

دور المحتوى الرقمي في الترويج للفعاليات السياحية في المملكة العربية السعودية دراسة حالة موسم حائل 2020

د. زهية يسعد
أستاذ مساعد بقسم الإعلام
كلية الآداب والفنون/ جامعة حائل

د. هيفاء بنت حمود الشمري
أستاذ مشارك بقسم الجغرافيا
كلية الآداب والفنون/ جامعة حائل

الملخص:

يهدف هذا البحث معرفة مدى مساهمة صناعة المحتويات الرقمية في إتاحة كافة البيانات السياحية للمستخدمين، وتوفير البيئة للسياحة الرقمية كواحدة من بين المجالات الهامة لبناء اقتصاد معرفي مؤسس ومتكامل، وعليه جاء هذا البحث لتحليل المحتويات الرقمية التي تتعلق بموسم مدينة حائل السعودية 2020، بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وأداة تحليل المحتوى، وقد كشفت النتائج الأهمية البالغة لتلك المحتويات في تشكيل صورة ذهنية للمستخدمين عن أهم المقومات السياحية للمنطقة، وأثبتت النتائج الكمية أن المحتوى المخصص للترويج لفعاليات موسم مدينة حائل بلغ 46.29%، وأن برمجة الفعاليات في المعالم السياحية، عمل على إبراز مقومات السياحة في حائل بنسبة 91.67%، وساهم في الترويج لها بشكل لافت للانتباه لدى قاعدة واسعة من المستخدمين، وفي فترة زمنية وجيزة.

الكلمات المفتاحية: السياحة الرقمية، المحتوى الرقمي، صناعة المحتوى، الامكانيات السياحية، مدينة حائل، المملكة العربية السعودية.

Abstract

This research aims to know the extent to which the digital content industry contributes to making all tourist data available to users, and providing the environment for digital tourism as one of the important areas for building an integrated and integrated knowledge economy, Accordingly, this research came to analyze the digital contents related to the season of Saudi Arabia, Hail 2020, based on the descriptive analytical approach and the content analysis tool, and the results revealed the great importance of these contents in forming a mental image for users on the most important tourism ingredients for the region The quantitative results showed that the content dedicated to promoting the activities of the city of Hail season reached 46.29%, and that programming events in tourist attractions highlighted the elements of tourism in Hail by 91.67%, and contributed to promoting them in a remarkable way to a wide base of users, in a short period of time .

Key words: digital tourism, digital content, content industry, tourism potential, Hail, Saudi Arabia

مقدمة

يتميز العصر الذي نعيشه بأنه عصر التقنية العلمية والتقنية الحديثة، فهو عصر التسارع المعرفي وثورة الاتصالات والمعلومات، وبعد المحتوى الرقمي أحد أهم ابعاد ثورة الاتصال الحديثة وذلك لتأثيره في المجالات الحيوية وبناء المجتمعات وإعادة هيكلة أنظمتها التنظيمية والاقتصادية، ويظهر من خلال منصات رقمية لكافة المؤسسات بما فيها المؤسسات الخدمية.

تعد السياحة من بين القطاعات الحيوية في اقتصاديات الدول، كونها من الثروات الدائمة التي لا تنفذ، والاستثمار والتطوير الدائم فيها أصبح من أهم الأولويات، وهو ما انعكس بشكل واضح في حجم البيانات الرقمية المتاحة، خاصة بعد أن ظهرت أنظمة عديدة لتحديد المواقع الجغرافية، وتوفر قاعدة بيانات عن أهم المواقع في مدن.

التفت المملكة العربية السعودية منذ القرن الماضي الى التنوع في مصادر الدخل، وبالتوازي مع ذلك بدأت في الاهتمام بالمحتوى الرقمي العربي، وحرصت على تطويره تماشياً مع التطورات التكنولوجية، فعملت على تطوير قطاع السياحة ومنحته أهمية بالغة الى جانب القطاعات الخدمية حرصاً منها على مواكبة تطورات العصر في كافة مدن المملكة.

وتعتبر منطقة حائل من أهم المناطق السياحية والتاريخية والأثرية تزخر بموروث هائل من المباني الاثرية والوجهات السياحية المتنوعة مما يؤهلها أن تكون منطقة نشاط سياحي.

1-الإطار المنهجي للبحث:

مشكلة البحث وتساؤلاته

أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أحد أهم العناصر الأساسية في دعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية إذ تحولت الانترنت الى مخزن هائل للمعلومات ومورد يتيح للمجتمعات بشرائها المختلفة وسائل متعددة لتعزيز الارتقاء الثقافي والتعليمي والاجتماعي فقد غيرت شبكة الانترنت قطاعات حيوية كثيرة وسهلت حياة الناس في مشارق الأرض و مغاربها، وقطاع السياحة أحد أهم تلك القطاعات الذي تغير بشكل جذري بعد أن مكنته الانترنت من إيجاد الخيارات المناسبة للسائح، وتمكينه من تنظيم سفره في وقت قياسي، ودون أية حاجة للمزيد من المصاريف و التقلات.

وفي ذات السياق أصبحت الإنترنت بكل وسائلها وتطبيقاتها بمثابة وكالة سياحية كبرى، توفر مختلف الخدمات من حجز الفنادق وتذاكر الطيران وتذاكر النشاطات الثقافية والترفيهية، ومكنت من تسهيل الأسفار بنقرة واحدة ودون أن ترتبط بمكان أو زمان وهي بذلك مهدت لظهور مسمى صناعة السياحة أو السياحة الرقمية.

هذا المنظور أكدته دراستي الرندي (2014) ودراسة أحمد (2019) ودراسة محمد وزهواني (2019)، ودراسة (2020) Ana Reyes-Menendez and Jose Ramon Saura، فالدراسات السابقة تؤكد على الأهمية البالغة للسياحة الرقمية في الترويج للمقومات السياحية للدول باعتبارها بديلا اقتصاديا دائما ولقد سارعت العديد من الدول الى توظيف تكنولوجيا الاتصال لتحقيق عنصر الجذب للوجهات السياحية في ظل التنافسية العالمية وهو ما يسعى اليه البحث الحالي الذي سوف يركز على دور المحتوى الرقمي في الترويج للفعاليات السياحية في المملكة العربية السعودية والتي تراهن على قطاع السياحة كنقطة قوة لبناء اقتصادها الحديث خاصة بالنظر الى امكاناتها السياحية الهائلة بكل أنواعها الطبيعية والتاريخية والدينية والساحلية وغيرها.

وبناء على ما سبق تتبلور مشكلة البحث في السؤال الرئيس التالي:

ما هو دور المحتوى الرقمي في الترويج للفعاليات السياحية في المملكة العربية السعودية

تحديدا بمدينة حائل؟ ويتفرع من هذا السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بصناعة المحتوى الرقمي؟

- ما هي الامكانات السياحية بمدينة حائل بالمملكة العربية السعودية؟

- ما نوع المحتوى الرقمي السياحي في موسم حائل؟

- هل ساهم المحتوى الرقمي في الترويج للفعاليات السياحية لموسم حائل 2020 وبالتالي

للمقومات؟

أهداف البحث:

هدف البحث الحالي الى ما يلي:

- التعرف على المقصود بصناعة المحتوى الرقمي.
- التعرف على الامكانيات السياحية بمدينة حائل بالمملكة العربية السعودية.
- رصد نوع المحتوى الرقمي السياحي عن موسم حائل 2020.
- الكشف عن مساهمة المحتوى الرقمي في الترويج للفعاليات السياحية لموسم حائل 2020 وبالتالي للمقومات السياحية في مدينة حائل.

أهمية البحث:

تتبع أهمية هذا البحث من التزايد المطرد لاستعمال التقنية في كافة مجالات الحياة المختلفة، بما فيها قطاع السياحة التي تعد الثروة التي لا تتفد لتنوع الاقتصاد والخيار الأمثل للدول للاستثمار، خاصة بعد أن أصبحت إلزامية التحول الشامل في القطاع السياحي للترويج الأمثل للإمكانيات السياحية للدول التي تشهد حركة سياحية بطيئة. تبرز أهمية البحث الحالي من أهمية دور المحتوى الرقمي في الترويج للفعاليات السياحية في المملكة العربية السعودية وبمنطقة حائل. - يفيد البحث الحالي العاملين على القطاع السياحي في تطوير آليات الترويج للفعاليات السياحية باستخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة .

- من المأمول ان يقدم البحث الحالي مقترحات إجرائية تعمل على تفعيل دور المحتوى الرقمي في الترويج للفعاليات السياحية في المملكة العربية السعودية عموما وبمنطقة حائل بشكل خاص

منهج البحث وأدواته

اعتمد البحث الحالي على المنهج الوصفي التحليلي ويعرف بأنه المنهج الذي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة ويهتم بوصفها وصفا دقيقا وتحليلها من خلال التعبير النوعي الذي يصف الظاهرة ويوضح خصائصه أو التعبير الكمي الذي يعطي وصفا رقميا يوضح مقدار وحجم الظاهرة. (خليل وآخرون، 2011). واستخدم البحث أداة تحليل المحتوى، لتفكيك المضمون وإعادة تصنيفه وتبويبها في شكل بيانات كمية، ومن ثم تحليلها وتفسيرها واستنباط النتائج منها.

الدراسات السابقة:

لقي موضوع المحتوى السياحي الرقمي وأثره على النشاط السياحي اهتماما كبيرا من الباحثين بخاصة منهم الأجانب وقد ظهرت اهتماماتهم في شكل مقالات علمية منها ما نشر ضمن كتب جماعية ومنها ما نشر في مجلات علمية أكاديمية كونه من الموضوعات الجديدة التي لم تستغرق بحثا، وسنعرض ضمن هذا البحث البعض من تلك الدراسات ذات الصلة المباشرة ببحثنا من الأقدم الى الأحدث:

دراسة الرندي (2014) بعنوان: المصادر الرقمية للمعلومات السياحية على الإنترنت هدفت الدراسة للكشف عن المصادر الرقمية للمعلومات السياحية على الانترنت. وتناول البحث المواقع التي لديها تطبيقات على الهواتف الذكية والتي تسهل على السائح تصفحها أثناء السفر. والمنشآت العربية المختصة بالسياحة والتي من خلالها يتبادل المهتمين بالسياحة والسفر خبراتهم عند زيارة الدول المختلفة. واستخدم البحث المنهج المسحي بخصوص هذه المواقع من على شبكة الانترنت. واختتم البحث بأن الانترنت يوفر مصادر معلومات ضخمة في مجال السياحة توفر على الزائر الكثير من الوقت والجهد. ولكن يجب على السائح أن يكون ملما بالمواقع السياحية وبكيفية البحث والحجز على الانترنت. وهي مهارة ما إن يكتسبها سوف تفتح له أبوابا من المعلومات والخيارات. وستمكنه من الاستمتاع برحلته وتلافي الكثير من الصعوبات.

دراسة فجر كوزنادي وآخرون (2018م): Fajar Kusnadi Kusumah Putra And others بعنوان "السياحة الرقمية: تحليل محتوى مواقع سياحة غرب جاوة Digital Tourism: A Content Analysis of West Java Tourism Websites (fajar, 2020)، هدف البحث الى التعرف على أكثر المواقع الالكترونية التي تروج للسياحة في إندونيسيا وتحديدا لمقومات مدينة جاوة الغربية عن طريق استخدام المنهج الوصفي وأداة تحليل المحتوى وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها: تسهل السياحة الرقمية من الوصول الى جميع المهتمين بقطاع السياحة وجميع الفعاليات والتظاهرات السياحية في إندونيسيا وتوفر للزوار المعلومات الأساسية حول الوجهات السياحية والأسعار والعروض الترويجية للمناطق مع ملاحظة ضعف محتوى المواقع السياحية الإندونيسية وإتباعها لأساليب تقليدية في العرض تخلو من التجديد والابتكار لجذب السياح. وعليه أوصى البحث المنظمات السياحية الرسمية بالعمل على تطوير مواقعها الإلكترونية مع الحرص على المزيد من التواصل مع الزوار، لتحسين إدارة أنشطتها السياحية من جهة وتوفير المعطيات والبيانات والانطباعات لصانعي السياسات والمؤسسات السياحية لاستغلالها في المزيد من الترويج من خلال وسائط الإنترنت مع التأكيد على ضرورة توحيد مواقع السياحة على الإنترنت.

دراسة أحمد (2019) بعنوان: الاقتصاد الرقمي وأثره في تطوير صناعة السياحة: دراسة تطبيقية لشركات السفر والسياحة داخل مدينة بغداد، هدفت الدراسة معرفة الدور الذي يقوم به الاقتصاد الرقمي في تطوير الاقتصاد بصورة عامة وصناعة السياحة بصورة خاصة مما جعلها محط اهتمام من قبل الدول وأفراد المجتمع كافة لِمَآلِها من أهمية كبيرة في تطوير الاقتصاد الوطني لمختلف الدول إذ أصبحت هذه الدول تنظر إلى السياحة بوصفها طريقاً ووسيلة لتحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية لها، ويعد الاقتصاد الرقمي بعناصره الفاعلة محور هذا التطور وجعل القطاع أكثر قدرة على المنافسة على المستوى المحلي والدولي من خلال دوره في تنشيط الحركة السياحية سواء المحلية أم الوافدة، وجرى اختيار شركات السفر والسياحة في مدينة بغداد والبالغ عددها (358) شركة كما موجود في سجلات وزارة السياحة والآثار موقعاً للدراسة وتم توزيع 170 استبانة على الشركات عينة للدراسة. دراسة محمد وزهواني (2019م) بعنوان: "تجليات التحول الرقمي ودوره في تفعيل السياحة الداخلية - اتصالات الجزائر نموذجاً - (محمد وزهواني، 2019).

يهدف البحث إلى إبراز أهمية الرقمنة وتطوير معلومات الاتصال في تنشيط قطاع السياحة في الجزائر خاصة في ظل النية الجادة لصناع القرار للتهوض بالسياحة وقد اعتمد الباحثين على المنهج الوصفي التحليلي لاستقراء الأرقام والاحصائيات المتوفرة حول الموضوع وعليه توصلوا إلى عدة نتائج أهمها: الأهمية لبلافة السياحة الالكترونية في دفع عجلة السياحة خاصة مع الامكانيات الهائلة التي تحوزها الجزائر. دراسة آنا رايس مانديز Ana Reyes-Menendez وجوز رامون صورا Jose Ramon Saura بالوس سانثيز Palos-Sanchez (2020م): بعنوان "أعمال السياحة الرقمية: مراجعة منهجية لاستراتيجيات واتجاهات التسويق الرقمي". The Digital Tourism Business Asystematic Review of Essential Digital Marketing Strategies and Trends (Ana rayes Menendzz، 2020) هي دراسة إسبانية نشرت كفصل ضمن كتاب جماعي يحمل عنوان استراتيجيات التسويق الرقمي للسياحة والاستقبال وصناعات الطيران، هدفت الدراسة تحديد استراتيجيات التسويق الرقمي الأساسية واتجاهاتها في السنوات القادمة من خلال مراجعة منهجية للأدبيات و الدراسات البحثية المنشورة في مجال السياحة الرقمية. حددت نتائج البحث عدة تقنيات رئيسية للتسويق الرقمي للسياحة التي يجب التركيز عليها من طرف المؤسسات لضمان تسويق رقمي جيد للسياحة وهي: اختيار محرك البحث الأمثل Search Engine Optimization، ثم التسويق لمحركات البحث نفسها Search Engine Marketing إضافة إلى العناية برجع الصدى حول التجارب السياحية للسياح من خلال تحليل المشاعر، وتحليل النصوص و التطبيقات. على الموقع، إضافة إلى تنوع شبكات الوسائط المستخدمة على الموقع، والتجديد الدائم

في النشاط التسويقي والإعلانات الآلية على الموقع ، وكذا الاعتماد على للإعلانات الاجتماعية المؤثرة، تحول هذه الدراسة البحثية على استخدام نتائجها من قبل الممارسين لتحسين استراتيجيات التسويق الرقمي في مجال السياحة.

دراسة القرشي (2021)، بعنوان: أثر سلوك المستهلك الإلكتروني في تحسين الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على قطاع الخدمات السياحية هدفت الدراسة الى التعرف على أثر السلوك الاستهلاكي الإلكتروني بأبعاده (التسويق الإلكتروني - الشراء الإلكتروني- الدفع الإلكتروني المباشر - الدفع الإلكتروني غير المباشر) على تحسين الميزة التنافسية بعناصرها (ثقة المستهلك بالمنتج - تحقيق الأمان للمستهلك - ثبات جودة المنتج - الوقت)، في قطاع الخدمات السياحية في الأردن، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، خلصت الدراسة لمجموعة من النتائج من أهمها وجود ذو دلالة إحصائية ثر السلوك الاستهلاكي الإلكتروني بأبعاده المختلفة جاءت بالمرتبة الأولى حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.01)، قدمت الدراسة العديد من التوصيات أهمها ضرورة زيادة اهتمام الشركات السياحية في سلوك المستهلك الإلكتروني بشكل افضل مما هو عليه الآن، زيادة الوعي الثقافي الإلكتروني لما له من أهمية بالغة على السلوك الاستهلاكي الإلكتروني.

التعليق على الدراسات السابقة:

- تشابه البحث الحالي مع الدراسات السابقة في استخدامها للمنهج الوصفي الذي يتناسب مع طبيعة البحث الحالي كدراسة ودراسة (Ana Reyes-Menendez and Jose Ramon Saura 2020)، ودراسة محمد وزهواني (2019)، إن معظم الدراسات السابقة اهتمت بالمصادر الرقمية والتحول الرقمي ودوره في قطاع السياحة وأهمية الرقمنة وتطوير معلومات الاتصال في تنشيط قطاع السياحة والاعمال السياحية الرقمية والاقتصاد الرقمي، كما اهتمت معظم الدراسات السابقة بتوضيح أهمية المصادر الرقمية للمعلومات السياحية على الانترنت وأهمية الموقع الإلكترونية في ترويج السياحة.

- اختلفت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة بالمنهج المستخدم كدراسة الرندي (2014)، كما اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسة الدراسات السابقة في مجتمع الدراسة الذي تناول المملكة العربية السعودية تحديدا موسم حائل 2020،

- تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في انفرادها لمعرفة دور المحتوى الرقمي في الترويج للفعاليات السياحية في المملكة العربية السعودية تحديدا بمدينة حائل من خلال الوصول إلى مجموعة من النتائج والمقترحات الاجرائية التي تعمل على تفعيل دور المحتوى الرقمي في الترويج للفعاليات السياحية في المملكة العربية السعودية عموما وبمنطقة حائل بشكل خاص.

مجتمع البحث والعينة:

منكثفي في هذا البحث بالمحتوى الصادر عن المؤسسات المعنية بفعاليات موسم حائل 2020 والذي ساهم في الترويج لها قبل انطلاقها، ورصد أهم النشاطات الرياضية والترفيهية. وعليه تم اختيار المحتويات الرقمية التي أنتجتها الهيئات المنظمة لموسم حائل السياحي وأقيمت تفاعلا مع المستخدمين، من خلال مسح شامل للمحتويات التي تم نشرها على الحسابات الرسمية لموسم حائل Hail season على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدا (اليوتيوب، الفيس بوك، تويتر) التي تمكنتا من رصد حجم الانتشار، الذي يلعب دورا هاما في الترويج للفعاليات والإمكانات السياحية معا.

حدود البحث:

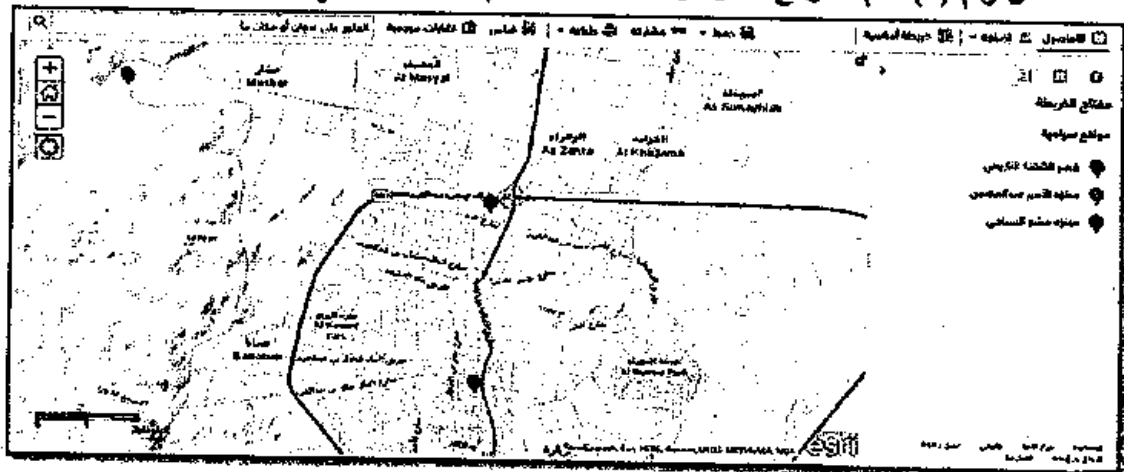
اقتصر البحث الحالي على الحدود الآتية:

الحدود الموضوعية: تناول البحث صناعة المحتوى الرقمي ودوره في الترويج للفعاليات السياحية في المملكة العربية السعودية.

الحدود المكانية: اقتصر البحث على دراسة الموسم الترفيهي الأول لمدينة حائل 2020م، للمواقع السياحية التي تم اعتمادها ضمن المقررات الرئيسية والمعتمدة لفعاليات الموسم السياحي (قصر الفضة التاريخي، منتزة الأمير سعود بن عبدالمحسن، منتزة مشار السياحي) والتي يوضحها الشكل رقم (1)

الحدود الزمانية: اقتصر البحث على المحتويات الرقمية المزامنة لفترة موسم حائل الممتدة من 2019/12/22 إلى 2020/01/08.

شكل رقم (1) أهم المواقع السياحية لفعاليات موسم حائل السياحي الأول 2020



ESRI. (2019). World Topographic Map, Retrieved 1 Abril, 2019 from: <https://www.arcgis.com/index.html>

الإطار النظري للبحث:

المحتوى الرقمي:

ويعرف بأنه كل محتوى تم انشاؤه واستخدامه ومشاركته، والوصول اليه والاحتفاظ به في شكل رقمي (صلاح، 2016، صفحة 12)

ويعرف البحث الحالي المحتوى الرقمي اجرائيا بأنه كل وثيقة تم تخزينها أو نقلها أو نشرها عبر الإنترنت، عن طريق أنظمة يتم تطويرها بشكل دائم، تسمح بوضع المحتوى على الخط سواء كانت تلك الوثائق مواد نصية أو مسموعة أو مرئية، أو في شكل خرائط أو مجسمات تتيح للمستخدم رؤيتها أو العودة إليها في أي وقت يشاء ويرغب.

أما الصناعة فلا تتعلق بالمحتوى في حد ذاته بقدر ما تنص على أسلوب العرض والعناية بالمواصفات الشكلية لذلك العرض وكيفية تنسيق محتوياته، وهو ما يقودنا الى صياغة المفهوم الآتي:

صناعة المحتوى الرقمي Digital content industry : هي عمليات ابتكار أساليب عرض جديدة تسمح باتاحة المعارف والفنون والثقافات والتراث والمقدرات الطبيعية والبشرية في بلد ما، لعامة الناس وفقا لما يتماشى مع التطورات التقنية الحاصلة، عبر مختلف الوسائط التي أتاحها وسائل الاعلام الجديدة من نصوص، مواد مسموعة، مواد سمعية بصرية، على تطبيقات الويب الممكنة من مواقع إلكترونية ومنتديات، ومدونات، ومواقع التواصل الاجتماعي والمجموعات البريدية وغيرها...

السياحة الرقمية Digital tourism: هي إتاحة كافة المعلومات المتعلقة بالأماكن الترفيهية والمواقع التراثية والنشاطات الثقافية في بلد ما، لمستخدمي الانترنت المحليين والعالميين عبر الشبكة، وابتكار وتفعيل تطبيقات تسهل الوصول إليها بل حتى اختيار الأنسب منها لوقت ومكان وميزانية ذلك المستخدم.

تهتم السياحة بشكل عام بتوظيف التقنيات الرقمية لتعزيز التجربة السياحية وقد يبدو أن " نشر توصية على موقع سياحي أمر بسيط، لكنه في الحقيقة وعلى نحو متزايد سيعمل على المزيد من المزج بين المحتوى الرقمي المصمم وتجربة السائح، والحقيقة أن السياحة الرقمية بدأت منذ حوالي عشر سنوات، لكنها ازدهرت أكثر بعد انتشار الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية التي مكنت من التفاعل

مع هذا المزيج الواقعي والافتراضي من أجل الوصول إلى الانتشار الشامل." (David, 2020)

وعلى النحو فان السياحة الرقمية لن تتحقق إلا بالتحول الى الرقمية في كل المجالات والقطاعات في كل المدن التي تتواجد بها الوجهات السياحية المقصود فتحها أمام السياح، وفقا لمصطلح المدن الذكية وهذا الأمر يتطلب في حد ذاته بنية تحتية جيدة مجهزة بمستجدات التكنولوجية لتوفير البيانات اللازمة للمؤسسات والمستخدمين على حد سواء.

ولأجل ذلك يجب على الكثير من الدول فهم واستيعاب الآثار الناتجة عن تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال السياحة، لهذا يتوجب على صانعي السياسات المشاركة في التخطيط وتنفيذ استراتيجيات التنمية التي تعتبر صناعة السياحة جزءاً لا يتجزأ منها، (Watkins, 2018, p. 45) رغم أن ذلك سيكلف الدول ميزانيات كبيرة لتجهيز المدن، وهذا ما لا تغفر عليه الكثير من الدول في ظل أزمة عالمية متصاعدة، رغم الفوائد الجمة التي ستعود عليها المادية منها والحضارية. مستقبل السياحة في ظل التحول الرقمي:

بدأت واضحة الآثار الايجابية الكثيرة للتحول الرقمي الجزئي للمنشآت السياحية ووسائل النقل و الموروث الحضاري والثقافي في بعض الدول، على نموها المالي وتنوعها الاقتصادي وقد أكدت هذا الاتجاه بيانات المنتدى الاقتصادي العالمي 2018 التي توقعت أرقامها أن يحدث التحول الرقمي في الطيران والسفر والسياحة إلى توليد قيمة مضافة لقطاع السياحة تصل إلى 305 مليار دولاراً أميركي خلال الفترة الممتدة بين 2016 و2025 ونقل ما قيمته 100 مليار دولار أميركي من القطاعات التقليدية إلى المنافسين الجدد، كما أنها ستتمكن من توليد فوائد بقيمة 700 مليار دولار أميركي للمستفيدين من العملاء و أفراد المجتمع على حد سواء، وذلك من خلال التقليل من الأثر البيئي وتعزيز السلامة والأمن والتوفير في التكاليف والوقت بالنسبة للسياح، و من المتوقع أن يشهد قطاع السياحة انتقالاً صافياً للوظائف يقابله جزئياً خلق فرص عمل تعتمد على مهارات العصر الرقمي الجديد، داخل وخارج منظومة السفر (السياحة والتحول الرقمي ، 2018).

توقعات يبدو أن الكثير منها قد تحقق على أرض الواقع، إذ تؤكد التقارير الصادرة تنويع مصادر الدخل وخلق فرص عمل جديدة عن طريق خلق بيئات اقتصادية مبتكرة بسبب التحول الرقمي، والأمر سيتضح أكثر بمثال صغير وهو: معرفة حجم العائدات المالية للشركات والأفراد من نواتج العائدات الإعلانية، عندما تحقق فيديو هاتها على شبكات التواصل الاجتماعية نسباً محددة من المشاهدة، بغض النظر عن محتوى تلك الفيديوهات.

الحركة السياحية في المملكة العربية السعودية:

شهد قطاع السياحة في المملكة العربية السعودية قفزة نوعية في السنوات الأخيرة بسبب استحداث الهيئة العامة للترفيه بأمر سامي يوم 07 مايو 2016م تماشياً مع رؤية المملكة 2030 إضافة إلى الاستراتيجيات والخطط التي وضعتها الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني سابقاً، والتي تحولت إلى وزارة السياحة منذ 25 فبراير 2020م بأمر ملكي، قصد توفير الخيارات الترفيهية لكافة الشرائح وفي كل مناطق المملكة، الأمر الذي انعكس على انعاش السياحة الداخلية والخارجية كما أثبتتها الأرقام

والإحصاءات التي تؤكد أن "إجمالي الوافدين إلى المملكة العربية السعودية" شهري يوليو وأغسطس 2019 بلغ 3.2 مليون مسافر قضوا 56 مليون ليلة سياحية بإنفاق قارب 36.2 مليار ريال أي بزيادة بلغت 3.2 مليار مقارنة بمسنة 2018 (ماس، 2020).

ومن المتوقع أن تصبح المملكة العربية السعودية وجهة عالمية للسواح بعد تفعيل الفيزا السياحية اعتباراً من تاريخ 27 سبتمبر 2019م وتسهيل إجراءات الحصول عليها لمواطني 51 دولة حول العالم من جهة، وما تتميز به المملكة من موروث ديني واجتماعي وتاريخي وحضاري تتوق الشعوب إلى التعرف اليه من جهة ثانية، اضافة الى التطور الدائم في البنية التحتية القاعدية القابلة لاستيعاب السياح الوافدين من جهة ثالثة.

لقد أكدت الأرقام هذا الاهتمام العالمي باكتشاف السعودية حيث زار المملكة العربية السعودية حوالي 24 ألف سائح أجنبي خلال 10 أيام فقط، ولقد احتلت الصين المرتبة الأولى من حيث الوافدين بـ 7391 سائحا والمملكة المتحدة البريطانية بـ 6159 سائحا والولايات المتحدة بـ 2132 سائحا فكلدا بـ 1612 سائحا وماليزيا بـ 1107 سائحا" (وزارة الخارجية السعودية، 2020).

إلى جانب السياحة الخارجية بدأت واضحة الحركة السياحية داخل الوطن، وتجاوز عدد الرحلات داخل المملكة 30 مليون رحلة، أي بزيادة بلغت 3.4% مقارنة بسنة 2018 وإنفاق بلغ 33.8 مليار ريال في 2019 نتيجة المواسم الترفيهية في الرياض، جدة، الطائف، السودة، حائل وغيرها وقد تجاوز عدد المسافرين في اجازة منتصف السنة مليوني سائح بإنفاق قدر بـ 1.5 مليار ريال أي بمعدل 744 ريال للشخص الواحد بالرحلة (ماس، 2020).

المقومات السياحية في حائل:

تحتوي المملكة العربية السعودية على مقومات سياحية هائلة موزعة في معظم مدنها، وتحظى مدينة حائل بجزء ليس بالهين منها، وقد حددت وزارة السياحة عددا من المواقع السياحية في خططها الهيكلية الأولية متضمنة العديد من الخطط التفصيلية للمواقع بعد استكمال مشاريع التهيئة بها وحاولنا اعادة تصنيفها وترتيبها وفقا لخصائصها السياحية كما يلي:

السياحة التاريخية: يقصد بها المواقع ذات الطبيعة الحضارية التي تضرب في القدم وتثبت وجود الانسان قبل آلاف السنين بمدينة حائل وهي:

- منطقة جبة: موقع أثري هام في شبه جزيرة العرب لما شهده من تنوع في النشاطات البشرية ومنذ أقدم العصور، حيث تشير الدراسات الى التواجد البشري في جبة منذ العصر القديم الأوسط، وقد أكدت التنقيبات الحفرية على وجود ورشة لصناعة الأدوات الحجرية ووجود أدوات

مؤسّسيرة تعود إلى 26000 سنة مضت (فياض، 2019، صفحة 75) وتضم سلسلة من
الامكانات نوضحها مفصلة كما يلي:

• قصر للنايف: هو مكان إقامة السيدة آلي بلنت سنة 1879م، توجد بئر تقليدية وقطع أثرية
في بيت الضيافة.

• مدينة الحويط: وهي من أقدم المدن، يعود تاريخها إلى ما قبل الإسلام توجد بها بقايا
الحصون الحجرية ومنقوشات حجرية بكتابات كوفية.

• قصر خراش: هو بقايا مبنى يعود تاريخه لما قبل الإسلام بني فيه متحف سيضم القطع
الأثرية الموجودة حالياً في المتحف الإقليمي بمدينة حائل.

• جبل أم سنمان: يتضمن نقوشاً مميزة على الصخر تعود إلى ما قبل 700 سنة، ويقع على
مسافة قصيرة في الطرف الغربي من مدينة جبة، عبارة عن جبال صخرية تتصل أحياناً
وتتفصل أحياناً، بها رسوم صخرية فريدة من نوعها تصور مظاهر حياة الناس ومواصفاتهم
في العصور القديمة.

• كهف جانين: هو موقع أثري يحتوي على نقوش في الصخر تضم كفوف أيدي بشرية
ورسومات الحيوانات وبعض الكتابات القديمة.

• رات والمنجور: هي مرتفعات تقع جنوب غرب حائل بحوالي 320 كم، على واجهتها نقوش
ورسوم لأشكال آدمية وبعض الحيوانات. (hail.org، 2020)

• جبل ياطب: موقع أثري يقع على بعد 35 كم من حائل، تكثر فيه النقوش والرسوم الثمودية
القديمة على الصخور، "تنوع الرسوم بين أشكال آدمية وأخرى حيوانية مختلفة مثل الجمال
والوعول والغزلان والخيول وأشجار نخيل تعكس النشاطات التي مارسها إنسان العصر القديم".

• قرية فيد: موقع أثري هام يبعد 100 كلم عن مدينة حائل يضم أدوات حجرية تعود إلى
العصر الحجري القديم بفرعيه الأمفل والأوسط وتعكس بقايا مدينة خراش القديمة المغشورة
بالرمال التي ازدهرت خلال العصور الإسلامية المبكرة والوسيطه و لعبت دوراً هاماً في تطوير
طريق الحج من الكوفة إلى البقاع المقدسة في الحجاز عن طريق النشاطات التجارية. (فياض،
2019، الصفحات 104-105).

• الشملي: تقع على بعد 180 كلم إلى الجنوب الغربي لمدينة حائل يعود تاريخها إلى عصور
ما قبل الإسلام، وتشمل المنطقة مجموعة من المواقع أهمها: جبل غرناطة، العاقر، اللاقط
ساحوت، الكحيلة، بيض للنثيل وغيرها من المواقع.

السياحة التراثية: يعتبر حفظ التراث المادي للأجداد من أولويات الشعوب التي تحترم تاريخها وتخطط لمستقبلها وتسعى إلى حفظ تمايزها الثقافي وفي هذا الصنف تراث لا يستهان به سنصنفه كالاتي:

• **قصر القشلة:** هو قلعة كبيرة تعكس العمارة الحائلي التقليدية تتوسط مدينة حائل بمساحة 2700م، شيدت عام 1362هـ بأمر الملك عبد العزيز بن عبد الرحمن آل سعود رحمه الله يتكون القصر من طابقين وأربعة أروقة داخلية وأربع جهات خارجية وثمانية أبراج مربعة الشكل مزودة بعناصر معمارية وفنية متنوعة بالإضافة إلى مدخلان جنوبي وآخر شرقي تفتح وتغلق بواسطة أبواب خشبية (فياض، 2019، صفحة 115) من يتم ترميمها حالياً وفق خطة تطوير المنطقة الداخلية للقصر بمرافق للسياح تشمل محلات للحرف اليدوية وتخصيص مساحة منه للمهرجانات الثقافية.

• **الحائط القديم (فدك):** هي بقايا قلاع وحصون وقصور حجرية ومنازل و محلات مدينة قديمة تقع على بعد 250 كم تقريباً جنوب غرب مدينة حائل تضم متحفا وعددا من المباني الطينية، وبساتين مهددة بسبب ندرة المياه، يعتقد أنها كانت مستوطنة قبل العصر الإسلامي وممن سكنها بنو ثعلبة وأشجع وينسب إليها بعض الرواة المتحدثين وكان الرسول صلى الله عليه وسلم قد وهبها إلى فاطمة في السنة السابعة للهجرة كما أوردت بعض المصادر التاريخية والجغرافية بأنها كانت واحة ذات تربة خصبة غنية بالمياه يزرع فيها النخيل والقمح والشعير (فياض، 2019، صفحة 115).

• **قلعة أعيرف:** تقع على قمة جبل متوسط الارتفاع، تشرف على أطراف المدينة بنيت خارج أطراف وأسوار وبوابات حائل القديمة وشيدت في مطلع القرن 2هـ الموافق للقرن 18م (الحوام، 2019، الصفحات 125-129)، تم مؤخرا ترميم هذه القلعة وفتحها للزوار.

• **توارن:** يتضمن قصرا ومقبرة يرجح أنهما لحاتم الطائي ومباني مجاورة وبقايا مبنى من الطين بجوار المقبرة وتقع جميعها في وادي جميل المنظر في جبل أجا.

• **مباني متفرقة بحائل:** يعد المبنى التراثي أحد المباني التقليدية بمدينة حائل التي تم تحويلها إلى مطعم شعبي، وأحياء السرحة واللبدة والعلياء المبنية من الطين بأنماط معمارية تقليدية ذات الجدران والأبواب المزخرفة تم ترميم بعضها، ومن أشهرها مبنى بيت السيد. (hail.org، 2020)

• **طابه:** هي قرية مبنية من صخور بركانية، هجرها سكانها بعد أن حدث شق عميق حطم عدة مباني فيها، ورحلوا إلى قرية جديدة مجاورة ويمكن تأهيل المنطقة بتطوير مناطق للاستمتاع بمشاهدة قوّهات بركان حتما.

• السوق الشعبي: ويقع بمدينة حائل ويعرف المكان الرئيسي للسوق بسوق برزان وهو مقسم إلى عدة أجزاء متخصصة في أنواع التجارة المختلفة، إضافة إلى أسواق تقليدية ومحللات للحرف اليدوية.

• قصر غياض: يرجع تاريخ هذا القصر إلى ما قبل 350 عاماً ويقع على مقربة من قرية قفار غرب مدينة حائل ويوجد بين إطلالة برج غياض المعروف الذي يبلغ ارتفاعه نحو 12 متراً.

• سور الحديدان القديم: يقع على بعد 100 كم جنوب حائل، ويضم مبنى قديم من الطين تبلغ مساحته حوالي 50 م (القاسم، 2019، صفحة 10) وبقايا أسوار يبلغ ارتفاعها 2 متر وبقايا حدائق ومباني طينية وآبار.

• درب زبيدة: أو طريق الحج العراقي موقع تاريخي له رمزيته الدينية أخذ تسميته بعد أن قامت زبيدة زوجة الخليفة العباسي هارون الرشيد، بإقامة محطات لراحة الحجاج القادمين براً من الدول المجاورة توجد به بقايا خزان وبرك للمياه وعدد من الآبار التقليدية وبعض المرافق يبدأ من الكوفة وحتى مكة المكرمة.

المقومات السياحية الطبيعية:

هي معالم طبيعية جغرافية خص الله تعالى بها مدينة حائل مهينة طبيعياً لتكون عامل جذب للسواح تساعد على الاسترخاء وتحقيق المتعة:

- جبل السمراء: يمكن هذا الجبل من ضمان إطلالة كاملة على مدينة حائل.
- غار الحجاج: موجود بمنطقة بجبة غار تحيط به أسوار حجرية وجبال تتخللها أودية وتنتشر فيه أشجار الطلح.
- جبل الموقدة: يطل هذا الجبل على مدينة حائل من الشرق ويعطي المدينة منظرًا رائعاً، ويتعين دراسة جدوى هذه المنطقة في الأغراض السياحية.
- جبل صبابة: يقع على الجانب الغربي من مدينة حائل عند مدخل المدينة حيث تقع لافتة الترحيب بالزائرين إليها، وهناك مسار يقود إلى قمة الجبل.
- جبل أجا: تم تحديده كم منطقة محمية من قبل الهيئة الوطنية لحماية الحياة الفطرية وإنمائها وبدأ التخطيط لهذه المنطقة عام 1993م بخطة رئيسية شاملة وخطة إرشادية للتنمية لتوفير سياحة عالية الجودة، تسير في اتجاه جنوبي غربي إلى شمالي غربي على امتداد 100 كلم وعرض حوالي 30 كلم إضافة إلى جيوب صخرية منتشرة في المنطقة.

- **جبل سلمى:** تسير في اتجاه شمالي شرقي الى جنوبي غربي بطول يصل إلى 60 كلم وعرض يبلغ 13 كلم تصل أعلى قممها إلى 1200م (القاسم، 2019، صفحة 10).
- **جبال حبران:** تقع على بعد 170 كم تقريبا غرب مدينة حائل وهي منطقة ذات منظر طبيعي مميز، تضم تكوينات صخرية رسوبية وتكثر فيها المغارات والكهوف وأشهرها غار زامل، الذي توجد على جدرانه نقوش ثمودية.
- **وادي الرصف:** يقع جنوب غرب حائل ويضم بركا تحتفظ بالمياه لعدة شهور في السنة.
- **جبل العوجا:** يقع غرب مدينة حائل ويغطي مساحة تقدر بـ 150 كم²، ويضم أودية مغطاة بالرمال والصخور وتحيط به الجبال من ثلاثة جوانب وصحراء النفوذ على الجانب الشمالي، كان مرتعا للحيوانات البرية مثل الوعول والغزلان.
- **السلف:** يتميز بجمال مناظره ويضم عددا كبيرا من أشجار الطلح وبعض أشجار النخيل ويرتاده عدد من الزوار للترويح والترفيه رغم صعوبة الوصول إليه.
- **السياحة الترفيهية:** يقصد بها تلك الفضاءات الطبيعية او المساحات المهيئة والمجهزة بوسائل للترفيه لقضاء وقت ممتع وهي:
- **المتحف الإقليمي بحائل:** لقد تم افتتاح متحف إقليمي بأسلوب عرض جيد بمدينة حائل.
- **منتزه الأمير سلطان:** هو منتزه واسع يقع جنوب شرق مدينة حائل على ثلاثة شوارع رئيسية، ويمر وادي الأديرع داخل المنتزه، ويحوي المنتزه بحيرة صناعية تتوسطها نافورة وتوجد به مسطحات خضراء وألعاب للأطفال، ومزود بمواقف السيارات والمرافق الأخرى.
- **منتزه حائل الوطني (مشار):** هو منتزه صغير في الوقت الحاضر لكنه يوفر طبيعة جيدة للنزهة والاستجمام، يشمل المنتزه شلال مشار ووادي قلعة السروريات، ويقع بجوار هذه المعالم قرية مشار السياحية والتي تتضمن مركزا ترفيهيا، وتهدف الخطة الحالية إلى توسيعه وإعادة تهيئته.
- **الحدائق:** تضم منتزه الأمير سعود بن عبد المحسن وحديقة القلعة والزيتون وبها مرافق للترويح وألعاب الأطفال، وتوجد أيضاً ثلاثة حدائق صغيرة أخرى بمدينة حائل تتوفر فيها المرافق الترفيهية خلال فترة الشتاء.
- **مزارع سبهان:** وهي عبارة عن مزرعة للنخيل مفتوحة للزوار بجبلية بمدينة حائل.
- **واحة أجا:** تضم المنطقة التي تمثل واد جميل المنظر، واستراحات وتحتاج المنطقة إلى الحماية البيئية وتطبيق معايير قياسية في أعمال التصميم بحيث يتمكن أكبر قدر من الناس من الاستمتاع بجمال الوادي.

• قرية عقدة: ويطلق عليها أيضا اسم واحة جبل لجا، وتضم القرية عددا من الاستراحات وولاي جبل المنظر.

مرافق الإيواء السياحي بمنطقة حائل

إلى جانب كل المقومات الاستراتيجية (الطبيعية - البشرية) والتاريخية تتميز مدينة حائل ببنية تحتية تسمح لها باستقبال السياح في ظروف جيدة تتوفر فيها الخدمات اللازمة، حيث يبلغ عدد الغرف الفندقية 559 غرفة في كل الفنادق بمختلف تصنيفاتها، أما الشقق المفروشة فتبلغ 178 وحدة سكنية وعدد الوحدات للمباني يقدر بـ 5726 وحدة (ماس، 2020).

حركة النشاط السياحي لموسم حائل السياحي 2020:

قدر عدد السياح خلال التغطية الإحصائية لفترة الإجازة لمهرجان رالي حائل الدولي بـ 196000 سائحا (ماس، 2020). كما أكدت البيانات الإحصائية الأولية بأن عدد زوار حائل خلال موسم 2020 قدر بـ 189594 زائر من جميع أنحاء العالم. (hailseason، 2020) وتؤكد البيانات الإحصائية أن الموسم أسهم في تفعيل عدة قطاعات اقتصادية كالإيواء والخدمات التي تجاوزت نسب إشغالها 90 %، كما خلق الموسم كفاءات اقتصادية جيدة و الآلاف من فرص العمل المؤقتة (45 يوماً بين الترخيص والأصل في موسم حائل، 2020).

فعاليات موسم حائل 2020م:

من بين عشرات المواقع السياحية في مدينة حائل تم تحديد 5 مواقع أثرية وتراثية ونهيتها لاستقبال الزوار على مدار 45 يوماً جرت فيها فعاليات الموسم شملت قرية فيد، ومبنى قصر القشلة، وقلعة عيرف، وموقع جبل أم سنان بمدينة جبة، إلى جانب متحف حائل الإقليمي (موسم حائل، 2020) وقد اكتسب موسم حائل أهميته الحضارية كون المدينة مهدا لحضارات قديمة تعود إلى ١٠٠ ألف سنة، كما أنها كانت ملتقى القوافل التجارية قديما والآن نقطة التقاء الطيران العالمي. وتماشيا مع خطة مواسم السعودية، تم تنظيم موسم حائل وفق خطة عمل تنفيذية.

وتضمن الموسم عددا من الفعاليات الثقافية والرياضية والترفيهية كالرسم على الرمل، والعزف على الآلات النادرة، والعروض الضوئية وعروض ثلاثية الأبعاد، كما شاركت أكثر من 50 أسرة بمنتجات تقليدية تخص منطقة حائل، وخصص معرض للصور عن طبيعة وتراث حائل بالمركز الاعلامي للموسم، وورش تعليمية للحرف اليدوية للصغار والكبار، وتشغيل أكثر من 40 غرفة في قصر القشلة الأثري (14 فعالية متنوعة و220 موظفا في استقبال زوار موسم حائل، 2020) ومسابقات رياضية دولية وتظاهرات علمية وفنية و سينمائية.

3- الإطار التطبيقي للبحث

توصيف المحتوى الرقمي لموسم حائل 2020

جدول (1) المحتوى الرقمي لموسم حائل

المحتوى الرقمي عن موسم حائل 2020		
محتوى رقمي رسمي	مواد اعلامية تقليدية	مواد صحفية على الخط
		تغطيات تلفزيونية على الخط
	محتويات الكترونية	تطبيقات على الهواتف الذكية
		لوحات رقمية
		مواقع الكترونية رسمية
		صفحات رسمية على مواقع التواصل
محتوى رقمي غير رسمي	حسابات المواطنين الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي	
	مدونات ومنتديات الكترونية	
	مجموعات افتراضية على واتس أب، سناب شات، فيس بوك	

المصدر: من اعداد الباحثان، 2020م

يكاد ينحصر المحتوى الخاص بفعاليات موسم حائل في نوعين أساسيين من المحتويات:

محتوى رقمي رسمي: هو الصادر عن مؤسسات رسمية ناطقة باسم الفعاليات أو تلك التابعة

لأشخاص ومؤسسات رسمية عمومية وخاصة ولقد قسمناها هي الأخرى إلى صنفين:

- يتعلق الصنف الأول بمواد إعلامية تقليدية صادرة عن صحف إلكترونية خاصة صحيفة عكاظ، وكذا تغطيات تلفزيونية على الخط لفعاليات الموسم على القنوات: الإخبارية السعودية، قناة الرياضية، العربية وmob، الوطن وغيرها..

- أما الصنف الثاني فيتمثل في محتويات الكترونية مصممة خصيصا للموسم وأنشأت من أجله وتمثلت في أربعة أنواع ضمنت التغطية الشاملة لكل الفعاليات، والوصول إلى كل القنوات والمستخدمين فكانت عبارة عن تطبيقات على الهواتف الذكية حول الموسم تمكن المستخدمين من خدمة الإشعارات لمعرفة كل جديد يتعلق بالفعاليات، كما تمكن من الاطلاع على أهم الفعاليات ومواعيدها وتحديد أقرب الفعاليات من المستخدمين، وكل ما يتعلق بالفعاليات إضافة إلى لوحات رقمية متفاوتة الأحجام تم تثبيتها على المباني وفي الساحات والطرق الرئيسية، لها دورها الفعال في جلب انتباه وإثارة اهتمام الساكنة، وكذا تم تصميم موقع إلكتروني رسمي للموقع يوفر عدة خدمات تعريفية بالمنطقة وأخبارا عن أهم الفعاليات، ويتيح خدمة التواصل والتنقل أيضا والاستفسار

إلى جانب أيقونات رئيسية تؤدي إلى كل الفعاليات بمشار، قصر القشلة، نبض جائل، متحف جائل، دروب جائل، النشاطات الرياضية، ومنها يمكن الحصول على كل التفاصيل الخاصة بالمواسم منذ انطلاقه في 22 ديسمبر إلى غاية اختتامه يوم 8 فيفري. إضافة إلى عدة حسابات رسمية على منصات التواصل الاجتماعي تضمن تغطية دائمة للفعاليات بمختلف الوسائط الرقمية، وتقدم كافة الأخبار والمعلومات عن الفعاليات على تويتر، يوتيوب، فيس بوك عرفت نسبة متابعة كبيرة.

المحتويات الرقمية غير الرسمية:

هي مشاركات تجارب شخصية لأفراد حضروا الفعاليات وقدموا انطباعاتهم حولها على منصات مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها خاصة سناب شات وتويتر وفيس بوك، إضافة إلى مجموعات افتراضية شكلوها على الواتس آب ولانيس بوك وغيرها وتكوينات لهم على منصات ومنتديات عامة.

ويعد النوع الثاني من المحتويات الرقمية مهما في الترويج لمختلف الفعاليات كونها تشارك تجربة خاصة وهي بذلك تخلق نوعا من الرغبة لدى الآخرين في عيش تجربة مماثلة الأمر الذي ينتج عنه سلوك سياحي وبالتالي استقطاب المزيد من الحضور بدافع الفضول.

• أثر المحتوى الرقمي في الترويج للفعاليات السياحية

جدول (2) طبيعة المحتوى الرقمي حول موسم جائل

طبيعة المحتوى الرقمي		التكرار	النسبة المئوية
اخبار عن الفعاليات 53.71	مسابقات رياضية عالمية	رالي دلكار الدولي	11.57
		القيتان العالمي	07.02
	نشاطات رياضية عالمية تراثية		10.33
	نشاطات فنية		11.98
	نشاطات ترفيهية		11.16
	مسابقات ثقافية		01.65
دعاية للفعاليات 09.92	برنامج الفعاليات		06.20
	التغييرات في المواعيد والأماكن		02.48
	حملات توعوية		01.24
دعاية لمقومات حائل السياحية 36.37	المعالم للتراثية لمدينة حائل		22.31
	المقومات الجغرافية لمدينة حائل		12.40
	زوم على تجارب شخصية ناجحة حائل		01.65
مجموع التكرارات		242	100

المصدر: من اعداد الباحثان، 2020م

يوضح جدول (2) طبيعة المحتويات الرقمية حول موسم حائل 2020 حيث تمثلت في ثلاث محاور أساسية:

53.71% من المحتوى كان في شكل أخبار ومعلومات عن الفعاليات التي تم تنظيمها في الموسم وقد احتلت المرتبة الأولى فيها من حيث تكرار الظهور في المحتوى، النشاطات الرياضية ذات الطابع العالمي التي احتضنتها مدينة حائل بنسبة بلغت 28.92% فيما تقاسمت بقية النشاطات الفنية والثقافية والترفيهية النسبة المتبقية.

36.37% من المحتوى خصصت للدعاية لإمكانيات مدينة حائل التاريخية والتراثية والجغرافية وبعض التجارب الشخصية الناجحة تم تقديمها كنماذج.

أما النسبة المتبقية والمقدرة بـ 09.92 من المحتوى دعاية للفعاليات والنشاطات عن طريق نشر مواقيت الفعاليات والتغييرات الخاصة بأماكن ومواعيد بعض الفعاليات الأخرى.

وعليه فإن المحتوى المخصص للدعاية للموسم بلغ 46.29% واللافت للانتباه أن النسبة الأكبر فيه كانت من نصيب المحتويات التي تروج للمقومات السياحية في مدينة حائل بنسبة قدرت بـ 34.71%

جدول (3) حجم الفعاليات السياحية من المحتوى الرقمي

النسبة المئوية(%)	التكرار	الفعاليات الرئيسية للموسم
50	06	الفعاليات السياحية
41.67	05	فعاليات في أماكن سياحية
08.33	01	بقية الفعاليات
100	12	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثان، 2020م

قدر عدد الفعاليات الرئيسية في موسم حائل بـ 12 فعالية، احتلت الفعاليات السياحية فيها 6 فعاليات بمعدل 50%، عن طريق دروب إلى مناطق جغرافية مميزة وأماكن تراثية تلتها الفعاليات التي نظمها الموسم في أماكن تراثية وسياحية، بنسبة بلغت 41.67% بينما احتلت فعاليات أخرى نسبة قليلة لا تتجاوز 08.33% تمثلت في حفلات موسيقية وأفلام سينمائية ونشاطات فنية. وعليه يمكن الاستنتاج بأن برمجة الفعاليات في حائل ركزت بشكل واضح على إبراز المقومات السياحية لمدينة حائل بنسبة بلغت 91.67% من مجمل الفعاليات

جدول (4) المحتويات الأكثر متابعة على الخط

المحتوى	الترتبة	عدد المشاهدات	التاريخ
مميزات حائل السياحية	1	5.2 مليون	2020 /02/10
خصوصيات الثقافة الشعبية بحائل	2	2.2 مليون	2020 /02/10
سباق التيتان العالمي	3	2.2 مليون	2020 /02/10
حائل واجهة مضيئة	4	64.3 ألف	2020 /02/10
الحفل الفني على مسرح القشلة	5	13.2 ألف	2020 /02/10

المصدر: من اعداد الباحثان، 2020م

تفاعل المستخدمون بشكل واسع مع المحتويات الرقمية وبخاصة الفيديوهات التي لقيت رواجاً كبيراً تعكس الشغف لاكتشاف الخصوصيات الثقافية والمميزات السياحية لمدينة حائل حيث حقق فيديو عروس الشمال الترنند بمعدل تجاوز الـ 5 مليون مشاهدة ثم فيديو تراث حائل وأصالة الأجواء الشرقية بـ 2.2 مليون مشاهدة وينفس النسبة سباق التيتان العالمي.

وعليه يمكننا الاستنتاج أن المحتوى الرقمي الذي تعلق بإبراز مقدرات حائل السياحية وثقافتها الشعبية وخصوصيتها التاريخية تجاوز 7.4 مليون مشاهدة فإذا ما استثنينا عدد سكان مدينة حائل المقدر بـ 600 ألف نسمة (إحصاء عدد السكان، 2020) و 200 ألف زائر للموسم فإن عدد المشاهدات سيتجاوز 6.8 مليون وهي أرقام تقدم دلالة حقيقية عن حجم الترويج والدعاية السياحية لمدينة حائل السعودية.

نتائج الدراسة

لقد كان اختيار المناطق التراثية في حائل لاحتضان فعاليات موسم 2020 في حد ذاته عاملاً أساسياً للترويج السياحي لإمكانات حائل التاريخية والجغرافية وإبراز تمايزها الثقافي، كما مكنت صناعة المحتويات الرقمية من الترويج للفعاليات وللمواقع السياحية على حد سواء، وحقت نسب مشاهدة قياسية على المنصات الاجتماعية، ولقد أثبتت الدراسة الكمية أن المحتوى المخصص للترويج لموسم حائل بلغ 46.29% وأن برمجة الفعاليات في مناطق سياحية عمل على إبراز مقومات حائل بنسبة 91.67%، كما حققت بعض المحتويات الترويجية نسبة مشاهدة قياسية تجاوزت 9 مليون مشاهدة، وهو ما يؤكد أهمية صناعة المحتوى السياحي في عصر التحول الرقمي.

غير أننا لاحظنا جانباً هاماً قد يقلل من تداول تلك المحتويات على نطاق أوسع، وهو غياب عناوين دالة وكلمات مفتاحية في تسمية المحتويات و عدم كتابتها بأكثر من لغة لضمان انتشارها على نطاق واسع، وبالتالي تحقيق الترويج الفعلي للسياحة التي تعتبرها المملكة من أهم الأولويات في رؤيتها 2030.

توصيات البحث:

في السنوات الأخيرة بدأ التحول الرقمي للمدن التي ترغب في عرض واستكشاف ثرواتها سواء بالنسبة للسواح المحليين والأجانب لهذا فإن إضافة حائل لقائمة المدن الذكية أصبح ضرورة ليست فقط لتسهيل حياة الساكنة بل لم لها من كنوز سياحية ستخلف أثراً واضحاً على السياحة المحلية والإقليمية والدولية.

لذلك نقترح في نهاية هذا البحث إعداد تطبيق شامل للسياحة في السعودية Tourism.sa لكافة المدن يتاح على Play story للأجهزة الذكية يوفر خدمات متعددة للمستخدمين وهي:

- خارطة ذكية لمدينة حائل تبرز أهم المعالم السياحية فيها وبنقرة خفيفة على المعلم تقدم تفاصيل عامة عن أهم الخصائص السياحية فيه (مثلاً قصر القشلة، الحقة الزمنية).
- تربط بأنظمة النقل الذكية كمثال تطبيق اوبر أو كريم، تحدد موقع السائح وتمكنه من معرفة وجهته، وتحديد المدة الزمنية اللازمة للوصول اليه ووسائل النقل المتاحة (طيران، سيارات أجرة، قطارات).

- تمكين المستخدم من حجز تذاكر التنقل أو طلب خدمة النقل على نفس التطبيق.
- تنبيه المستخدم الى خدمات الفندق والإطعام والترفيه والصحة والاستجمام القريبة من الموقع المقصود، وتسهيل دفع مستحقات الرحلات والخدمات عبر نفس التطبيق أيضاً.
- تخصص نوافذ لكل مدينة سعودية بنفس المواصفات وتوفر بياناتها بنفس التفصيل على التطبيق ويتوصل المستخدم اليها من خلال البحث باسم المدينة في التطبيق نفسه.
- في حال تم انجاز هذا التطبيق سيكون بمثابة الدليل الشامل للسياحة في المملكة العربية السعودية وقاعدة البيانات الكاملة عن السياحة وكل متعلقاتها والمؤسسات الشريكة.

المراجع العربية:

- بالرندي، شاير سعود (2014) المصادر الرقمية للمعلومات السياحية على الأنترنت، الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، مجلد 21، عدد 41.

- الحواس، فهد صالح (2019)، التراث العمراني التقليدي في منطقة حائل. موسوعة منطقة حائل، جامعة حائل.
- خليل، محمد عباس وآخرون، (2011). مدخل إلى مناهج البحث في التربية وعلم النفس، الطبعة 03، مصر: الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع.
- فياض، سلامة أحمد، (2019) المواقع الأثرية في منطقة حائل، موسوعة منطقة حائل، جامعة حائل.
- القاسم، عباس وأبو أحمد سيد أحمد (2019)، جغرافية وبيئة منطقة حائل خلال العصور القديمة. موسوعة منطقة جامعة حائل.
- السيد، صلاح الصاوي (2016) الميادانات وأهميتها في دعم الوصول الى المحتوى الارشيفي الرقمي: دراسة تطبيقية على مواقع الارشيفات الوطنية على الانترنت، Cybrarians Journal، العدد 42
- عبد اللطيف، شهاب أحمد (2019) الاقتصاد الرقمي وأثره في تطوير صناعة السياحة : دراسة تطبيقية لشركات السفر والسياحة داخل مدينة بغداد. مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 118
- القرشي، ظاهر فياض (2021)، أثر سلوك المستهلك الإلكتروني في تحسين الميزة التنافسية : دراسة تطبيقية على قطاع الخدمات السياحية في الأردن، المجلة العربية للإدارة، مج 41، ع 1.
- محمد عبادي، عبد الرزاق زهواني (2019)، تجليات التحول الرقمي ودوره في تفعيل السياحة الداخلية، اتصالات الجزائر نمونجا، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، مجلد 08، عدد 03

المراجع الأجنبية:

- Ana rayes Menendzz, Palos Sanchez ; (2020, 04 10), the-digital-tourism-businessAsystematic Review of Essential Digital Marketing Strategies and Trends. Retrieved from - <https://www.igi-global.com/chapter/the-digital-tourism-business/234569>
- David, B, and others;. (2020, 02 10). présence and digital tourism. Retrieved from resarchgate: www.resarchgate.net
- Fajar Kusnadi Kusumah Putra And others (2020, 04 10). Digital Tourism: A Content Analysis of West Java Tourism Websites, Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/324218123_Digital_Tourism_A_Content_Analysis_of_West_Java_Tourism_Websites
- Watkins, M and others. (2018). Economics and Managment of national economy. Economic Annals.