانطلاق من المستوى التعييني: تتيح القراءة السيميولوجية فهم آليات اشتغال الصورة البصرية ضمن المعطى الرقمي، هذا الاشتغال ليس حيادياً وإنما يعمل على نقل التجربة السياحية في بعدها الحسي المادي إلى قاعدة إدراك المتلقي هو نوع من الانغماس الروحي توفره العناصر البصرية في شقيها البلاغي والجمالي، يوفر هذا المعطى كذلك آلية توثيق المادي من خلال التصوير الجغرافي لعناصر السياحة في الجزائر، يسهم هذا النقل السريع توفير التجربة الحسية عبر نقلها ضمن وسائط رقمية ذات كثافة دلالية.

وبالتالي يكشف المستوى التعييني في اشتغاله السيميولوجي عن وظيفتين يقوم بهما هما:

- وظيفة توثيقية: من خلال تثبيت الماديات ضمن الإدراك الذهني للمتلقي.
- وظيفية إعادة إنتاج المتخيل وهو ما يسمح بإمكانية تحقيق التجربة المعاشة.

يسهم الانتقال السوسيولوجي الذي تمارسه الوسائط الرقمية من تحويل التجربة الفردية إلى فعل اجتماعي ذا صبغة افتراضية، فصحة Dz Travel توفر للمتلقى فضاء للتفاعل الاجتماعي وبهذا تتحول هذه الممارسة الاجتماعية إلى إعادة إنتاج الواقع الرمزي من خلال منظومة تتعلق بأدوات التفاعل الاجتماعي التي تزخر بها الوسائط والمنصات الرقمية.

تلعب وظيفة الترسيع دوراً حاسماً في تثبيت المعنى ومنع تشتته وانفلات دلالاته، فالنصوص المصاحبة للصور (عناوين، عبارات وجدانية، وسوم) تعمل كمراسي سيميائية تسهم في إعادة هندسة المتخيل السياحي لدى المتلقي، وتؤدي هذا العلاقة بين عناصر المحتوى البصري ووظيفة المناوبة التي تعمل على توسيع الأفق الدلالي للمعنى ما يسمح بتمرير التجربة الحسية افتراضياً، إنه نوع من بناء رأس المال الاجتماعي الافتراضي بحيث يوفر توثيقاً وجدانياً يجمع المتلقي بالوسيط الرقمي.

تمكّن صفحة 'Dz Travel' من إنتاج معاني مستحدثة عبر تحويل "العلامات الطبيعية" (جبال، صحراء) إلى "أيقونات ثقافية". فلم يعد الجبل دالاً على "الوعورة" بل أصبح دالاً إيحائياً على "الاستجمام النخبوي"، وتحولت الصحراء من فضاء "قاحل" إلى "ملاذ روحاني"، مما ساهم في فك الارتباط بالصور النمطية الكلاسيكية.

عزز توظيف الرموز الأيقونية (مثل الأبقار في الطرق الجبلية، أو العمارة التقليدية في القرى) من قيمة "الأصالة" (Authenticity). هذا التوظيف لم يكن عفويًا، بل أنتج خطاباً بصرياً يبرز "التفرد" الجزائري كقيمة سياحية مضافة تنافس الوجهات العالمية عبر دمج "الإنسان والحيوان" في نسيج الطبيعة.

إن سوسيولوجيا الصورة في صفحة "Dz Travel" لا تكتفي بنقل الواقع، بل تقوم بـ "هندسة المتخيل"، عبر شحن الفضاء الجغرافي الصامت بمعاني رمزية وعاطفية تجعل من الوجهة المحلية منتجاً سياحياً منافساً في البيئة الرقمية.

تشكل الخيارات التقنية (خاصة زوايا التصوير من الأعلى High Angle واللقطات البانورامية) تعمل كمحفزات سيميائية تفعل استراتيجيات "الجذب الإدراكي". هذه الخيارات تمنح المتلقي الرقمي شعوراً بالسيادة البصرية والاحتواء، مما يرفع من معدل الاستجابة العاطفية تجاه الصورة ويحقق "تثبيتاً ذهنياً" للوجهة.

أظهرت النتائج أن الاعتماد على التباين اللوني المكثف (مثل زرقة المياه مقابل خضرة الغابات، أو ذهبي الرمال مقابل زرقة السماء) يساهم في بناء "متخيل جمالي" يتسم بالإبهار. هذا المتخيل يعيد صياغة "الخريطة الذهنية" للمتلقى، حيث يتم استبدال صورة "الجزائر غير المكتشفة" بصورة "الجزائر الوجهة العالمية"، مما يحفز "النية السلوكية" للزيارة الفعلية.

II. خاتمة:

سعت هذه الدراسة إلى استكشاف آليات بناء المتخيل السياحي الجزائري في الفضاء الرقمي، من خلال تحليل المحتوى البصري لصفحة 'Dz Travel' وكشفت المقاربة السوسيو-سيمولوجية المعتمدة أن الصورة الرقمية لم تعد مجرد أداة للتوثيق الجغرافي، بل تحولت إلى "سلطة رمزية" قادرة على هندسة التمثيلات الاجتماعية وإعادة صياغة الهوية البصرية للمكان. ومن خلال تفكيك الرموز الأيقونية والخيارات التقنية، تبين أن هناك توظيفاً استراتيجياً لـ "الجمالية" كأداة لكسر العزلة عن المناطق الداخلية وتكريس صورة ذهنية بديلة تتسم بالثراء والأمان والجاذبية.

كما يعتبر النجاح الذي حققته هذه الصفحة في صناعة "متخيل سياحي مستحدث" يثبت أن المنصات الرقمية البديلة أصبحت فاعلاً رئيساً يتجاوز في تأثيره أحياناً على الخطابات المؤسسية الرسمية، وذلك بفضل قدرتها على مخاطبة الوجدان البصري المستخدم وتحويل الفعل السياحي من مجرد "رحلة" إلى "تجربة هوية" وانتماء،

المراجع:

- بوثلجة نجاة، زياد شهبناز 2014، استخدام المنهج السميولوجي في البحوث الاعلامية المعاصرة-الصورة الاعلامية الثابتة نموذجا- مجلة المعيار، مجلد 18 العدد 35.
- تمار، يوسف (2007)، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، الجزائر، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع.
- طبي منير (2022)، الترويج عبر الاعلان الالكتروني للمقاصد السياحية العربية، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، مجلد 10، العدد 4، ص 145.
- خالدي خالد (2022)، سيميولوجيا الصورة في الخطاب الفوتوغرافي، مجلة دراسات فنية، المجلد 08، العدد 01، ص 205.
- علال عبد القادر، بكاي رشيد (2021)، الصورة الذهنية في الاعلام، مجلة افاق علمية، مجلد 13، العدد 03، ص 88.