



تثمين الوجهة السياحية لولاية البويرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
*The enhancement of the tourist destination
of Bouira state through social networking sites*

د. مرماط نبيلة

مخبر السياسات التنموية والدراسات الاستشرافية،
جامعة أكلي محند أولحاج البويرة، الجزائر.
n.meremat@univ-bouira.dz

تاريخ النشر: 2023/04/22

د. شرفلوي عائشة

مخبر السياسات التنموية والدراسات الاستشرافية،
جامعة أكلي محند أولحاج البويرة، الجزائر.
a.cherfaoui@univ-bouira.dz

تاريخ القبول: 2023/04/03

تاريخ الإرسال: 2023/02/01

ملخص:

تتمحور إشكالية هذا البحث حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنشيط السياحة بولاية البويرة بهدف التعريف بالمقومات السياحية للمنطقة وعرض واقع السياحة فيها، وتكمن أهمية هذه الدراسة في اظهار تطور وسائل التواصل الاجتماعي، التي تغلغلت في حياة الأفراد وسيطرت على نشاطاتهم وكيف يمكن استغلال ذلك لتقديم الوجهة السياحية بالمنطقة من خلال الاستعانة بنشاط المؤثرين الاجتماعيين فهم قادة الرأي الإلكترونيين يمكن الاعتماد عليهم كسفراء لتقديم الوجهة السياحية لمتابعيهم معتمدين في ذلك على المنهج الوصفي لوصف الظاهرة المدروسة مستعينين بالمقابلة لمعرفة واقع السياحة بولاية البويرة، وقد أظهرت النتائج أن ولاية البويرة كوجهة سياحية لم تكتشف بعد من طرف الجزائريين ولا تشهد توافد السياح، فبالرغم من ثراءها الطبيعي والثقافي والتاريخي الا أن السياحة فيها لا ترقى للمستوى المطلوب.

الكلمات المفتاحية: سياحة، مقومات سياحية، مؤثر اجتماعي، مواقع التواصل الاجتماعي، ولاية البويرة.

Abstract :

The problem of this research revolves around the role of social media in revitalizing tourism in the state of Bouira, with the aim of defining the tourism potential of the region and presenting the reality of tourism in it. The importance of this study lies in showing the development of social media, which penetrated the lives of individuals and controlled their activities, and how this can be exploited to present the tourist destination in the region through the use of the activity of social influencers, because they are electronic opinion leaders who can be relied as ambassadors to present the tourist destination to their followers, relying on the descriptive approach to describe the studied phenomenon, using the interview to know the reality of tourism in the state of Bouira.

The results showed that the state of Bouira as a tourist destination has not been discovered yet by Algerians, and does not receive the influx of tourists despite its natural, cultural, and historical richness, tourism does not rise to the required level.

Key Words: tourism, tourism components, social influencer, social networking sites, Bouira state.

JEL Classification: L83.

* مرسل المقال: شرفلوي عائشة (a.cherfaoui@univ-bouira.dz)



المقدمة:

تزخر ولاية البويرة بمقومات طبيعية وموروث ثقافي وتاريخي يؤهلها لتكون وجهة سياحية ومقصداً لكافة شرائح المجتمع من كل أرجاء الوطن وتسمح بممارسة أنواع كثيرة من السياحة (العلاجية، الثقافية، الرياضية، سياحة المغامرات بكل أنواعها وغيرها...)، ولتتمين الوجهة السياحية وتنشيط العرض السياحي بالولاية يقع على عاتق مديرية السياحة بالولاية- باعتبارها ممثل وزارة السياحة والصناعة التقليدية القائمة بإدارة السياحة محلياً- أن توجه استراتيجياتها للبحث عن أساليب جديدة أكثر تميزاً لتقديم العروض السياحية بالولاية.

ونظراً لتغلغل مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الأفراد وتأثيرها على نشاطاتهم يمكن أن تكون الآلية الأكثر نجاعة في تسويق الوجهة السياحية للمنطقة، حيث أصبح التسوق عبر مواقع التواصل الاجتماعي حتمية وضرورة لكل المؤسسات التي تعمل على تنشيط مبيعاتها وخدماتها، نظراً للمزايا والفوائد الكثيرة التي يحققها مقارنة بالأساليب التسويقية التقليدية فلا أحد منا يستطيع أن ينكر أنه بإعلان هادف وبسيط على إحدى منصات التواصل الاجتماعي يمكن تحقيق ما لا يمكن تحقيقه بواسطة حملات اشهارية رصدت لها ميزانيات ضخمة، فمن جهة تقليص النفقات والجهود والوقت، ومن جهة أخرى الوصول إلى شرائح كبيرة من العملاء بواسطة كبسة زر ومجموعة من التفاعلات. ولن يكتمل نجاح استراتيجية التسويق الإلكتروني للسياحة بالمنطقة إلا في ظل وجود مقومات وهيكل مادية تضمن الإقامة الطيبة للزائرين والسياح الذين يبحثون عن الأفضل خاصة في ظل تنوع العروض الخارجية.

وبما أن لمديرية السياحة والصناعة التقليدية حسابات على منصات التواصل الاجتماعية (Instagram, Facebook, YouTube, twitter) عليها التخطيط والابتكار في المحتوى الذي يمكن نشره عن طريق فهم ميولات ورغبات الجمهور المستهدف.

من هذا المنطلق نطرح إشكالية البحث التالية: **كيف يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي تثمين الوجهة السياحية لولاية البويرة؟**

الفرضيات: للإجابة على الإشكالية المطروحة قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

- بالرغم من الثراء الطبيعي والموروث التاريخي والثقافي الذي تزخر به الولاية إلا أن مقوماتها السياحية المادية لا تواكب هذا الثراء لتنشيط السياحة؛
- حسابات مديرية السياحة على صفحات التواصل الاجتماعي لا ترقى للمستوى المطلوب لتثمين الوجهة السياحية للولاية.

أهمية الدراسة: أغلب مناطق الجذب السياحي بولاية البويرة تعاني تهميشاً كبيراً من طرف الهيئات المعنية وغير معروفة من طرف السياح سواء من داخل أ وخارج الوطن وحتى من أبناء الولاية، لذلك ونظراً لاعتماد الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي في مختلف جوانب الحياة وتأثر الأفراد بما يعيشه الآخرون من تجارب في أسفراهم الموثقة في هذه المواقع والرغبة في تجريب ذلك، فيمكن اعتبار هذه المواقع داعماً ومشجعاً للسياحة في منطقة البويرة.

أهداف الدراسة: تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:



- التعريف بإمكانيات القطاع السياحي بولاية البويرة؛
 - إبراز الأنواع المختلفة للسياحة بولاية البويرة؛
 - التعريف بمواقع التواصل الاجتماعي وخصائصها والدور الكبير الذي تلعبه اليوم في التعريف بالسياحة وتنشيطها.
 أدوات ومنهج الدراسة: للإجابة على الإشكالية المطروحة تم الاعتماد على مختلف المراجع ذات الصلة بالمتغيرين سواء السياحة أو مواقع التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى إجراء مقابلة مع المسؤولين بمديرية السياحة، وكذا الاعتماد على مختلف الإحصائيات المقدمة من طرف المديرية متبعين المنهج الوصفي لوصف الظاهرة وتحليلها.
 تقسيمات الدراسة: من أجل الإجابة والامام بكافة حيثيات هذه الدراسة قسمناها إلى ثلاثة محاور:
 المحور الأول الموسوم بـ "المقومات السياحية لولاية البويرة" تناولنا فيه تقديم للولاية وذكر الأنواع المختلفة للسياحة بها.
 أما المحور الثاني المتعلق بـ "مواقع التواصل الاجتماعي" فقد تطرقنا فيه لتعريف مواقع التواصل الاجتماعي وذكر خصائصها والأدوار التي تقوم بها.
 في حين تناول المحور الثالث المعنون بـ "مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنشيط السياحة بولاية البويرة" مختلف المنصات المعتمدة من طرف مديرية السياحة للولاية وتفعيلها لثمين وجهتها السياحية.

I. الدراسات السابقة

لقد تناول الموضوع عدة باحثين من أوجه نظر مختلفة ندرج أهمها فيما يلي:

1. مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للمناطق السياحية - دراسة حالة عينة من مشتركي شبكات التواصل الاجتماعي، كرفوف كريمة، زايد وافية، مجلة المدرسة العليا للتجارة، revue des réformes économiques et intégration en économie mondiale، n1، vol15، 2000.
 تطرقت هذه الدراسة إلى مساهمة شبكات التواصل في الترويج للمناطق السياحية والتعريف بها في ظل تزايد مستعملي هذه الشبكات، وتم التوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها أن شبكات التواصل الاجتماعي تحفز المشتركين على زيارة المناطق السياحية المروج لها وأن استعمال صور ومقاطع فيديو تعتبر فعالة، فمعظم الأشخاص ليس لديهم الوقت لقراءة فقرات عكس مشاهدة الصور والتمتع بالمنظر من خلال البحث الحي والمباشر.
2. مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للأنشطة السياحية في الجزائر - دراسة حالة حديقة الترفيه والتسلية موستالاند بارك بمستغانم-، بلعياشي محمد أمين، مجلة البشائر الاقتصادية، العدد2، ديسمبر 2020.
 هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة الفيسبوك كشبكة إلكترونية للترويج للأنشطة السياحية في الجزائر، وخلصت هذه الدراسة إلى ضرورة توسيع وتكثيف النشاطات الترويجية عبر شبكات التواصل حتى خارج المواسم السياحية ليبقى الاتصال بالزوار والعمل على خلق محتوى متنوع باختلاف المواسم السياحية، مع العمل على المزج بين التسويق السياحي التقليدي وعدم التخلي عنه إلى جانب التنوع في استخدام منصات التواصل الأخرى.



3. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنشيط السياحة الصحراوية -دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي شبكات مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى ولاية قسنطينة-، غيوة هيام زبيدة، بوعزيز ناصر، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد 4، العدد 3، سبتمبر 2022. هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى انتشار مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسياحة وقدرتها على الترويج للمواقع السياحية الصحراوية، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن وسائل التواصل ساعدت على اكتشاف الصحراء، ووفرت معلومات كافية عن المناطق السياحية الصحراوية لإظهار الصحراء الجزائرية كمقصد سياحي من خلال تسليط الضوء على جاذبيتها.

II. المقومات السياحية لولاية البويرة:

1. تقديم لولاية البويرة:

تقع ولاية البويرة في الجزء الشمالي من وسط البلاد، على مسافة 120 كلم من الجزائر العاصمة، وتمتد على مساحة تقدر بـ 4456.28 كلم² ما يمثل نسبة 0.19% من التراب الوطني، حيث أنشأت بعد التقسيم الإداري سنة 1974 بموجب الأمر رقم 74-69 المؤرخ في 02 جويلية 1974 المتعلق بإعادة التقسيم الإقليمي للولايات، مقسمة إلى 12 دائرة و 45 بلدية، وتعتبر همزة وصل بين الشرق والغرب، الشمال والهضاب العليا بواسطة الطريق الوطني رقم 5 (الجزائر - قسنطينة) والطريق السيار شرق-غرب، والطريق الوطني رقم 18 (سور الغزلان-بوسعادة)، وطريق السكة الحديدية الذي يربط الجزائر بقسنطينة، يحددها من الشمال ولايتي بومرداس وتيزي وزو، ويحددها من الجنوب والجنوب الغربي ولايتي مسيلة والمدية أما من الشرق والجنوب الشرقي فيحددها ولايتي بجاية وبرج بوعريبيج ويحددها من الغرب ولايتي البليدة والمدية (البويرة، 2023).

إن أصل تسمية البويرة أو "ثوبرتس" باللغة الأمازيغية، تربطها بأساطير عن وجود بئر بالمنطقة كانت ترتوي منه الوحوش، وكل من اقترب منه تفتتسه هذه الأخيرة، فأطلق عليه اسم "بئر ايرا" باللغة الأمازيغية وتعني "بئر السباع"، وأساطير أخرى تربطها بكثرة أراضيها الخصبة التي تركت بورا حيث يرجعونها إلى التسمية البربرية "توفوريست" أو ثوبوريست" والتي تتناسب مع الكلمة الأمازيغية "الفور" والتي تعني الأرض البور، في حين يرى آخرون أن اسم البويرة يعود إلى بئر سمي على اسم "حمزة بن باديس الحسني الذي ينتهي نسبه إلى الرسول (ص). (ذهبية، صفحة 01)

2. أنواع السياحة بولاية البويرة وفقا لمقوماتها الطبيعية:

إن الموقع الاستراتيجي لولاية البويرة يؤهلها لتكون قطبا سياحيا جذابا، حيث أنها تزخر بعدة مناطق سياحية تختلف باختلاف أنواع السياحة، والمتمثلة فيما يلي:

1.2. السياحة البيئية والاستكشافية: تمتلك ولاية البويرة مجموعة من الموارد الطبيعية والبيئية تشجع السائح لاعتبارها وجهة سياحية بامتياز، نظرا لمقوماتها الطبيعية والتي ندرجها فيما يلي: (مديرية السياحة، 2022)

أ. المسالك السياحية: تمتلك ولاية البويرة أربعة (04) مسالك مهيئة للتجوال عبر الحظيرة الوطنية لجرجرة إضافة إلى المسالك التي تمت دراسة تحديدها وتهيئتها، وهي مسلك ميمونة بأعلى قمة جبل حيزر ببلدية حيزر ومسلك ميمونة



بتيكجدة عبر بلديتي حيزر والأسنام بالإضافة إلى مسلك تالا رانا بقمة لالا خديجة وبترتي نكولال ببلدية صحاريح ومسلك قمة جبل حيرة بفتح ديرة ببلدية سور الغزلان.

ب. **الحظيرة الوطنية لجرجرة:** تتوسط ولايتي تيزي وزو شمالا والبويرة جنوبا، إذ تم انشاؤها بموجب المرسوم الرئاسي رقم 46083 المؤرخ في 1983/07/23 بمساحة تقدر بـ 18550 هكتار، وقد تم تصنيفها كمحمية طبيعية للكائنات الحية من طرف اليونيسكو في 1997/12/15، إذ تشكل منتجعا للراحة والترفيه والابتعاد عن سخب المدينة في كل مواسم السنة، خصوصا عندما استفادت من هياكل سياحية هامة كالمركز الوطني للرياضة والتسلية بتيكجدة (cnsit) بالإضافة إلى النزول الريفي وكذا الشالي الأخضر، وتتكون من:

ب.1. **الثروات الطبيعية:** تمتلك المحمية الوطنية لجرجرة جملة من الثروات الطبيعية يمكن إجمالها فيما يلي:

- **الغابات:** المطع على الحظيرة الوطنية لجرجرة يجد أهما تتكون من غابات الأرز بتيكجدة، غابة الأرز وغابة الصنوبر الحلي بتالا رانا بالإضافة إلى غابة الصنوبر الحلي بتيكجدة.

ب. 2. **المواقع الطبيعية الخلابة بالحظيرة الوطنية لجرجرة:** ندرجها فيما يلي:

- **الموقع الطبيعي لتالا رانا:** يقع ببلدية صحاريح (دائرة مشدالة) شرق جرجرة، ويبلغ ارتفاع هذا الموقع 1400م، ولا يزال على حالته الطبيعية الأصلية، ويعد هذا الموقع بمثابة محمية حقيقية للحوانات البرية وأصناف عديدة من الزهور وهو مزود بمنبع طبيعي للمياه الصالحة للشرب، وتهمين على المنطقة قمة لالة خديجة بعل وقدره 2308م، ولا يحتوي على أي هياكل سياحية مادية ما عدا نزل مهجور فهو اذن منطقة خارج الاستغلال يمكن الاستفادة منها بعد تهيئتها.

- **الموقع الطبيعي عين الزيدة (بلدية أغبالو):** يقع على حدود ولاية البويرة مع كل من ولاية بجاية وولاية تيزي وزو وهي جزء من الحظيرة الوطنية لجرجرة تقع على علو 1400م وتطل على سهل واد ساحل وتقابل سلسلة جبال البيان جنوبا، يحتوي على غابة كثيفة من أشجار الفلين وهو ملائم كمحطة استراحة للمسافرين عبر سلسلة جبال جرجرة، ومن المفروض أن يستفيد الموقع من نزل وساحة استرخاء وراحة للسائقين والسياح المارين بالمنطقة.

- **الموقع الطبيعي لميمونة:** يتواجد موقع ميمونة في الجهة الجنوبية لجرجرة على بعد حوالي 8 كلم من حيزر ولا يبعد كثيرا عن تيكجدة على علو 1000م، ويحتوي الموقع على منحدر مائي تتجمع فيه المياه مشكلة مسبح طبيعي يتردد عليه أطفال القرى المجاورة، كما تتميز بغزارة مياه منابعها إضافة إلى مغاراتها ومنحدراتها الصخرية التي تشكلت منها قوس صخرية طبيعية، تمارس بها رياضة التسلق كما أنها نقطة انطلاق لمسالك التجوال عبر الحظيرة الوطنية لجرجرة.

- **المغارات والهواة:** تم إحصاء أكثر من 40 مغارة وهوة في الحظيرة، وتعتبر من مناطق جذب السياح والرياضيين وكذا الباحثين وهي تتمركز في أغلبها في الجنوب الشرقي من الحظيرة وتحديدا على مرتفعات "أكوكور"، ومن أهمها نجد هوة النمر (أن وفليس) بتيكجدة بعمق 1007م وهي أعمق هوة بإفريقيا، هوة أسول بعمق 805م، ومغارة الجليد (تكواتس قريسان) بعمق 230م.



من خلال كل هذه المقومات يتبين أن الحظيرة الوطنية لتيكجدة منطقة سياحية بامتياز، فمناعها ملائم للسياحة في كل الأوقات، إذ يمكن أن تكون هدف الطالبين للترحلق وعشاق الرياضات الجبلية في فصل الشتاء، أما في فصل الصيف فتستقبل هواة الطبيعة الخلابة والمتجولون.

ت. **المواقع والمؤهلات خارج الحظيرة الوطنية لجرجرة:** تزخر ولاية البويرة بعدة مناطق طبيعية خلابة خارج الحظيرة الوطنية من أهمها:

ت.1. **الموقع الطبيعي مغنين:** تقع مدينة مغنين على بعد حوالي 15 كلم غرب بلدية برج اخريص على ارتفاع 1420م، ويمتد المرتفع مناظر خلابة للمنطقة وضواحيها، يتشكل الموقع من تضاريس مختلفة (جبال، سهول، منحدرات ومسطحات مائية)، بحيث يحتوي على ثلاث بحيرات لا تجف إلا صيفا، وتعد المنطقة جد ملائمة لممارسة نشاطات التجوال والصيد وكذا القفز بالمظلات.

ت.2. **جبل ديرة (بلدية سور الغزلان):** تطل على مدينة سور الغزلان بعلو يبلغ 1810م وتتميز بغاباتها الكثيفة ومنحدراتها الصخرية، وتتوفر على عدة منابع للمياه التي تنطلق منها عدة وديان وأهمها واد لكحل الذي يمر عبر مدينة البويرة ويصب في البحر ببحاية.

ت.3. **غابة الريش:** تتكون من أشجار الصنوبر والفلين، تقع شمال غرب مدينة البويرة، تأوي عدة أصناف من الحيوانات والنباتات وبها حجاز مائي وممرات، فهي إذن تشكل موقعا طبيعيا ملائما للسياحة الاستجمامية والجوارية والنشاطات الرياضية مثل: الجولات، العدو، الفروسية والصيد، وتستقطب أعدادا كبيرة من الزوار من مدينة البويرة وضواحيها.

ث. **السدود والمسطحات المائية:** تتوفر الولاية على 03 سدود هامة مناسبة لاستقبال نشاطات رياضية وبيعية وهي: سد تلسديث (بشلول) وسد لكحل (بعين بسام) بالإضافة إلى سد كدية اسردون (الأخضرية).

بالإضافة إلى حوالي 20 حجازا مائيا، فضلا عن كون هذه المسطحات المائية تلعب دورا هاما من ناحية تخزين المياه وتزويد الولاية بالمياه الصالحة للشرب وسقي المساحات الزراعية، الا أنه يجب دراسة إمكانية تهيئة المنطقة بالغابات ومساحات الاستجمام لاستقبال الزوار المحليين والقادمين من مناطق أخرى.

2.2. **السياحة التاريخية والأثرية:** تعتبر ولاية البويرة معبر الحضارات، حيث تركت كل منها آثارها بالمنطقة، وتعتبر المناطق التاريخية والأثرية من الوسائل المهمة للاستقطاب السياحي، تتميز ولاية البويرة بتنوع تراثها الثقافي المادي واللامادي الذي يمثل صورة للتنوع الثقافي للجزائر، وبما أن الولاية لديها أكثر من موقع أثري فان هذا سيرفع من إمكانيات الجذب السياحي للولاية منها: (فاسي، 2010)

أ. **مدينة أوزايا:** تقع بدائرة سور الغزلان، توضح بأن البويرة كانت مفترقا للحضارات، وشيدت مدينة سور الغزلان على أطلال المدينة الرومانية أوزايا، حيث لازالت تضم الأبواب القديمة للمدينة وهي: باب الدزاير أ وباب الجزائر سنة 1855، باب سطيف سنة 1856، باب بوسعادة وباب المدينة.



كما يوجد بها المدرج الروماني وأيضا بعض البقايا لحصون رومانية وشهادات القبور الرومانية المتواجدة بحديقة البلدية، ومقاطع من السور الروماني الذي كان يحيط بمدينة أوزايا القديمة والتي تم ترميمها أثناء الاستعمار الفرنسي. إضافة للمعلم الرومانية السابقة نجد بمدينة سور الغزلان أيضا المجرى المائي الروماني الذي يبعد عن وسط المدينة بـ 2 كلم، ويقع بالتحديد في المكان المسمى الأوقاس، وكان يضم 7 أقواس لم يتبقى منها في الوقت الحالي الا قوس واحدة تعبر واد صغير معرضة للزوال ان لم يتم ترميمها بصفة مستعجلة.

توجد بمدينة سور الغزلان أوزايا أو "أومال" كما سميت في عهد الاستعمار الفرنسي آثار تركية كالمسجد العتيق والذي شيد سنة 1753م يقع على بعد 300م من سور المدينة القديم، والذي لا تزال بقياه إلى يومنا هذا كالحراب وشكل النافذة، بالإضافة إلى مناطق يمكن اعتبارها تاريخية منها الثكنة الفرنسية القديمة، بقايا السجن الفرنسي الذي كان يمارس فيه التعذيب. كما تم اكتشاف بعض الآثار التي تعود لفترة ما قبل التاريخ ويعتبر مجالا يجلب اهتمام باحثي علم الآثار والمؤرخين وكذا السياح وهواة الاكتشافات.

ب. الحصن التركي: يقع هذا الحصن بمدينة البويرة وبالتحديد في ذراع البرج، وهو عبارة عن حصن عسكري شيد في عهد "الباي بلعراي قورصو" في الفترة ما بين 1540-1541، والمعلم مشيد في شكل نجمة ويتضمن كرات الرمي القتالية في المرتفعات، وتوجد حول الحصن توابع عدة منها: مصنع الحديد، فرن، مطحنة، مشغل السرج والاسطبلات الخيول، وكان يسكن الحصن قادة الأتراك وكذا الموظفون وبعض ضباط الإدارة الاستعمارية الفرنسية فيما بعد. ويعد الحصن بمثابة تراث غني من حيث الأحداث التاريخية الا أنه مهجور كليا في الوقت الحالي.

ت. حصن أخريص: يقع الحصن المدعو "برج أخريص" في النهج الرئيسي لبلدية برج أخريص المعروف حاليا بـ "الحوش الكبير"، يحده من الغرب الطريق المؤدي إلى بلدية تقديت، وشمالا الساحة العمومية التابعة للبلدية، وجنوبا حظيرة البلدية، ومسجد عبد المالك شرقا، ويعود تاريخ تأسيسه إلى عهد الاستعمار بغرض دفاعي.

ث. المعلم العتيق لعين حازم: يقع ببلدية الهاشمية ويحتوي على آثار رومانية تتميز بأحجار ضخمة بالإضافة إلى شهادات وقبور ويثرين رومانيين.

ج. المعلم المدعو "تشافيث": ويعود هذا المعلم إلى العهد الروماني يقع ببلدية لعجبية، ويمثل قلعة عسكرية من أصل روماني ويحتوي هذا المعلم على أواني فخارية، فسيفساء، أعمدة وبقايا أسوار.

ح. برج آث منصور: يقع بالجهة الشمالية لبلدية آث منصور على بعد 50 كلم شرق البويرة، ويعود تشييد هذا المعلم إلى العهد العثماني، استعمل كمركز للمراقبة العسكرية، ذ ومساحة قدرها 8500م² وتضمن عدة أجنحة، كما استخدم كمركز للتعذيب خلال الفترة الاستعمارية.

خ. معلم "حجرة البلاج": يقع هذا المعلم بمنطقة "الخبائثة" ويتشكل من حصن عسكري ومن أحجار ضخمة.

د. ضريح الحاكمية: يقع هذا المعلم الروماني المسمى "غرفة أولاد سلامة" على بعد 11 كلم تقريبا شرق سور الغزلان ببلدية الحاكمية.



3.2. **السياحة العلاجية والاسترخائية:** تتوفر ولاية البويرة على منبع حموي واحد يقع بمنطقة حمام كسانة التابعة لبلدية الهاشمية وتعرف مياهه بخاصيته العلاجية لعدة أمراض، سمي قديما "فراكسا" ويعود للعهد الروماني، يقع على بعد 35 كلم جنوب البويرة وعلى بعد 12 كلم شرق بلدية الهاشمية، يقدم المركب الحموي "فراكسن" عدة خدمات كالاستحمام، الدورات العلاجية والدلك الطبي، حيث ساهم هذا المركب في اخراج المنطقة من عزلتها وانعكس إيجابا على الاقتصاد المحلي للمنطقة، وبالإضافة إلى الفوائد الطبية لمياه المنطقة فهي تزخر بمناظر طبيعية رائعة ما يجعلها ملائمة للسياحة الترفيهية كالجولات والنشاطات الرياضية. (مديرية السياحة، 2022)

4.2. **السياحة الثقافية:** ويتمثل هذا النوع من السياحة في التظاهرات الثقافية التي من الممكن أن تجلب زوارا وسياحا من الولاية وخارجها، ونذكر منها: عيد الحصاد ويحتفل به في موسم الحصاد في شهر جويلية وعيد الزيتون ويحتفل به في شهر جانفي. (فاسي، 2010) كما نجد مجموعة من التظاهرات التي تقام بالولاية ومن أهمها: معارض الطبخ التقليدي وعروض للنشاطات الحرفية لسكان المنطقة.

5.2. **السياحة الدينية:** تنتشر بولاية البويرة عدة مساجد وزوايا لكل منها تاريخها العريق وارتباطها الوثيق بالدين الإسلامي وبالمنطقة وخصائصها الثقافية، نذكر منها: (حسيني، 2010)

أ. **المساجد:** تعتبر المساجد معالم تاريخية نظرا لقدمها وأصالتها، حيث نجدها منتشرة على ربوع الولاية نذكر على سبيل الحصر المسجد العتيق بسور الغزلان (1753) وكذا مسجد عقبة بن نافع بالعجبية ومسجد بن يخلف بمشدالة ومسجد سيدي علي بن سليمان ببلدية بوكرام وغيرها...

ب. **الزوايا:** تعبر الزوايا عن حقبة تاريخية غنية بالأحداث والتحويلات الاجتماعية فهي اذن ملجأ للسياحة الدينية، فالزوايا الدينية بولاية البويرة لعبت دورا هاما في الحفاظ على الروابط الاجتماعية ونشر الدين الإسلامي، ونذكر منها:

ب.1. **زاوية بلعموري:** تقع في بلدية الحجر الزرقاء شيدت عام 1895؛

ب.2. **زاوية قرومة:** تأسست في القرن 17 بعد الهجرة على يد الشرفاء القادمين من الساقية الحمراء، وكانت خلال العصر العثماني عبارة عن مؤسسة إدارية مكلفة بتوزيع الزكاة على المعوزين.

6.2. **سياحة الأعمال:** وتتمثل أساسا في تطور الفنادق الحضرية والخدمات المتعلقة بها من تنظيم مؤتمرات وملتقيات وكذا المعارض والتظاهرات الاقتصادية والمهنية، وتعتبر مجالا واعدا بالنظر إلى تنامي الأنشطة الصناعية والتجارية بالولاية إضافة إلى التطور الملحوظ في مجال التنسيق بين القطاعات الاقتصادية وجامعة البويرة مما يخلق ديناميكية تستفيد منها المؤسسات السياحية.

3. واقع السياحة بولاية البويرة:

تمثل الهياكل السياحية في الغالب المحدد الجوهري لحركة السياحة بأي منطقة كانت فهي اذن أداة مهمة من أدوات الجذب السياحي، فمهما كان نوع السياحة بيئية أو أثرية فالسائح يبحث دوما على توفر هياكل استقبال تكون في المستوى وتكون قادرة على توفير الراحة المطلوبة من طرف السياح، حيث تعرف ولاية البويرة نقصا ملحوظا في الهياكل السياحية، وسنحاول من خلال ما يأتي تقديم أهم الهياكل السياحية وحركة السياح بولاية البويرة.



1.3. وضعية الحاضرة الفندقية: تملك ولاية البويرة 9 فنادق كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (01): الحاضرة الفندقية لولاية البويرة لسنة 2022

التوظيف	طاقة الإيواء	العدد	
83	166	02	نجمتين (02)
24	410	04	نجمة واحدة (01)
11	500	01	غير مصنف (قيد التصنيف)
4	60	01	هياكل معدة للفندقة
	110	01	فندق مغلق لإعادة التأهيل
122	1246	09	المجموع

المصدر: حصيلة النشاطات لسنة 2022، مديرية السياحة لولاية البويرة

من خلال الجدول السابق يظهر أن ولاية البويرة تملك حظيرة فندقية متواضعة، حيث نجد فقط فندقين يملكان تصنيف نجمتين وهو أعلى تصنيف تملكه فنادق الولاية و4 فنادق يملكون نجمة واحدة، فهي اذن تفتقر للفنادق الفاخرة، ولا يندرج ضمن هذه الاحصائيات الفندق التابع للمركب الرياضي لتيكجدة لأنه تابع لوزارة الرياضة (أغلب نشاط المركب يتمثل في تريض الفرق الرياضية). ان الحركة الملحوظة للوافدين تتمثل في سياحة الأعمال كحضور الملتقيات الوطنية والدولية التي تنظمها جامعة أكلي محند أولحاج بالبويرة أو من أجل التجارة باعتبارها سوق منتعشة، أو كنقطة راحة من السفر الشاق نظرا لوجودها على الطريق السيار شرق-غرب، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (02): احصائيات الفنادق للفترة 2014-2022

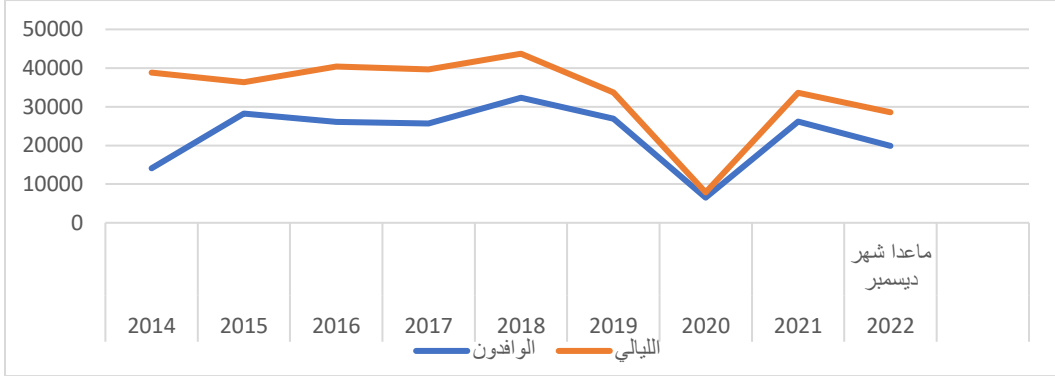
السنوات	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022 ما عدا شهر ديسمبر
الوافدون	14121	28245	26087	25659	32329	26916	6505	26177	19884
الليالي	38856	36306	40391	39653	43702	33728	7860	33610	28570

المصدر: حصيلة النشاطات لسنة 2022، مديرية السياحة لولاية البويرة.

من خلال الجدول يظهر أن حركة الوافدين للولاية عرفت تطورا ملحوظا من سنة 2014 إلى سنة 2019، ثم انخفضت بشدة في سنة 2020 وهذا نظرا لتداعيات جائحة كورونا، لتعود إلى الارتفاع سنة 2021 وتعود الحركية إلى سابق عهدها.



الشكل رقم (01): احصائيات الفنادق



المصدر: حصيلة النشاطات لسنة 2022، مديرية السياحة لولاية البويرة.

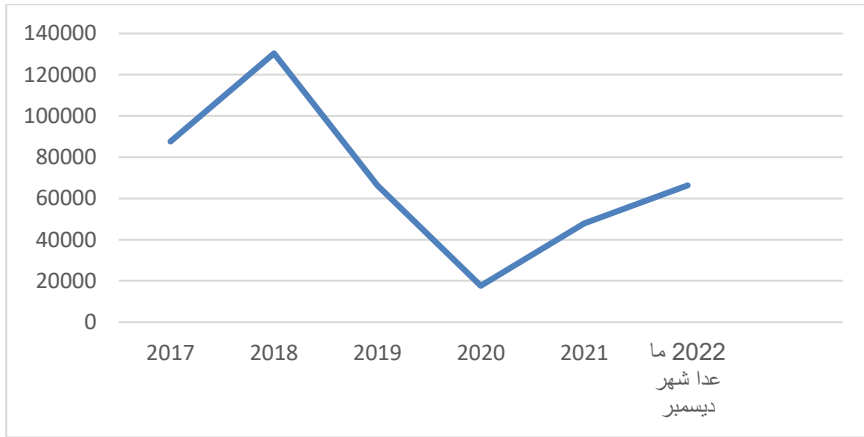
بمقارنة الوافدين للحظيرة الفندقية يلاحظ ضعف طاقة الايواء، خصوصا إذا أضيف عدد زوار مركب "فراكسن" الذي سيزيد من الضغط على طاقة الايواء إذا كان الزوار من خارج الولاية مما يستوجب ضرورة توسيع الحظيرة الفندقية وترقيتها، وهذا ما تظهره الاحصائيات الموضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (03): إحصائيات السياحة

السنوات	2017	2018	2019	2020	2021	2022 ما عدا شهر ديسمبر
الوافدون	87671	130373	66314	17617	47855	66338

المصدر: مديرية السياحة لولاية البويرة، 2022

الشكل رقم (02): احصائيات السياحة الحموية "مركب فراكسن" الحموية "مركب فراكسن"



المصدر: مديرية السياحة لولاية البويرة، 2022

2.3. الاستثمار السياحي الخاص بالولاية: وينقسم الى:

أ. مشاريع قيد الانجاز: تم إحصاء 20 مشروعا فندقيا بطاقة إيواء تقدر بـ 1648 سرير وتكلفة 6.836.776.306.00 دج وعدد مناصب شغل 1126 مبنية وانجازها سيعطي دفعا جديدا للسياحة بالمنطقة:



الجدول رقم (04): حصيلة الاستثمار السياحي الخاص بولاية البويرة سنة 2022

المشاريع	العدد	طاقة الإيواء (سرير)	التكلفة	مناصب الشغل	ملاحظات
طور الانجاز	15	1406	6.098.962.832.00 دج	917	المشاريع في طور الانجاز.
غير المنطقية	03	171	468.400.474.00 دج	161	- المستثمر يواجه صعوبات مالية لكنه يرفض طلب قرض مالي. -المستثمر بصدد تكوين ملف القرض البنكي. -المستثمر بصدد تكوين ملف رخصة البناء التعديلية.
المشاريع المنتهية	02	71	234.413.000.00 دج	48	- بصدد تكوين ملف الدخول في الاستغلال.
المجموع	20	1648	6.836.776.306.00 دج	1126	

المصدر: حصيلة النشاطات لسنة 2022، مديرية السياحة لولاية البويرة.

ب. طلبات الاستثمار السياحي: تم تسجيل 72 ملف خاص بطلب الاستثمار في المجال الفندقية مبنية كالتالي:

الجدول رقم (05): حصيلة طلبات ملفات الاستثمار السياحي بولاية البويرة سنة 2022

العدد	طاقة الإيواء	التكلفة	مناصب الشغل	ملاحظات
72	5879	26.615.385.514.00 دج	4202	- الملفات المدروسة والمقبولة: 05 - الملفات غير المدروسة: 13 - الملفات المرفوضة من طرف CALPI: 08 - الملفات المرفوضة لأسباب مختلفة: 46

المصدر: حصيلة النشاطات لسنة 2022، مديرية السياحة لولاية البويرة.

3. العقار السياحي:

تزرخ ولاية البويرة بامكانيات طبيعية غير مستغلة بعد، وتمثل مناطق جذب سياحي بامتياز، ونجد خلال هذه السنة ادراج منطقة حمام كسانة كمنطقة توسع سياحي بالإضافة إلى اقتراح كل من جبل ديرة وسد لكحل واغزر أومزياف كمناطق توسع سياحي لما تزرخ به هذه المناطق من مقومات طبيعية، والجداول الموالية توضح ذلك:



الجدول رقم (06): مناطق التوسع السياحي المصنفة

الدائرة	البلدية	تسمية المنطقة	المساحة	ملاحظة
الهاشمية	الهاشمية	حمام كسانة	72 هكتار	- مصنفة وفقاً للمرسوم التنفيذي رقم 22-221 المؤرخ في 2022/06/14 المتضمن تحديد مناطق التوسع والمواقع السياحية. - بصدد اعداد مخطط التهيئة السياحية

المصدر: حصيلة النشاطات لسنة 2022، مديرية السياحة لولاية البويرة.

الجدول رقم (07): مناطق التوسع السياحي المقترحة للدراسة

الدائرة	البلدية	تسمية المنطقة	المساحة	ملاحظة
سور الغزلان	سور الغزلان	جبل ديرة	77 هكتار	- عمليات التهيئة مسجلة (مجمدة)
عين بسام	عين بسام	سد لكحل	10 هكتار	
امشدالة	أحنيف	إغزر أومزياف	18 هكتار	
03 مناطق			105 هكتار	

المصدر: حصيلة النشاطات لسنة 2022، مديرية السياحة لولاية البويرة.

4. وكالات السياحة والسفر بولاية البويرة:

نجد حوالي 47 وكالة سياحية تنشط عبر تراب ولاية البويرة، تقدم خدمات متعلقة بالتأشيرات والرحلات المنظمة سواء للعمرة أو لدول أخرى حسب ما يوضحه الجدول رقم (09)، فهي اذن لا تخدم السياحة في الولاية بصفة مباشرة، الا أن وجود مثل هذه الوكالات يساهم في تحريك عجلة الاقتصاد بالولاية من خلال خلق مناصب عمل، فضلا عن مساهمتها في التعريف بالولاية وربطها بوكالات سياحية من داخل وخارج الوطن. وتتمثل أهم نشاطاتها في: (فاسي، 2010)

- تنظيم السفر من خلال تنظيم جولات سياحية فردية او جماعية؛
 - تنظيم الرحلات والزيارات الموجهة في القرى والمواقع ذات الخصائص السياحية، الثقافية والتاريخية؛
 - وضع تحت تصرف السياح خدمات الترجمة والدليل السياحي؛
 - الإقامة وحجز الغرف في الفنادق مع ضمان النقل السياحي؛
 - بيع التذاكر الخاصة بالتظاهرات الثقافية والرياضية وغيرها واستقبال السياح والتكفل بهم طوال جولاتهم؛
 - التكفل بجميع الإجراءات المتعلقة بالسياح في حالة تعرضهم لخطر ما؛
 - تقديم معلومات عن باقي الوكالات المحلية والأجنبية؛
 - كراء السيارات ونقل الحقائب وكذلك كراء المخيم وأدوات التخيم.
- ومن خلال متابعة نشاط وكالات السياحة والأسفار بسنة 2022 من طرف مديرية السياحة لولاية البويرة تم رصد الاحصائيات التالية:



الجدول رقم (08): احصائيات الوكالات السياحية لولاية البويرة لسنة 2022

عدد الزبائن			عدد الوكالات
عدد السواح	جزائريين غير مقيمين	جزائريين مقيمين	47
المتوجهين إلى الخارج	(سياحة استقبالية)	(سياحة داخلية)	
791	301	1906	المجموع

المصدر: حصيلة النشاطات لسنة 2022، مديرية السياحة لولاية البويرة.

يظهر من متابعة نشاط وكالات السياحة والأسفار لسنة 2022 أن إجمالي الوكالات قيد النشاط 47 وكالة، كما أن إجمالي طلبات الاعتماد 31 طلب، في حين طلبات الاعتماد المودعة لسنة 2022 هي 13 طلب حيث تم اعتماد 05 وكالات خلال هذه السنة بالإضافة إلى 03 طلبات اعتماد لفروع وكالات سياحية.

III. مواقع التواصل الاجتماعي:

1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها "مواقع تشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية" (غسان والمقدادي، 2013). كما تعرف على أنها منصات على الأنترنت تتيح التفاعل ثنائي الاتجاه عبر محتويات يبتجها المستخدمون أنفسهم فضلا عن التواصل بين المستخدمين فهي ليست كوسائل الاعلام التي لا تخرج الا من مصدر واحد أو من موقع شبكي ثابت وانما هي وسائل للتواصل صممت خصيصا لتتيح للمستخدمين انتاجا لمحتويات بأنفسهم والتفاعل مع المعلومات ومصادرها. (المؤسسة الدولية الديمقراطية للانتخابات)

ويرجع الفضل في ظهور أول موقع للتواصل الاجتماعي للأمريكي "RANDY CONRADS" الذي أسس موقع "CLASSE MATES.COM" سنة 1995 هدفه الربط بين زملاء الدراسة، تلاه سنة 1997 موقع SIXDEGRERS.COM الذي سمح للمستخدمين بوضع معلوماتهم الشخصية وقائمة أصدقائهم على صفحاتهم (profile) وخدمة ارسال الرسائل الخاصة بين الأصدقاء. (ايزاخ، 2017، ص 8)

غير أن هذه المواقع فشلت في بدايتها لأنها لم تفلح في تحقيق الأرباح التي تساعدها على الاستمرار، إلى غاية سنة 2003 ظهر موقع My.space الذي يتيح امكانية تبادل الصور بالإضافة إلى الرسائل مما فتح أفقا جديدة لظهور مواقع أخرى أكثر تطورا أهمها:

- في سنة 2003 أطلق موقع LinkedIn للمحترفين (المهنيين) يتشاركون من خلاله في مجموعات اهتمام تمكنهم من الاطلاع على جميع عروض العمل بدءا من الولايات المتحدة الأمريكية، ليصبح من أهم مواقع عروض العمل عبر العالم يتم عبره نشر حوالي 100 مليون طلب عمل كل شهر. (Digital, 2022)

- في سنة 2004 أنشأ طالب أمريكي Mark Zuckerberg 19 سنة موقع Facebook للاجتماع بأصدقاء الجامعة، ليصبح بعد ذلك عملاق المنصات الاجتماعية لما يتيحه من استخدامات عديدة (الدردشة، التواصل، الصور



والرسائل، التعليق على المنشورات، التسوق وغيرها كما تستخدمه كثير من المؤسسات للإشهار والاعلان عن منتجاتها وخدماتها، تخطى عدد مشتركه حتى اكتوبر 2021 (2.91 مليار) مستخدم شهريا. (Idem)

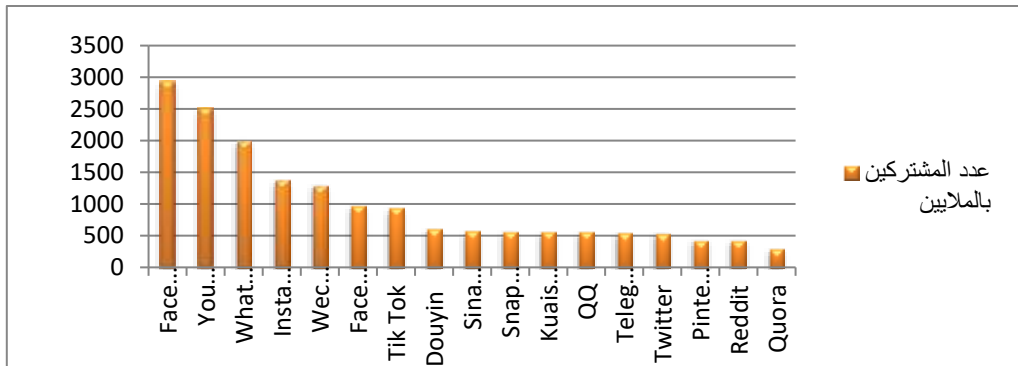
- في سنة 2005 تم اطلاق موقع " YouTube " من ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، أول موقع يسمح بمشاركة مقاطع فيديو مجانا والتعليق عليها ويتمتع بخاصية العمل على مواقع أخرى، تم ضمه إلى شركة Facebook سنة 2006، يبلغ عدد مشتركه إلى غاية اكتوبر 2022 حوالي 1.5 مليار مشترك شهريًا. (Statista, 2022)

- في سنة 2006 ظهر Twitter الذي يوفر خدمة التدوين المصغر يسمح لمستخدميه بإرسال التغريدات بحد أقصى من الحروف 140 حرف للتدوينية الواحدة، من خلال إرسال رسالة نصية أو عبر برامج المحادثات الفورية ليصبح في فترة وجيزة أصغر وسيلة تدوين فائقة القوة متعددة الاستخدامات (من التعليق على المشاهير، إلى نشر الأخبار والتسويق الإلكتروني،...).

- في سنة 2010 أطلق Facebook تطبيق Instagram على أجهزة Apple و Android يسمح بالتواصل ومشاركة الصور ومقاطع الفيديو من خلال منشور واحد مما جعله ينجح في استقطاب العديد من المشتركين حوالي 1386 ناشط شهريًا حسب إحصائيات أكتوبر 2022.

- في سنة 2011 تم إطلاق تطبيق Snapchat على الهواتف الذكية والذي يسمح بمشاركة الصور ومقاطع الفيديو اضافة للرسومات والكتابة عليها، يتم ازلتها تلقائيا بعد ذلك يتيح مشاركة اللحظات وقت حدوثها، أغلب مشتركه من الشباب. وتوالت المواقع في الظهور بعدما تحولت من مجرد وسائل للتواصل إلى شركات عالمية تدر أرباحا خيالية، حيث وصل عدد الناشطين عبر العالم إلى 56.6% من عدد سكان العالم حسب الاحصائيات الأخيرة لسنة 2022 (4.8 مليار مستخدم شهريا)، والشكل الموالي يظهر ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تداولاً في العالم وفقا لعدد المشتركين بشهر اكتوبر 2022، كما يلي:

الشكل رقم (02): ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تداولاً في العالم وفقا لعدد المشتركين بشهر أكتوبر 2022 (عدد المشتركين بالملايين)



المصدر: (https://fr.statista.com/statistiques/570930/reseaux-sociaux-mondiaux-classes-par-nombre-d-utilisateurs, 2022)



2. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تميز وسائل التواصل الاجتماعي بالخصائص التالية: (دراجي، 2017)

- الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية: حيث يمكن من خلالها التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس وتاريخ الميلاد والاهتمامات والصور الشخصية؛
- المشاركة: حيث تشجع المساهمات والتعليقات من الأشخاص المهتمين؛
- الانفتاح: معظم وسائل الاعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الانشاء والتعديل على الصفحات، حيث انها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات؛
- المحادثة: اتاحة المحادثة في اتجاهين والمشاركة والتفاعل مع الحدث والخبر والمعلومة المطروحة؛
- الأصدقاء والعلاقات: وهم الأشخاص الذين يتعرف عليهم شخص لغرض معين، حيث تطلق بعض المواقع الاجتماعية مسمى صديق على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء؛
- ارسال الرسائل: تتيح ارسال الرسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن؛
- المجتمع: تتيح للمجتمعات المحلية تشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح واهتمامات مشتركة؛
- المجموعات: تتيح انشاء مجموعات اهتمام تحت مسمى ما وذات أهداف معينة، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ 'events'؛
- الترابط: شبكة اجتماعية مترابطة مع بعضها البعض عبر الوصلات والروابط التي توفرها؛
- الصفحات: ابتدع هذه الفكرة موقع الفاييسبوك واستخدمها تجاريا بطريقة فعالة، حيث يعمل على انشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وازهارها لفئة يحدونها من المستخدمين.

كما وتشارك وسائل التواصل الاجتماعي بكل أنواعها واختلاف خصائصها في مجموعة من الخصائص الأخرى أهمها: (ايزاخ، 2017)

- العالمية والتفاعلية؛
- اللزمان واللامكان والهروب من الواقع إلى واقع افتراضي يحدده الفرد؛
- المجانية والاقتصاد في النفقة وسهولة الاستخدام؛

3. دور مواقع التواصل الاجتماعي:

- تلعب وسائل التواصل الاجتماعي مجموعة من الأدوار لعل من أبرزها: (الفتاح، 2013، صفحة 122)
- إمكانية التعبير عن الآراء والتوجهات وطرح مختلف الأفكار ومناقشتها؛
- ممارسة التسويق والتجارة الإلكترونية؛



- سهولة التعارف والتواصل بين الأفراد في مختلف أنحاء العالم رغم اختلاف الثقافات وإمكانية التعايش في العالم الافتراضي عكس الواقع؛
- إمكانية التسلية والترفيه في كل المجالات.
- الاستخدام المهني للبحث عن الوظائف مع توفير المعلومات المختلفة في وقت قصير؛
- رغم كل الانتقادات الموجهة لهذه الوسائل إلا أنها تساعد في نشر الوعي لدى الشباب بواسطة الندوات والحملات التي يقوم بها المؤثرون والجمعيات في شتى مجالات الحياة؛
- سهولة الاتصال بالقيادات الحاكمة دون حواجز إدارية، فبمجرد تغريدة يمكن الوصول إلى أبواب كانت مغلقة من قبل.

IV. مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنشيط السياحة بولاية البويرة:

من خلال واقع السياحة بالمنطقة ودور الوكالات السياحية المقتصر على تقديم خدمات متعلقة بالتأشيرات والرحلات المنظمة سواء للعمرة أو لدول أخرى، يلاحظ اقتصار الوافدين للولاية على سياحة الأعمال خصوصا بعد انطلاق نشاط المنطقة الصناعية بواد البردي، بالإضافة إلى زوار يقصدون المنطقة الحموية بتكسانة للعلاج بالمياه الطبيعية ذات الخصائص المنفردة وكذا توافد أبناء المنطقة وبعض الزوار من المناطق المجاورة لزيارة الحظيرة الوطنية لجرجرة. أما باقي المواقع السياحية بالمنطقة غير معروفة حتى من أبناء الولاية ما بالك باقي المواطنين من شتى ربوع الوطن رغم الجهود التي تقوم بها مديرية السياحة لتنشيط السياحة المحلية والداخلية بالمنطقة.

فبالإضافة إلى نشاطاتها الدائمة من مهرجانات وتظاهرات ثقافية في كل المناسبات والمحاضرات والايام الدراسية التي تقوم بها فهي تنشط على مواقع التواصل الاجتماعي بأربعة حسابات مصممة بطريقة جيدة يتم تحديثها باستمرار، ولكنها غير فعالة، وهي: (مديرية السياحة، 2022)

1. الفاييسوك **Face Book**: لدى صفحة الفاييسوك لمديرية السياحة 2900 متابع ولكن أغلبهم غير ناشطين لا يتابعون المنشورات رغم حرص المسؤولين على اطلاع المتابعين بكل الأحداث فور وقوعها من خلال هذه الصفحة.
2. حساب اليوتيوب **You Tube**: يتم من خلاله بث مقاطع فيديو عن كل التظاهرات والخرجات الميدانية للمسؤولين لكن عدد التعليقات ضئيل جدا (لكل فيديو حوالي 3 تعليقات وتشارك).
3. حساب أنستغرام **Instagram**: بلغ عدد متابعي الصفحة 5 إلى غاية ديسمبر 2022.
4. حساب تويتر **Twitter**: لا يختلف الأمر بالنسبة لهذا الحساب حوالي 5 متابعين بنهاية ديسمبر 2022.

لذا يتوجب على مديرية السياحة لولاية البويرة تغيير إستراتيجيتها للاستفادة من فرص التسويق الإلكتروني للسياحة عبر مختلف هذه الوسائل لرفع عدد المتابعين والتأثير عليهم لتحويلهم من مجرد مشتركين افتراضيين إلى عملاء يطلبون الخدمات السياحية في الواقع.



ويعتبر التسويق المؤثر أو التسويق من خلال المؤثرين أفضل الإستراتيجيات الحديثة التي تتسابق كل المنظمات باختلاف أنواعها لاستخدامه من أجل التفوق وتحقيق الأرباح المرجوة فهو يترجم قدرة المنظمات على إيجاد سفراء لمنتجاتهم وخدماتهم.

فالمؤثرون هم قادة الراي الإلكترونيين يتمتعون بدرجة عالية من التقدير وقدرة التأثير على متابعيهم يتبعهم عدة ملايين بحد أدنى 10000 متابع. (Ouahi, 2020)

يصنف المؤثرون إلى ثلاثة أنواع:

- **المؤثرون المرجعيون:** يقصد بهم المؤثرون في المجالات المختلفة حيث يغطون مختلف الاهتمامات ويتمتعون بتوافق مع متابعيهم وعادة ما يتقبل المتابعين نصائحهم حول المنتجات والخدمات التي يريدون اقتناعهم بها والأماكن التي يزورونها ويقضون فيها عطلهم وغيرها.

- **المؤثرون المتخصصون:** متخصصون في مجال معين ويعتبرهم الجمهور خبراء في هذا المجال ويلجؤون لاستشارتهم والأخذ بأرائهم.

- **المؤثرون الموضوعيون:** يقصد بهم المؤثرون الذين ينظر إليهم متابعوهم على أنهم أصدقاؤهم أو كجزء من عائلاتهم بغض النظر عن خبرتهم فان الجمهور يثق برأيهم وترشيحاتهم للمنتجات والخدمات.

ويمكن لمديرية السياحة والصناعة التقليدية الاستفادة من خدمات الأصناف الثلاثة من المؤثرين لتنشيط السياحة بواسطة:

- الاعلانات الإلكترونية التي يقدمها المشاهير من فنانيين، شخصيات سياسية، لاعبي كرة القدم وغيرهم من الرياضيين، صحفيين، مصممي الأزياء، الدعاة، أشهر الطهاة سواء من أبناء المنطقة أو من خارجها، يتم من خلالها تصميم رسائل اعلانية تقدم من خلالها المواقع السياحية المختلفة بالولاية.

- دعوة مؤثرين متخصصين في مجال السياحة للمشاركة في مختلف الأحداث والفعاليات التي تنظمها المديرية في الأماكن السياحية ليتقاسموا هذه التظاهرات مع متابعيهم في الأماكن السياحية عبر البث المباشر.

ومن المؤثرين الجزائريين المعروفين في هذا المجال والذين يمكن الاستفادة من خدماتهم، نجد:

- المؤثر حبيب كواسي: لديه 3 مليون و400 ألف متابع على الفايسبوك و3 مليون على الأنستغرام يقدم المقاصد السياحية أثناء رحلاته بصورة ممتعة يجعل متابعيه يسافرون افتراضيا إليها ويطمحون إلى تحقيق ذلك على أرض الواقع، يقدم لهم النصح ويفعل ذلك بشغف يظهر من تفاعلاته معهم مما جعله أشهر المتخصصين في مجال السياحة والسفر على المستوى الوطني والذي يمكن أن يكون أحسن سفير للسياحة بالولاية.

- المؤثر بلقاسم وزوجته الايطالية يتابعه أكثر من مليون ونصف على الفايسبوك وأكثر من 360 ألف على الأنستغرام ينقل بث مباشر بكل رحلاته عبر التراب الوطني هدفه التعريف بالمقاصد السياحية الجزائرية وتقديم التراث الفني والموروث الثقافي للخارج وتشجيع السياح الأجانب على اكتشاف سحر الجزائر بعدما زار أغلب المقاصد السياحية العالمية وروج لها وشجع من خلال فديوهاته محبي السفر والتجوال على زيارتها.



الخلاصة:

تعتبر الدراسة المقدمة مساهمة منا في التعريف بمقومات السياحة بولاية البويرة التي منحها الله طبيعة خلابة يمكن لوحدتها أن تجعلها قبلة للسياح رغم ذلك فهي غير معروفة كوجهة سياحية من طرف الجزائريين، إذ يمكن أن تكون مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف خصائصها والحيز المهم الذي تأخذه في مجرى حياتنا من بين الآليات التي تلجأ إليها مديرية السياحة والصناعة التقليدية لتثمين الوجهة السياحية بالمنطقة.

ومن خلال دراستنا تم التوصل لمجموعة من النتائج أهمها:

- رغم أن ولاية البويرة تزخر بمقومات طبيعية وموروث ثقافي يسمح بقيام وازدهار النشاط السياحي بالولاية إلا أنه مازال محتشما ولم يصل إلى المستوى الذي يخدم الاقتصاد المحلي والوطني؛
- غياب الثقافة السياحية والوعي بأهمية السياحة كظاهرة اجتماعية تساهم في تقارب الشعوب وانفتاحها على بعضها البعض وكصناعة تساهم في التنمية الاقتصادية للمنطقة وتنشيط الحركة التجارية بها والتخفيف من حدة البطالة باعتبار أن السياحة صناعة كثيفة العمالة.
- ان المشكلة الحقيقية للسياحة في ولاية البويرة هي نقص العرض السياحي فالوكالات السياحية نشاطها يقتصر فقط على تنظيم رحلات العمرة وتقديم تأشيرات العمرة والحج، كما أن الخدمات السياحية ضعيفة ولا ترق للمستوى المطلوب؛
- نقص الهياكل والمقومات المادية (فنادق، مطاعم، منتزهات...) التي تعتبر ضرورية لنجاح السياحة وازدهارها؛
- بالرغم من امتلاك مديرية السياحة لأربعة حسابات على أهم منصات التواصل الاجتماعي إلا أنها لم ترق إلى المستوى المطلوب لتثمين الوجهة السياحية بالولاية؛
- يساهم المؤثرون أو قادة الرأي الإلكترونيون في تحفيز متابعيهم وتشجيعهم على زيارة المناطق التي يقصدونها؛
- نقص في الحملات الاعلانية الإلكترونية من طرف مديرية السياحة للولاية.
- على ضوء النتائج المتوصل إليها ندرج مجموعة من التوصيات أهمها:
- على مديرية السياحة العمل على تشجيع الاستثمار في المشاريع السياحية وتسهيل الإجراءات للمستثمرين الخواص وتقديم كل التحفيزات اللازمة لذلك خاصة بمناطق التوسع السياحي على شكل منتجعات سياحية ذات مستوى عال تطبيقا لاستراتيجية الدولة الداعية بضرورة إيجاد بدائل للتنوع الاقتصادي خارج قطاع المحروقات؛
- العمل على نشر الوعي السياحي والثقافة السياحية بين أفراد المجتمع من خلال تنشيط أيام تحسيسية وندوات في أوساط الشباب سواء في المؤسسات التعليمية أو عن طريق صفحات وسائل التواصل الاجتماعي؛
- العمل على تكثيف النشاطات الترويجية بمختلف أنواعها والاستعانة بخبراء في المجال بالتركيز على الترويج الإلكتروني جنبًا إلى جنب مع الترويج التقليدي؛



- ضرورة توجيه نشاط الوكالات السياحية نحو ترقية السياحة الداخلية والعمل على تنويع العروض السياحية المقدمة من طرف الوكالات السياحية، والابتكار في المنتج السياحي وتقديم خدمات سياحية تثير اهتمام كل شرائح المجتمع مع ضرورة الاستعانة بمؤثرين سواء من أبناء المنطقة أو خارجها لإظهار الإرث الثقافي والتاريخي للمنطقة.

قائمة المراجع:

- المؤسسة الدولية الديمقراطية للانتخابات، وسائل التواصل دليل عمل للهيئات المعنية بالإدارة الانتخابية.
- صفوان حسيني (2010)، ورقة بحثية بعنوان الطابع السياحي لولاية البويرة واقع وآفاق ضمن الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر الواقع والآفاق، جامعة البويرة.
- خالد غسان، يوسف المقدادي (2013)، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائسي للنشر والتوزيع، الأردن، ص19.
- علي عبد الفتاح. (2013). الاعلام الاجتماعي. الأردن.
- مديرية السياحة لولاية البويرة، الدليل السياحي لولاية البويرة نقلا عن الرابط التالي:
<https://bouira.mta.gov.dz>, 20/12/2022 ; 11h30
- فاسي فاطمة الزهراء (2010)، ورقة بحثية مقدمة بعنوان التنمية السياحية بالبويرة الواقع والآفاق ضمن الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر الواقع والآفاق، جامعة البويرة.
- مريانة فردون زول ايزاخ (2017)، دور وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة عدد مشاهدي البرامج الرياضية، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الوسط، الأردن، ص 8.
- موقع مديرية السياحة.
- محمودي ذهبية. (بلا تاريخ). شذرات من تاريخ منطقة البويرة خلال الفترة الاسلامية. تاريخ الاسترداد
<https://platform.almanhal.com/Files/2/50968.30/12/2022.10>، 15, 12; 2022
- Digital 2022, global over view report : [www/datareportal.com](http://www.datareportal.com), consul le 18/11/2022
- Les réseaux sociaux les plus utilisées en 2022, www.statista.com, consulté le 19/12/2022.
- Ouahi. L. (2020). Etude empirique sur le rôle des influenceurs digitaux dans la stratégie marketing digitale, revue internationale de gestion, faculté des sciences juridiques, économique et sociale, Marrakech, Maroc, p203.