



О.В. Кононова, Д.Е. Прокудин,
Е.Н. Тупикина

**Исследование научного и медиа
дискурса в сфере «цифрового
туризма»**

Рекомендуемая форма библиографической ссылки

Кононова О.В., Прокудин Д.Е., Тупикина Е.Н. Исследование научного и медиа дискурса в сфере «цифрового туризма» // Научный сервис в сети Интернет: труды XXII Всероссийской научной конференции (21-25 сентября 2020 г., онлайн). — М.: ИПМ им. М.В.Келдыша, 2020. — С. 424-448.

<https://doi.org/10.20948/abrau-2020-47>

<https://keldysh.ru/abrau/2020/theses/47.pdf>

Видеозапись выступления

Исследование научного и медиа дискурса в сфере «цифрового туризма»

О.В. Кононова^{1,4}, Д.Е. Прокудин^{1,2,4}, Е.Н. Тупикина^{3,4}

¹ Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

² Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

³ Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия

⁴ Центр исследований цифрового общества, Россия

Аннотация. Динамика развития современного информационного общества меняет привычные области человеческой деятельности, порождает различные инновации, основанные на широком применении информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). В этих условиях меняется и научная деятельность. Процессы цифровизации выступают интегрирующими по отношению к различным научным направлениям, на основе чего формируются междисциплинарные научные исследования. Исследование их формирования и развития является важной науковедческой задачей, направленной на прогнозирование развития как науки, так и общества в целом. В данном исследовании на основе комплексного применения ИКТ изучаются методы контекстного поиска и анализа терминологической базы междисциплинарных направлений научных исследований на примере направления – развитие туризма в цифровую эпоху. Комплексность задачи заключается в применении ИКТ на всех этапах исследования: отборе цифровых ресурсов исследования, поиске релевантных источников, экспликации, анализе и выявлении контекстного знания о развитии научного и общественного дискурса о «цифровом туризме». Также сравнивается развитие научного интереса к сфере «цифрового туризма» в российском и общемировом научном дискурсах.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, междисциплинарные научные исследования, цифровые трансформации, терминологическая база, цифровой туризм

Research of Scientific and Media Discourse in the Field of «Digital Tourism»

O.V. Kononova¹, D.E. Prokudin^{1,2}, E.N. Tupikina³

¹ ITMO University, St. Petersburg, Russia

² *Saint-Petersburg State University, St. Petersburg, Russia*

³ *Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia*

⁴ *Center digital society research, Russia*

Abstract. The dynamics of the modern information society changes the usual areas of human activity, generates various innovations based on the widespread use of information and communication technologies (ICT). In these conditions, scientific activity is also changing. Digitalization processes act as integrative to various scientific directions, based on which interdisciplinary scientific research is formed. The study of their formation and development is an important scientific task aimed at predicting the development of both science and society as a whole. In this study, based on the integrated use of ICT, we study methods for contextual analysis of the terminology base of interdisciplinary research areas on the example of the direction of tourism development in the digital age. The complex consists of the use of ICT at all stages of research: a selection of digital research resources, search for relevant sources, explication, analysis, and identification of contextual knowledge about the development of scientific and socio-political discourse about "digital tourism". It also compares the development of scientific interest in the field of "digital tourism" in Russian and global scientific discourses.

Keywords: information and communication technology, interdisciplinary research, digital transformations, terminology base, digital tourism

Введение

Современные реалии цифровизации затрагивают практически все отрасли, подталкивая компании создавать новые бизнес-модели. Не остается в стороне и туризм, который для многих стран является высокобюджетной составляющей, мощным драйвером экосистемы, что способствует значительной отраслевой консолидации. На сегодняшний день туризм – это мощнейшая индустрия, которая формирует порядка 10% мирового валового продукта, это сфера крупнейших инвестиций, это индустрия, предоставляющая занятость миллионам людей разных профессий и квалификаций, это область, которая непосредственно подвержена цифровым трансформациям и тенденциям глобализации. Для России, как и для многих других стран, туризм является одной из отраслей экономики, которая одновременно играет социальную и экономическую роли. В подтверждение этому в Стратегии развития туризма в РФ отражены первостепенные задачи современного туризма, такие как «...достижение уровня мировых лидеров в развитии цифровой инфраструктуры и сервисов, развитие цифровых платформ продвижения туристских продуктов и брендов, цифровых средств навигации и формирования туристского продукта» [30].

Поскольку дальнейшее развитие туризма связывают с цифровыми трансформациями и информационными технологиями, назрела необходимость разобраться в общей терминологии, сложившейся в

цифровую эру туризма, с учетом драйверов туристкой экосистемы и возможных моделей развития. Одним из таких драйверов развития нового экономического уклада безусловно является COVID-19, в условиях которого туризм проявляется через новые взаимодействия социума, бизнеса и информационных процессов в глобальном масштабе. Таким образом, актуальность исследования основных направлений развития туризма определяется сложной эпидемиологической ситуацией во всём мире, когда привычные, можно сказать классические, формы туризма полностью парализованы.

1. Методы исследований, применяемые в междисциплинарных научных направлениях: обзор

В современных научных исследованиях актуализируется задача анализа перспективных междисциплинарных научных направлений, что позволяет прогнозировать результаты исследований в этих областях знаний и в различных сферах общественной жизни. Развитие науковедческих и научных дисциплин отстает от темпов роста терминологической и категориальной базы междисциплинарных научных областей, которая бесконтрольно формируется научными школами, группами и отдельными исследователями. Неоднозначность терминологии и неструктурированность значительной части информации, даже при свободном доступе, делает невозможным быстрый мониторинг новых тенденций.

Переосмысление роли междисциплинарных научных областей и применимости традиционных научных методов в междисциплинарных исследованиях широко освещается в научных публикациях. Считается, что междисциплинарные области (фактически контексты) определяются посредством тематического поиска и описываются количественно и качественно с помощью различных видов измерений и процедур. Так, например, Okamura K., сосредотачиваясь на кластерах высоко цитируемых работ, широко известных как исследовательские направления (RF), предположил, что междисциплинарность статистически значима и положительно связана с исследовательским воздействием [12]. С. Carusi и G. Bianchi применяют количественную оценку междисциплинарности журналов, анализируя взаимосвязь между учеными и журналами, где они публикуются [2]. J. Raimbault предложил методологию измерения междисциплинарности, которая объединяет анализ цитированности и семантический анализ, определяющий качество связей между эндогенными дисциплинами [19]. Ученые G. Abramo и др. комплексно используют два библиометрических подхода к измерению междисциплинарных исследований: анализ дисциплинарного разнообразия в списке литературы; дисциплинарное разнообразие авторов [4]. С. Piciocchi и L. Martinelli исследуют категориально-концептуальные

методы и подходы Digital Humanities для различных научных областей [17]. Методология исследовательских групп J. L. Jimenez-Marquez и др. и M. Pejić-Bacha и др. [5, 14] состоит из извлечения данных, аналитического подхода (описательный анализ и анализ текста) и анализа результатов применения машинного обучения. G. Paré и др. предлагают собственную типологию, фокусируя исследования на подготовке и анализе обзоров [13]. Финские исследователи J. Namari и J. Koivisto в своем исследовании практикуют интеллектуальный поиск и анализ научных текстов, предпочитая экспертную (ручную) обработку данных [6]. Исследователи Koivisto J, Namari J. предлагают использование системного подхода для изучения общественных наук, который являясь аналитической основой, интегрирует результаты тематических исследований с целью расширения теоретической базы и их эмпирического понимания [6]. Стратегия поиска индонезийских авторов В. Purwandari и др., описанная в их статье «Подход к мета-описанию терминологического ландшафта междисциплинарных исследований», состоит в «сортировке цифровых библиотек, определении ключевых слов, использовании существующих инструментов в цифровых библиотеках для облегчения поиска и проведении первичных исследований» [18].

Исследования в области цифрового, электронного, умного туризма проводятся уже более 10 лет, и не теряют актуальности и востребованности. Более того, большинство аналитиков считают проводимые исследования недостаточными, отражающими только несколько наиболее заметных аспектов цифровых трансформаций и оставляют в тени многочисленную тематику. Приступая к изучению данного междисциплинарного направления, интересно рассмотреть методологическую основу исследований в сфере туризма с целью уточнения собственных убеждений и наработок, а также согласования используемых науковедческих методов и практик поиска, извлечения и изучения контекстного знания. Обзор методов исследования, представленный ниже, проведен на подборке статей в Science Direct как результат комплексного запроса, включающего основные термин-концепты направления: электронный туризм, умный туризм и цифровой туризм (*eTourism, smart tourism, digital tourism*). Использование синтетического метода поиска и экспликации контекстов позволило сформировать подборку материалов, определить основные используемые методологии исследования в области цифрового туризма и базовые термин-концепты.

Обобщение аналитических методов, применяемых в исследованиях цифрового и умного туризма как междисциплинарные направления представлено в работе Jingjing Li и др. «Big data in tourism research: A literature review» [8]. Так, в статье отмечено, что для извлечения и использования полезной информации, скрытой в онлайн-текстовых данных, в исследованиях в области туризма широко применяются

разнообразные методы интеллектуального анализа текста, которые состоят из сбора и анализа данных. Собранные с помощью веб-сканера текстовые онлайн данные анализируются с целью извлечения полезных знаний (контекстных знаний) в два этапа: предварительная обработка данных и обнаружение шаблонов. Предварительная обработка включает операции очистки данных, токенизации, переноса по словам и маркировки частей речи. Результаты веб-поиска используются для прогнозирования в сфере туризма. Для этого предпринимаются два основных шага: выбор ключевых слов и введение предикторов, что позволяет в дальнейшем построить предсказательную модель. Выбор ключевых слов (терминологического ядра научного направления) является основным процессом в исследовании туризма с использованием данных веб-поиска, и результаты в значительной степени зависят от методов отбора. В исследованиях туризма широко используются три вида методов выбора ключевых слов: эмпирический (или экспериментальный), территориальный и технологический подходы. Эмпирический подход определяет ключевые слова просто на основе знаний и опыта исследователей. Территориальный выбор ключевых слов является расширением эмпирического, сначала используя эмпирический метод для определения терминологического ядра, а затем добавляя связанные термин-концепты, относящиеся как к базовым, так и к рекомендованным (с использованием функции рекомендаций поисковых систем. Технологический метод отбирает ключевые слова из большой области выбора, основываясь на прогнозирующей способности, с точки зрения корреляции с прогнозирующими переменными.

Исследование Julio Navío-Marco и др. [11], по словам авторов, может быть классифицировано как нарративный обзор, направленный на анализ литературы и проведение критической оценки ее качества. Обзор проводился в традиционной манере, т.е. концептуальным и хронологическим образом. С методологической точки зрения использовались онлайн-базы научных публикаций (Web of Science, ScieDirect) и различные комбинации ключевых слов, связанных с электронным туризмом. Так как в ряде предшествующих публикаций основным ограничением исследований было объявлено преимущественное использование научных статей по туризму (что не соответствует междисциплинарности рассматриваемой тематики), авторы включили в обзор журналы, связанные с ИКТ. В исследовании была взята на вооружение следующая процедура: определены цель и объем (период, тематика обзора); определена процедура отбора материалов для обзора; произведена настройка процесса выбора источника (ручной поиск и идентификация релевантности с использованием различных комбинаций ключевых слов, включение в обзор статей JCR Q1 со значимым количеством цитирований); сформирована подборка наиболее релевантных материалов для анализа; произведен повторный отбор и обзор

источников; выделен релевантный контент с использованием множественного кодирования (multiple coders). Авторы утверждают, что невозможно было подойти к обзору такого многоаспектного направления как «умный туризм», не ограничивая каким-либо образом объем материалов, учитывая наличие большое количество тем и подходов, которые отражают исследования связей между ИКТ и туризмом в последние годы.

В работе Jing Li и др. за методику исследования был взят «комплексный анализ критического медиа-дискурса (CMDA) путем интеграции анализа медиа-дискурса Carvalho (MDA, 2008) с критическим дискурс-анализом Fairclough (CDA, 1995). Подход CDA обеспечивает каркас скелета; в то время как схема анализа дискурса в СМИ предлагает аналитические компоненты для каждого измерения CDA» [7]. Набор данных включал новости, отраслевые отчеты и обзоры, журнальные статьи, обзоры экспертов, туристическую рекламу, передовые статьи и путевые заметки, собранных с помощью поисковой системы Google. CDA включает в себя три различных типа анализа: текстовый анализ, анализ обработки и социальный анализ, которые являются одновременными, но взаимозависимыми процессами. CDA подходит для исследования социальных и культурных изменений, поскольку облегчает интеграцию дискурс-анализа и анализа макро-контекстов. К текстовому описанию была применена схема текстового анализа Carvalho. Для интерпретации процессов использовался контекстный анализ. Исследование проводилось с использованием программного обеспечения Leximancer для выявления основных концепций и доминирующих тем в дискурсах СМИ с последующим ручным кодированием для проведения CMDA. Сбор данных начался с выбора ключевых слов. В качестве базовых термин-концептов, ключевых слов для сбора данных медийных дискурсов, были выбраны сочетания, которые наиболее часто появлялись в научных исследованиях. Определение базовых термин-концептов и их взаимосвязей является неотъемлемой частью дискурсивного анализа, а словарь, используемый для представления определенного явления, – существенным компонентом для экспликации значений. Пристальное внимание было уделено формированию тезауруса, включающего термин-концепты, встречающиеся в заголовках и первых абзацах статей в СМИ, что указывает на предпочтение в чтении. В результате в работе было выявлено 94 термин-концепта, которые были уточнены по 12 семантическим темам, и отразили смысловое разнообразие контекстов в обрабатываемых материалах.

Цель систематического обзора литературы, представленного в работе Sanaz Shaei и др. [20], состояла в изучении различных аспектов интеллектуальных туристических направлений. Систематический обзор является явным и всеобъемлющим методом выявления, синтеза и оценки, а также объединения результатов существующих исследований по

конкретной теме, представляющей интерес широкому кругу исследователей. В обзоре использовался метод обоснованной теории, нацеленный на исследование конкретного явления посредством индуктивного процесса, который позволяет генерировать теоретическое понимание явления. Подход полезен для проведения всестороннего теоретического анализа, связанного с темой, и заключается в объяснении целевого феномена в соответствии с понятиями, категориями и отношениями между ними. Выполнение анализа данных начинается с открытого кодирования (определение категорий, предложений и измерений), продолжается осевым кодированием (изучение стратегий, условий и последствий) и заканчивается выборочным кодированием (генерация теории). Первичные ссылки были выбраны на основе обзора заголовков, ключевых слов и рефератов. Запросы были сформированы с использованием следующих ключевых слов: умный туризм, умные туристические направления, умный город, умный устойчивый город, информационно-коммуникационные технологии и устойчивый туризм. Затем заголовки, рефераты и ключевые слова статей были пересмотрены, чтобы найти другие термины и ключевые слова, используемые в исследовательской литературе и разработать свою собственную подборку ключевых слов. Для получения лучших результатов поиска были использованы булевы операторы: логическое «И» для объединения основных терминов и «ИЛИ» для включения синонимов.

Таким образом, в исследовательской среде сложились определённые подходы и методы, направленные на изучение контекстного знания на основе использования ИКТ. Эффективность их доказана анализом публикаций, отражающих их применения в различных междисциплинарных исследованиях.

2. Методология исследования

Одной из тенденций в современных научных исследованиях является выявление контекстных знаний путем применения методов, подходов, технологий и инструментов цифровых гуманитарных наук, а также интеллектуального анализа текста. Контекстные знания обычно понимаются как способность правильно «читать» контекст, извлекать и интерпретировать профессионально значимую информацию посредством контекстного поиска. Контекстный поиск – это метод последовательного поиска текстовых фрагментов, относящихся к запросу пользователя. В этом случае контекст является частью текста, словесной средой выбранного элемента текста (термин-концепта) для анализа. Таким образом, понятие контекста интерпретируется нами как самостоятельная концептуальная единица категориального аппарата, которая может быть использована в качестве основы для классификации научных текстов, визуализации иерархических и ассоциативных отношений между

терминами. Под термин-концептом подразумевается одиночный термин или коллокация, несущие смысловую нагрузку определенного контекста.

Методология исследования основывается на применении информационно-коммуникационных технологий в рамках разработанного авторами подхода (названного «синтетическим методом») к исследованиям развития различных предметных областей и практик человеческой деятельности через изучение формирования и развития их понятийно-терминологического аппарата. В ходе разработки и применения подхода в исследованиях проанализированы теоретические и практические результаты применения научно-исследовательских методов для извлечения, обработки и анализа контекстуальных знаний [25, 26]. Подход направлен на извлечение контекстных знаний из неструктурированных или полуструктурированных информационных ресурсов и позволяет посредством экспликации и картирования формировать коллекции релевантных тематике фрагментов (тематических контекстов). Подход комплексно обеспечивает применение методов поиска, извлечения, уточнения, экспликации, анализа и представления контекстного знания, построение трендов. Комплексность синтетического метода заключается в последовательном применении ИКТ на всех этапах исследования:

- отбор цифровых ресурсов, содержащих текстовые массивы, отражающие научный и общественно-политический дискурсы;
- использование аналитических инструментов отобранных ресурсов для экспликации контекстного знания и формирования контекстов вида «тематическая подборка», содержащих документы, релевантные исследуемой предметной области. На этом этапе также происходит экспертная оценка документов и на её основе качественный отбор максимально релевантных из них;
- применение аналитических инструментов цифровых ресурсов для получения статистических отчётов и их анализа;
- использование информационных систем и программного обеспечения для полнотекстового анализа сформированных тематических коллекций;
- применение программного обеспечения для обработки и интерпретации полученных данных контекстного анализа;
- построение трендов развития и формирование исследуемой предметной области.

Применение синтетического метода не зависит от выбора конкретных информационных систем и программного обеспечения, что обеспечивает гибкость в его использовании и доступность его применения в зависимости от возможностей исследовательских коллективов. Предлагаемый и используемый в исследовании подход согласуется с принятыми в подобного рода исследованиях методах. Однако, его особенность состоит как в учёте и интеграции различных применяемых

методов, так и в собственных методах, к которым можно отнести, например:

- отказ от изучения тематической выборки высокоцитируемых научных журналов с высоким импакт-фактором в пользу рассмотрения более широкого круга публикаций из тематически различных изданий, что позволяет эксплицировать большее число релевантных терминов, а также учитывать различные тенденции в развитии междисциплинарных направлений научных исследований, а не только самые распространённые;
- синтез различных методик, интегральный охват инструментов исследования и варьирование последовательности применения технологий поиска, отбора, экспликации и анализа контекстного знания в зависимости от начальных условий и особенностей конкретного исследования.

3. Исследование терминологического ландшафта «цифрового туризма»

3.1. Динамика исследовательского интереса к тематике «цифрового туризма»

Для контекстного поиска русскоязычной терминологической базы в поисковые запросы были включены словосочетания «цифровой туризм», «digital tourism», «интеллектуальный туризм», «умный туризм», «smart tourism», «электронный туризм», «e-tourism». Это объясняется тем, что авторы статей часто используют и русско- и англоязычный вариант терминов.

На рисунке 1 представлены результаты публикационной активности исследователей тематики цифрового, электронного туризма, сформированные на базе российской научной электронной библиотеки eLibrary и информационно-поисковой системы Google Scholar в динамике с 2010 по 2019 год.

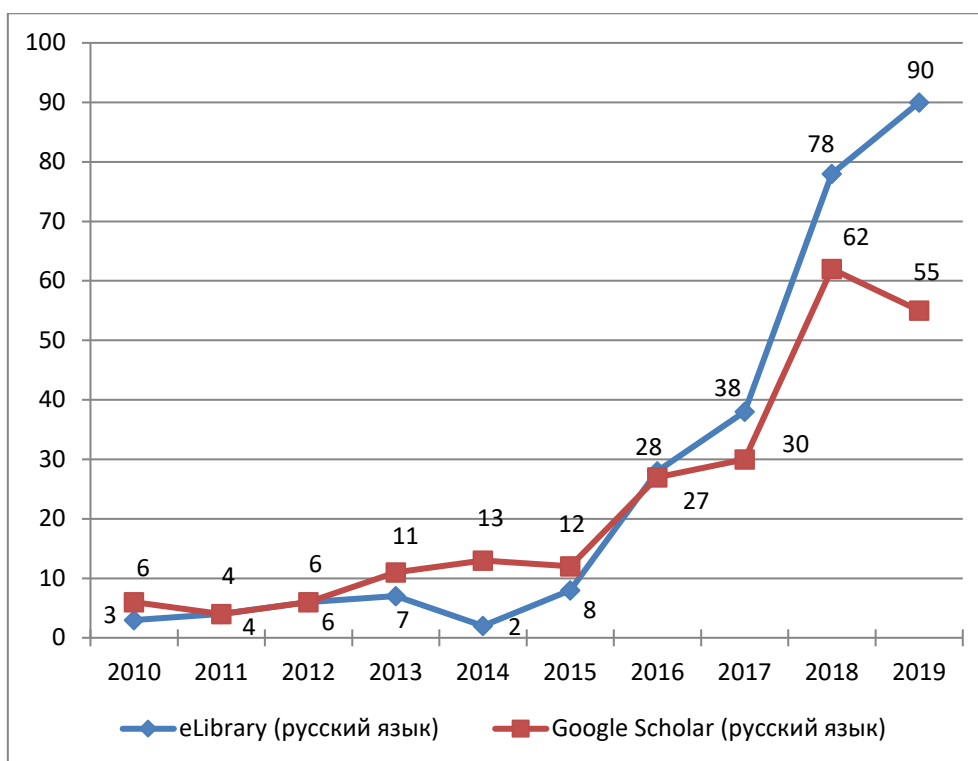


Рис. 1. Динамика исследовательского интереса к цифровому туризму 2010-2019 года

Анализ динамики русскоязычной терминологической базы цифрового туризма, полученных из НЭБ и Google Scholar, позволил сделать следующие выводы:

- активность научного интереса к тематике цифрового туризма за десятилетний период растет. Так, например, в 2019 году активность повысилась относительно начала исследования по eLibrary в 30 раз, по Google Scholar в 10 раз;

- тенденция, выраженные в научных публикациях и сформированные на базе платформы eLibrary и с помощью Google Scholar, показывают практически их одинаковый характер (за исключением 2019 года, возможно, это связано с тем, что за 2019 год в российской научной электронной библиотеке пока еще не сформирована вся база публикаций);

- общую тенденцию можно разделить условно на два блока. Первый блок «затишье» – это период с 2010 по 2015 год (количество публикаций незначительное и варьируется в пределах 2-12 штук, особых изменений не наблюдается) и период «повышенной активности» – это период после 2015 года по настоящее время (количество публикаций стремительно растет от года к году и варьируется в пределах 27-90 штук). Причем относительно 2015 года активность по eLibrary увеличилась в 11 раз, по Google Scholar практически в 5 раз.

Таким образом, на основе полученных данных, иллюстрирующих публикационную активность в динамике, можно утверждать о

возрастающем научном интересе к тематике цифрового, электронного туризма. Что ещё раз подтверждает актуальность исследования формирования терминологической базы «цифрового туризма».

3.2. Формирование терминологического ядра «цифрового туризма»

На основании Федерального закона "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" туризм трактуется как - временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания» [34]. Основы туристской деятельности, заложенные в этом определении, характеризуются широтой и масштабностью его элементов, охватывающие деятельность многих смежных сфер. Следует отметить, что современный уровень цифровизации общества формирует новые формы коммуникационных взаимодействий и взаимоотношений между производителями и потребителями, в том числе и в области туристических услуг [35]. Производители туристских услуг вынуждены внедрять современные цифровые технологии, тем самым формируя новое направление – «цифровой туризм».

Как показывают исследования, устоявшегося классического понятия «цифрового туризма» пока нет и интерпретация термина широка и разнообразна. Однако в научном и медиа дискурсе предлагаются некоторые подходы и видение этого феномена через призму цифровизации. Так, в стратегии развития туризма до 2035 года можно выделить три группы понятий, непосредственно ассоциируемые с цифровизацией. Это цифровые технологии, цифровые решения и цифровые сервисы. Цифровая форма туризма в документе не определена явным образом, но анализ как зарубежной, так и отечественной литературы позволил выделить ряд базовых термин-концептов, определяющих процессы цифровизации в туризме: цифровой туризм, интеллектуальный туризм, электронный туризм и ряд других. На рисунке 2 представлена информационная модель туризма, обобщающая результаты анализа. Выявленные на основе проведённого анализа базовые термин-концепты являются основой формирования терминологического ядра «цифрового туризма» и используются в поисковых запросах.



Рис. 2. Информационная модель туризма
(подготовлено на базе анализа ¹Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года и ²обзора научных публикаций)

Терминологическое ядро исследуемого научного направления было сформировано с помощью аналитического аппарата Научной электронной библиотеки (НЭБ, <http://elibrary.ru>). Анализ основывался на статистических данных о распределении ключевых слов в результатах запросов: «цифровой туризм» or «digital tourism» or «интеллектуальный туризм» or «умный туризм» or «smart tourism» or «электронный туризм» or «e-tourism». Следует отметить, что в поиске использовались также англоязычные аналоги терминов. Это связано с тем, что они также встречаются в публикациях, а системой они рассматриваются как разные ключевые слова. В итоге первый уровень терминологического поля содержит – туризм и его вариант tourism; smart-туризм и smart-tourism; электронный туризм, e-Туризм и e-Tourism; цифровой туризм и digital tourism; цифровой номадизм и digital nomadism; цифровая экономика и digital economy; цифровые технологии и digital technologies; цифровая трансформация и digital transformation; цифровизация туризма; цифровая экосистема туризма. Учитывая, что в публикациях последних лет в ключевых словах добавилось большое количество терминов, таких как информационно-коммуникационные технологии, Интернет, цифровые технологии, цифровые коммуникации, цифровизация, цифровая экономика, можно предположить, что туризм также превращается в цифровой.

3.3 Анализ базовых термин-концептов терминологического ядра

Для возможности включения выявленных термин-концептов в терминологическое ядро был произведён их качественный анализ по отобранному экспертным образом научным публикациям и публикациям из СМИ с высокой степенью релевантности рассматриваемой предметной области. Отбор публикаций производился по трем текстовым массивам.

Первый массив содержал научные публикации, отобранные из российской Научной электронной библиотеки (НЭБ, <http://elibrary.ru>) и информационно-поисковой системы Google Scholar (<https://scholar.google.ru>). Во второй вошли англоязычные публикации из информационных ресурсов ScienceDirect, Web of Science и Scopus. Третий массив составили публикации из электронных архивов российских федеральных и региональных газет и журналов, а также Интернет-изданий, представленных в информационной системе Интегрум (<https://integrum.ru>).

Как показывает анализ, ряд авторов оперируют таким понятием, как «Электронный туризм» (E-Tourism) и характеризуют его как «...не только электронная дистрибуция туруслуг, но и электронные экскурсии, которые также называют виртуальными» [29], отмечая, что появление этого термина связано «...с трансформацией термина «е-бизнес», который представляет собой применение широко спектра возможностей ИКТ для организации полного цикла бизнес деятельности (е-коммерция, е-маркетинг, е-финансы, е-производство, е-стратегия, е-менеджмент)» [24] и он является «...частью электронной коммерции и объединяет быстроразвивающиеся сферы, такие как телекоммуникации и информационные технологии, в индустрию гостеприимства и управления» [33]. Как разновидность электронного туризма может выступать «Мобильный туризм» (m-tourism) «...используемый мобильные технологии в виде приложений для мобильных телефонов (iPhone, iPad, Windows phone, Android) и позволяющий пользователям по телефону бронировать авиарейсы, отели, автомобили, находясь в любом месте» [29].

Рост цифровой грамотности и цифровых компетенций населения, развитие и широкомасштабное внедрение передовых технологий, таких как интернета вещей, больших данных, Wi-Fi, нейросетевых технологий и технологий 5G позволяют туристу стать полноценным участником туристической индустрии. Все это привело к новому понятию, так называемому «Умному туризму» (smar-tourism). В современных публикациях отечественных и зарубежных авторов отмечается, что «умный туризм – набирающая силу тенденция, благодаря которой и местные жители, и туристы получают возможность взаимодействия с более удобной, безопасной, интересной средой обитания» [28] и «умный туризм – это модель объединенного развития туристической индустрии и инновационной технологии S&R, что является не только будущей тенденцией развития

туриндустрии, но и ключом к трансформации и модернизации современной сферы обслуживания» [32].

В научных кругах отмечается, что «умный туризм» – это туризм «...при котором всесторонняя максимизация экологических, культурных, общественных и экономических ценностей может поощряться в качестве достижения устойчивого развития сферы туризма с помощью таких информационных технологий, как интернет вещей, «облачные» вычисления, ГИС, виртуальная реальность и мобильный интернет» [32].

Современная концепция Smart используется для описания процессов в обществе и во многих сферах деятельности. На практике слово «smart» используют для описания технологических, социальных, экономических систем, активно внедряющих большие и открытые данные, интернет технологии, всевозможные датчики, новые способы коммуникаций и обмена информацией. По аналогии с этим применение компьютера, ноутбука или смартфона для подготовки путешествия или во время оногo еѳ формирует Smart-Tourism. По большому счету, это умение получить туристическую услугу через интернет в любой точке мира, на любом языке.

Следует отметить, что отечественные авторы в ряде публикаций трактуют smart tourism и как «интеллектуальный туризм», подразумевая под этим «...туризм, поддерживаемый на уровне туристического региона интегрированными усилиями по поиску инновационных способов накопления и агрегирования или использования данных, извлеченных из инфраструктуры, социальных связей, государственных или организационных источников» [31] и «...туризм, в котором постоянное и систематическое использование умных элементов приводит к созданию дополнительной ценности путешествия для туриста» [27].

Современное мировое производство характеризуется сменой технологического уклада, а именно Четвертой индустриальной революцией. В 2011 году в научный оборот был введен термин «Индустрия 4.0». В общем плане понятие Четвертой индустриальной революции (Индустрия 4.0) трактуется как переход на полностью автоматизированное цифровое производство, управляемое интеллектуальными системами в режиме реального времени в постоянном взаимодействии с внешней средой, выходящее за границы одного предприятия, с перспективой объединения в глобальную промышленную сеть Вещей и услуг [36].

Четвертая индустриальная революция меняет способ ведения бизнеса не только в промышленности, но и во всех секторах. Не обошла она и туристическую область, выделив в ней «Туризм 4.0». В научных трудах приводится следующая трактовка «Туризма 4.0» – «это наименование современной концепции обработки больших данных, собранных в результате исследования различных туристских дестинаций, для создания

персонализированного информационного пространства туристских ресурсов» [37]. Таким образом, можно сказать, что «Туризм 4.0», основываясь на механизмах Индустрии 4.0, способствует «...развитию туристских дестинаций региона и позволяет разработать эффективную туристическую политику по средствам процессов цифровизации и автоматизации» [37] и помогает населению совершать путешествия, делая эти поездки увлекательными, эффективными, безопасными и персонализированными.

Проведенное исследование русскоязычного дискурса показывает, что цифровизация в туризме происходит для того, чтобы сделать туристический бизнес более гибким, адаптированным к реалиям современности и конкурентоспособным в развивающемся «цифровом мире».

Далее из полнотекстовой базы научной информации Science Direct были выявлены термин-концепты компаньоны ключевых слов «электронный туризм», «умный туризм» и «цифровой туризм» (eTourism, smart tourism, digital tourism), используемых в запросах: intelligent tourism, digital free tourism (DFT), sustainable tourism. Все они вместе составляют одну семантическую группу: цифровые формы туризма. Поиск термин-концептов терминологического ядра осуществлялся по библиографическому описанию (название публикации, ключевые слова, аннотация), полному тексту публикации и списку источников. Частота встречаемости термин-концептов, определенных нами как цифровые формы туризма представлен в таблице 1.

Таблица 1. Цифровые формы туризма. Частота встречаемости термин-концептов в зарубежных научных публикациях (в абсолютных единицах)

Термин-концепт	Аналог термин-концепта	Библиографическое описание			Текст	Список источников
		англ.	русс.	Название		
digital tourism	цифровой туризм	2	0	0	3	0
digital free tourism (DFT)	безцифровой туризм /туризм без цифровых технологий	2	2	0	2	0
smart tourism	смарт туризм, умный туризм	10	10	0	10	0
intelligent tourism	интеллектуальный туризм устойчивый	0	0	0	1	0
eTourism	электронный туризм	2	4	2	10	3
sustainable tourism	устойчивый туризм	1	1	0	1	0

На следующем шаге исследования был проведен контент-анализ отобранных текстов, экспликация контекстного знания и уточнена смысловая нагрузка для каждого из термин-концептов, определяющих цифровые формы туризма. Результаты обобщены в таблице 2 и могут быть соотнесены с трактовками терминов, принятыми в русскоязычном дискурсе.

Таблица 2. Цифровые формы туризма: термин-концепты и определения

Год	Определение термин-концепта	Авторы [источник]
<i>eTourism</i>		
2018	исследования проявлений туризма посредством ИКТ в широком смысле	Jingjing Li, et al. [8]
2018	ИКТ в управлении туризмом	Julio Navío-Marco, et al. [11]
2019	один из результатов внедрения технологий в туристической индустрии; современные технологии уже не просто инструмент для электронного туризма, а используются во всех аспектах жизни и путешествий	Sanaz Shae, et al. [20]
<i>smart tourism</i>		
2000	целостный, долгосрочный и устойчивый подход к планированию, разработке, эксплуатации и маркетингу туристических продуктов и бизнеса. Умный туризм формируется двумя типами техник: 1) умный спрос и использование методов управления, которые способны управлять спросом и доступом; 2) умные маркетинговые методы, которые можно использовать для определения целевых сегментов клиентов для доставки соответствующих сообщений	S. G. Phillips, [15]
2012	использование мобильной цифровой связи для создания более интеллектуальных, значимых и устойчивых связей между туристами и пунктами назначения; форма гражданского участия, а не просто форма потребления	J. G. Molz, [10]
2012	чистые, экологичные, этические и высококачественные сервисы, предлагаемые на всех уровнях цепочки услуг	UNWTO [23]
2017	отдельная система поддержки туристов в контексте информационных сервисов и всеобъемлющих технологий	Y. Li, et al. [9]
2018	связан с устройствами, генерирующими большие данные различной природы для управления туризмом	Jingjing Li, et al. [8]
2018	замена большей части человеческого труда в индустрии путешествий, туризма и гостеприимства цифровыми технологиями	Julio Navío-Marco, et al. [11]
2018	«умный туризм» похож на термин «интеллектуальный туризм», но в отличие от последнего содержание «умного» более обширно и требует большого объема данных; «разумность» делает больший упор на технологические результаты для людей, «интеллект»	José Francisco Perles Ribes, Josep Ivars Baidal [15]

Год	Определение термин-концепта	Авторы [источник]
	лежит в основе полезности знаний и информации; «разумность» — это сублимация интеллектуальных сил, предвосхищающих потребности	
2018	вездесущий информационный сервис (Smart tourism is ubiquitous tour information service), предоставляемый отдельным туристам, а не туристическим группам, получаемый туристами во время туристического процесса в любое время, в любом месте и на основе индивидуальных требований людей	José Francisco Perles Ribes, Josep Ivars Baidal [15]
2020	туристические продукты, в которых используются технологические компоненты	Inta Egger, et al. [3]
2020	логическое эволюционное развитие традиционного туризма и электронного туризма, в котором заложена основа для инноваций, основанных на технологиях	Aristea Kontogianni, Efthimios Alepis [4]
2020	ключевая концепция, включающая: сохранение конфиденциальности, осведомленность о контексте, культурное наследие, систему рекомендаций, социальные сети, интернет вещей, пользовательский опыт, системы реального времени, моделирование профилей пользователей, дополненную реальность и большие данные	Aristea Kontogianni, Efthimios Alepis [4]
<i>intelligent tourism</i>		
2018	способность изменять свое состояние или действие в ответ на различные ситуации, различные требования и предыдущий опыт; сосредоточен на сфере технологий, технических возможностях, предлагает пользователям более удобные и эффективные услуги (включая материальные продукты)	José Francisco Perles Ribes, Josep Ivars Baidal [15]
<i>digital tourism</i>		
2018	сближение между физическим и цифровым мирами, поддерживаемое датчиками, которые собирают данные, возникающие в результате взаимодействия между туристами и окружающей средой	Julio Navío-Marco, et al. [11]
<i>digital free tourism (DFT)</i>		
2018	описывает туристические пространства, в которых интернет или мобильные сигналы либо отсутствуют, либо использование цифровых технологий контролируется	Jing Li, et al. [7]
2018	характеризуется отсутствием или серьезным ограничением доступа к информационным и коммуникационным технологиям (ИКТ)	Jing Li, et al. [7]
<i>sustainable tourism</i>		
1993	«удовлетворение потребности нынешних туристов и принимающих регионов при одновременной защите и расширении возможностей на будущее. ... управление всеми ресурсами таким образом, чтобы экономические, социальные и эстетические потребности могли быть	UNWTO [21]

Год	Определение термин-концепта	Авторы [источник]
	удовлетворены при сохранении культурной целостности, основных экологических процессов, биологического разнообразия и систем жизнеобеспечения»	
2013	«контроль и локальное планирование туристических процессов; ... достижение максимальной эффективности в потреблении ресурсов и минимизации воздействия туристической деятельности на окружающую среду»	UNWTO [22]
2018	природная и культурная устойчивость, природная и культурная устойчивость, экономические показатели и конкурентоспособность, занятость и человеческий капитал, сокращение бедности, управление социальной инклюзией	José Francisco Perles Ribes, Josep Ivars Baidal [15]
2018	концепции устойчивости (<i>sustainable</i>) и разумности (<i>smart</i>) имеют много общих элементов. На концептуальном уровне первое подразумевается во втором. То есть туризм нельзя считать умным, если он не устойчивый.	José Francisco Perles Ribes, Josep Ivars Baidal [15]

В целом, как показал анализ, термин «digital tourism» не является самым распространённым в зарубежных исследованиях. В академической среде существует плюрализм, который, как видится, поддерживается разными подходами к исследованиям, пристрастиям авторов, а также отсутствием каких-либо стандартов на международном уровне, которые хоть как-то регулировали использование терминологии.

В информационно-поисковой системе Интегрум были получены результаты с 2010 по 2019 годы по запросам («цифровой туризм» или «электронный туризм») и («умный туризм» или «смарт туризм»). Полученные результаты говорят о достаточно слабом интересе официальных СМИ к развитию сферы туризма на основе использования информационно-коммуникационных технологий. Так, в период с 2010 по 2019 годы по первому запросу было выявлено всего 18, а по второму – 17 публикаций при явно хаотичном разбросе по годам.

Анализ самих публикаций позволяет сделать следующие выводы:

- цифровой туризм воспринимается в обществе как новое и ещё малоизученное явление без чёткого понимания сущности этого понятия;
- в образовательной сфере появляются новые направления подготовки специалистов и повышения квалификации госслужащих в сфере «цифрового туризма»;
- появляются и начинают реализовываться инициативные проекты (в основном на региональном уровне) в русле «цифрового туризма» и «умного туризма» (в большей степени), например, различные специализированные Интернет-порталы, агрегаторы и поисковые системы;

– «цифровой туризм» и «умный туризм» рассматриваются в качестве механизмов привлечения людей в сферу реального туризма (реализация механизмов партисипативности);

– обсуждение развития «цифрового туризма» и «умного туризма» происходит на различных региональных и международных площадках (форумах и фестивалях).

В целом, дискурс в СМИ показывает, что журналисты используют терминологию «цифрового туризма» скудно. При этом особо не утруждают себя серьезно погрузиться в эту тематику. В основном в заголовке или аннотации одноразово используется термин «цифровой туризм» или «умный туризм», а затем по тексту никаких терминов, отражающих тематику «цифрового туризма» не встречается.

Заключение

Выявленные тенденции и результаты анализа терминологического ландшафта открывают новые возможности для исследований, особенно в тех областях, где до сих пор не хватает академических исследований и анализа научной литературы по цифровым трансформациям туризма, связанных с применением современных цифровых технологий, таких как большие данные, искусственный интеллект, виртуальная реальность, умные технологии и др. Благодаря вычислительным возможностям и повсеместной и всеобщей доступности, современные технологии уже не просто инструмент для электронного туризма, а используются во всех аспектах жизни и путешествий. Замена в самом ближайшем будущем большей части человеческого труда в индустрии туризма и гостеприимства на цифровые технологии будет иметь последствия, которые стоит изучить.

Будущие исследовательские инициативы могут изучить вопрос о том, как технологии вписываются в общественное сознание и отношения, и каким трансформациям подвергнется связанный с туризмом бизнес. Не менее важным направлением будет науковедческие исследования, отслеживание научных трендов и построения их прогнозных моделей. Подобные исследования имеют ценность как для ученых, так и для практиков. Особенно это актуально в свете прогнозирования развития туризма после окончания пандемии.

Работа выполнена при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, проект 18-011-00923-а.

Литература

1. Biondia L., Demartinia P., Marchegiana L., Marchioria M., Piberb M. Understanding orchestrated participatory cultural initiatives: Mapping the

- dynamics of governance and participation // *Cities*. — 2020. — Vol. 96. — 102459. — DOI: 10.1016/j.cities.2019.102459
2. Carusi C., Bianchi G. A look at interdisciplinarity using bipartite scholar/journal networks // *Scientometrics*. — 2020. — No. 122. — P. 867–894. — DOI: 10.1007/s11192-019-03309-3
 3. Egger I., Lei S.I., Wassler P. Digital free tourism – An exploratory study of tourist motivations // *Tourism Management*. — 2020. — No. 79. — 104098. — DOI: 10.1016/j.tourman.2020.104098
 4. Kontogianni A., Alepis E. Smart tourism: State of the art and literature review for the last six years // *Array*. — 2020. — Vol. 6. — 100020. — DOI: 10.1016/j.array.2020.100020.
 5. Jimenez-Marquez J. L., Gonzalez-Carrasco I., Lopez-Cuadrado J. L., Ruiz-Mezcua B. Towards a big data framework for analyzing social media content // *International Journal of Information Management*. — 2019. — Vol. 44. P. 1–12. — DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.003.
 6. Koivisto J, Hamari J. The rise of motivational information systems: A review of gamification research // *International Journal of Information Management*. — 2019. — Vol. 45. — P. 191-210. — DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.013
 7. Li J., Pearce P.L., Low D. Media representation of digital-free tourism: A critical discourse analysis // *Tourism Management*. — 2018. — No. 69. — P. 317–329. — DOI: 10.1016/j.tourman.2018.06.027
 8. Li J., Xu L., Tang L., Wang S., Li L. Big data in tourism research: A literature review // *Tourism Management*. — 2018. — No. 68. — 301e323. — DOI: 10.1016/j.tourman.2018.03.009
 9. Li Yu., Hu C., Huang Ch., Duan L. The concept of smart tourism in the context of tourism information services // *Tourism Management*. — 2017. — No. 58. — P. 293-300. — DOI: 10.1016/j.tourman.2016.03.014
 10. Molz J. G. *Travel connections: Tourism, technology and togetherness in a mobile world*. — London: New York, Routledge. 2012.
 11. Navío-Marco J., Ruiz-Gómez L.M., Sevilla-Sevilla C. Progress in information technology and tourism management: 30 years on T and 20 years after the internet - Revisiting Buhalis & Law's landmark study about eTourism // *Tourism Management*. — 2018. — No. 69. — P. 460–470. — DOI: 10.1016/j.tourman.2018.06.002
 12. Okamura K. Interdisciplinarity revisited: evidence for research impact and dynamism // *Palgrave Communication*. — 2019. — Vol. 5. — 141. — DOI: 10.1057/s41599-019-0352-4
 13. Paré G., Trudel M. C., Jaana M., Kitsiou S. Synthesizing information systems knowledge: A typology of literature reviews // *Information & Management*. — 2015. — Vol. 52. — No. 2. — P. 183–199. — DOI: 10.1016/j.im.2014.08.008

14. Pejić-Bacha M., Bertonec T., Meškob M., Krstić Ž. Text mining of industry 4 job advertisements // *International Journal of Information Management*. — 2020. — Vol. 50. — P. 416–431. — DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2019.07.014
15. Perles Ribes J.F., Baidal J.I. Smart sustainability: a new perspective in the sustainable tourism debate // *Investigaciones Regionales – Journal of Regional Research*. — 2018. — No. 42. — P. 151-170.
16. Phillips S. G. The tourism industry association of Canada [EB/OL] // — <http://www.slideshare.com>. 2000-12-05.
17. Piciocchi C, Martinelli L. The change of definitions in a multidisciplinary landscape: the case of human embryo and preembryo identification // *Croatian Medical Journal*. — 2016. — Vol. 57. — No. 5. — P. 510-515. — DOI:10.3325/cmj.2016.57.510
18. Purwandari B., Sutoyo M.A.H., Mishbah M., Dzulfikar M.F. Gamification in e-Government: A Systematic Literature Review // *Fourth International Conference on Informatics and Computing (ICIC)*. — Semarang, Indonesia, — 2019. — P. 1-5. — DOI: 10.1109/ICIC47613.2019.8985769
19. Raimbault J. Exploration of an interdisciplinary scientific landscape // *Scientometrics*. — 2019. — Vol. 119. — No. 2. — P. 617-641. — DOI: 10.1007/s11192-019-03090-3
20. Shae S., Ghatari A.R., Hasanzadeh A., Jahanyan S. Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review // *Tourism Management Perspectives*. — 2019. — No. 31. — P. 287–300. — DOI: 10.1016/j.tmp.2019.06.002
21. UNWTO (1993): *Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects*, Madrid, OMT. Madrid. — <https://www.unwto.org>.
22. UNWTO (2013): *Sustainable Tourism for Development Guidebook. Enhancing capacities for Sustainable Tourism for development in developing countries*, Madrid, UNWTO. — <https://www.unwto.org>.
23. UNWTO. Tourism resilience committee stresses need for “Smart Tourism” [EB/OL]. — 2012-03-11. — <http://www.slideshare.com>.
24. Калмакова А.А. Цифровые туристические экосистемы и их роль в маркетинге дестинаций // *География и туризм: сб.науч.тр. / Перм.гос.нац.исслед.ун-т*. — Пермь, 2015. — Вып.14. — С.57-62.
25. Кононова О.В., Ляпин С.Х., Прокудин Д.Е. Исследование терминологической базы междисциплинарного научного направления «цифровая экономика» с использованием инструментов контекстного анализа // *International Journal of Open Information Technologies*. — 2018. — Том 6, № 12. — С. 57-66.
26. Кононова О.В., Прокудин Д.Е., Смирнова П.В. Технологии изучения контекстного знания при исследованиях основных направлений геймификации в городском развитии // *Информационное общество: образование, наука, культура и технологии будущего*. Выпуск 3 (Труды

- XXII Международной объединенной научной конференции «Интернет и современное общество», IMS-2019, Санкт-Петербург, 19–22 июня 2019 г. Сборник научных трудов). — СПб: Университет ИТМО, 2019. — С. 53–66. — DOI: 10.17586/2587-8557-2019-3-53-66.
27. Кормягина Н.Н. Smart-туризм как часть Smart-концепции // Маркетинг и логистика. — 2017. — №6 (14). — с. 45-57.
 28. Молчанова В.А. Тенденции инновационного развития туристских дестинаций: «умная дестинация» // Экономика и предпринимательство. — 2017. — № 9 (ч.3). — С. 715-720.
 29. Мошняга Е.В. Основные тенденции развития туризма в современном мире // Вестник РМАТ. — 2013. — № 3(9). — С. 20-33.
 30. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р. «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года». — <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf>.
 31. Смирнов А.В., Пономарев А.В., Левашова Т.В., Тесля Н. Н. Поддержка принятия решений в туризме на основе человеко-машинного облака // Искусственный интеллект и принятие решений. — 2017. — № 2. — С. 90-102.
 32. Сяоцянь К., Шущинь А. Исследование развития «умного» туризма в провинции Цзянси в рамках концепции «Интернет+» // Экономические и социальные перемены в регионе: факты, тенденции, прогноз. — 2016. — № 4. — С. 199-205.
 33. Устинова М.В., Шевченко М.В. Индустрия гостеприимства в эпоху цифровизации // Эпоха науки. — 2019. — № 20. — С. 459-463.
 34. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 03.07.2019, от 01.04.2020). "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации". — http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/bb9e97fad9d14ac66df4b6e67c453d1be3b77b4c/
 35. Черевичко Т.В., Темякова Т.В. Цифровизация туризма: формы проявления // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. — 2019. — Т. 19. — Вып. 1. — С. 59–64.
 36. Четвертая промышленная революция. Популярно о главном технологическом тренде XXI века // TAdviser. — 17.10.2017. — [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Четвертая_промышленная_революция_\(Industry_Индустрия_4.0\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Четвертая_промышленная_революция_(Industry_Индустрия_4.0)).
 37. Щедрина Е.Ю., Моисеева А.Г., Гончаров А.Н., Хубулова В.В. Цифровой туризм: как индустрия 4.0 повлияет на туристическую отрасль региона // Современная наука и инновации. — 2019. — №1. — С.251-256.

References

1. Biondia L., Demartinia P., Marchegiana L., Marchioria M., Piberb M. Understanding orchestrated participatory cultural initiatives: Mapping the dynamics of governance and participation // *Cities*. — 2020. — Vol. 96. — 102459. — DOI: 10.1016/j.cities.2019.102459
2. Carusi C., Bianchi G. A look at interdisciplinarity using bipartite scholar/journal networks // *Scientometrics*. — 2020. — No. 122. — P. 867–894. — DOI: 10.1007/s11192-019-03309-3
3. Egger I., Lei S.I., Wassler P. Digital free tourism – An exploratory study of tourist motivations // *Tourism Management*. — 2020. — No. 79. — 104098. — DOI: 10.1016/j.tourman.2020.104098
4. Kontogianni A., Alepis E. Smart tourism: State of the art and literature review for the last six years // *Array*. — 2020. — Vol. 6. — 100020. — DOI: 10.1016/j.array.2020.100020.
5. Jimenez-Marquez J. L., Gonzalez-Carrasco I., Lopez-Cuadrado J. L., Ruiz-Mezcua B. Towards a big data framework for analyzing social media content // *International Journal of Information Management*. — 2019. — Vol. 44. P. 1–12. — DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.003.
6. Koivisto J, Hamari J. The rise of motivational information systems: A review of gamification research // *International Journal of Information Management*. — 2019. — Vol. 45. — P. 191-210. — DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.013
7. Li J., Pearce P.L., Low D. Media representation of digital-free tourism: A critical discourse analysis // *Tourism Management*. — 2018. — No. 69. — P. 317–329. — DOI: 10.1016/j.tourman.2018.06.027
8. Li J., Xu L., Tang L., Wang S., Li L. Big data in tourism research: A literature review // *Tourism Management*. — 2018. — No. 68. — 301e323. — DOI: 10.1016/j.tourman.2018.03.009
9. Li Yu., Hu C., Huang Ch., Duan L. The concept of smart tourism in the context of tourism information services // *Tourism Management*. — 2017. — No. 58. — P. 293-300. — DOI: 10.1016/j.tourman.2016.03.014
10. Molz J. G. *Travel connections: Tourism, technology and togetherness in a mobile world*. — London: New York, Routledge. 2012.
11. Navío-Marco J., Ruiz-Gómez L.M., Sevilla-Sevilla C. Progress in information technology and tourism management: 30 years on T and 20 years after the internet - Revisiting Buhalis & Law's landmark study about eTourism // *Tourism Management*. — 2018. — No. 69. — P. 460–470. — DOI: 10.1016/j.tourman.2018.06.002
12. Okamura K. Interdisciplinarity revisited: evidence for research impact and dynamism // *Palgrave Communication*. — 2019. — Vol. 5. — 141. — DOI: 10.1057/s41599-019-0352-4
13. Paré G., Trudel M. C., Jaana M., Kitsiou S. Synthesizing information systems knowledge: A typology of literature reviews // *Information &*

- Management. — 2015. — Vol. 52. — No. 2. — P. 183–199. — DOI: 10.1016/j.im.2014.08.008
14. Pejić-Bacha M., Bertonec T., Meškob M., Krstić Ž. Text mining of industry 4 job advertisements // *International Journal of Information Management*. — 2020. — Vol. 50. — P. 416–431. — DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2019.07.014
 15. Perles Ribes J.F., Baidal J.I. Smart sustainability: a new perspective in the sustainable tourism debate // *Investigaciones Regionales – Journal of Regional Research*. — 2018. — No. 42. — P. 151-170.
 16. Phillips S. G. The tourism industry association of Canada [EB/OL] // — <http://www.slideshare.com>. 2000-12-05.
 17. Piciocchi C, Martinelli L. The change of definitions in a multidisciplinary landscape: the case of human embryo and preembryo identification // *Croatian Medical Journal*. — 2016. — Vol. 57. — No. 5. — P. 510-515. — DOI:10.3325/cmj.2016.57.510
 18. Purwandari B., Sutoyo M.A.H., Mishbah M., Dzulfikar M.F. Gamification in e-Government: A Systematic Literature Review // *Fourth International Conference on Informatics and Computing (ICIC)*. — Semarang, Indonesia, — 2019. — P. 1-5. — DOI: 10.1109/ICIC47613.2019.8985769
 19. Raimbault J. Exploration of an interdisciplinary scientific landscape // *Scientometrics*. — 2019. — Vol. 119. — No. 2. — P. 617-641. — DOI: 10.1007/s11192-019-03090-3
 20. Shae S., Ghatari A.R., Hasanzadeh A., Jahanyan S. Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review // *Tourism Management Perspectives*. — 2019. — No. 31. — P. 287–300. — DOI: 10.1016/j.tmp.2019.06.002
 21. UNWTO (1993): *Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects*, Madrid, OMT. Madrid. — <https://www.unwto.org>.
 22. UNWTO (2013): *Sustainable Tourism for Development Guidebook. Enhancing capacities for Sustainable Tourism for development in developing countries*, Madrid, UNWTO. — <https://www.unwto.org>.
 23. UNWTO. Tourism resilience committee stresses need for “Smart Tourism” [EB/OL]. — 2012-03-11. — <http://www.slideshare.com>.
 24. Kalmazkova A.A. Cifrovye turisticheckie jekosistemy i ih rol' v marketinge destinacij. // *Geografija i turizm: sb.nauch.tr. / Perm.gos.nac.issled.un-t*. — Perm', 2015. — Vyp.14. — P. 57-62.
 25. Kononova O. V., Lyapin S. Kh., Prokudin D. E. Studying the Interdisciplinary Terminological Landscape of Digital Economy with the Use of Contextual Analysis Tools // *International Journal of Open Information Technologies*. — 2018. — Tom 6, № 12. — P. 57-66.
 26. Kononova O. V., Prokudin D. E., Smirnova P.V. Approach to Use of Network Scientific Environment for Studying the Interdisciplinary Terminological Landscape of Digital Economy // *Information Society:*

- Education, Science, Culture and Technology of Future. — Issue 3. — P. 53–66. — DOI: 10.17586/2587-8557-2019-3-53-66.
27. Kormjagina N.N. Smart-turizm kak chast' Smart-koncepcii // Marketing i logistika. — 2017. — №6 (14). — P. 45-57.
28. Molchanova V.A. Tendencii innovacionnogo razvitija turistskih destinacij: «umnaja destinacija» // Jekonomika i predprinimatel'stvo. — 2017. — № 9 (ch.3). — P. 715-720.
29. Moshnjaga E.V. Osnovnye tendencii razvitija turizma v sovremennom mire // Vestnik RMAT. — 2013. — № 3(9). — P. 20-33.
30. Rasporjazhenie Pravitel'stva RF ot 20.09.2019 № 2129-r. «Ob utverzhdenii Strategii razvitija turizma v Rossijskoj Federacii na period do 2035 goda». —
<http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf>.
31. Smirnov A.V., Ponomarev A.V., Levashova T.V., Teslja N. N. Podderzhka prinjatija reshenij v turizme na osnove cheloveko-mashinnogo oblaka // Iskusstvennyj intellekt i prinjatie reshenij. — 2017. — № 2. — P. 90-102.
32. Sjaocjan' K., Shucin' A. Issledovanie razvitija «umnogo» turizma v provincii Czjansi v ramkah koncepcii «Internet+» // Jekonomicheskie i social'nye peremeny v regione: fakty, tendencii, prognoz. — 2016. — № 4. — P. 199-205.
33. Ustinova M.V., Shevchenko M.V. Industrija gostepriimstva v jepohu cifrovizacii // Jepoha nauki. — 2019. — № 20. — P. 459-463.
34. Federal'nyj zakon ot 24.11.1996 N 132-FZ (red. ot 03.07.2019, ot 01.04.2020). "Ob osnovah turistskoj dejatel'nosti v Rossijskoj Federacii". — http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/bb9e97fad9d14ac66df4b6e67c453d1be3b77b4c/
35. Cherevichko T.V., Temjakova T.V. Cifrovizacija turizma: formy projavlenija // Izv. Sarat. un-ta. Nov. ser. Ser. Jekonomika. Upravlenie. Pravo. — 2019. — T. 19. — Vyp. 1. — P. 59–64.
36. Chetvertaja promyshlennaja revoljucija. Populjarno o glavnom tehnologicheskom trende XXI veka // TAdviser. — 17.10.2017. — [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Четвертая_промышленная_революция_\(Industry_Индустрия_4.0\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Четвертая_промышленная_революция_(Industry_Индустрия_4.0)).
37. Shhedrina E.Ju., Moiseeva A.G., Goncharov A.N., Hubulova V.V. Cifrovoj turizm: kak industrija 4.0 povlijaet na turisticheskiju otrasl' regiona // Sovremennaja nauka i innovacii. — 2019. — №1. — P. 251-256.