

Денисова Елена Александровна,
магистрант 1-го курса
Уральского гуманитарного института
Уральского федерального университета

DIGITAL-ТУРИЗМ НА УРАЛЕ

Аннотация. За последние десятилетия произошли большие перемены в сфере туризма. Особенно они коснулись путей передачи информации к конечному потребителю. Сейчас практически ни одно путешествие или экскурсию невозможно подготовить без использования ресурсов сети Интернет. Самодеятельный или профессионально организованный туризм нуждается в регулярно обновляемой информационной поддержке, которую в настоящее время можно получить благодаря новым медиа, компьютерам и гаджетам.

Ключевые слова: туризм, Урал, новые медиа, Интернет, социальные сети, мессенджеры.

Denissova Yelena,
Master's Student of the 1st year
Ural Institute for Humanities
Ural Federal University

DIGITAL TOURISM IN THE URALS

Abstract. Major changes have taken place in tourism in recent decades. Especially they touched the means to transfer information to end-users. In our days it's almost impossible to organize a trip or tour not using Internet resources. An amateur or professionally organized tourism needs to be supported with information currently available from the use of new media, computers and gadgets.

Keywords: tourism, Urals, new media, social networks, messengers.

Новые медиа играют большую роль в жизни современного человека. Профессор Мичиганского университета Рассел Нойман дал

термину «новые медиа» (англ. *new media*) следующее определение: «новый формат существования средств массовой информации, постоянно доступных на цифровых устройствах и подразумевающих активное участие пользователей в создании и распространении контента» [1]. Таким образом к новым медиа относятся все социальные сети, мессенджеры, электронная почта, видеохостинги и прочие интернет-платформы, с помощью которых происходит общественная коммуникация.

С помощью новых медиа происходит поиск и передача информации, в том числе и о туристической сфере. На стыке туризма и сети Интернет появляется digital-туризм, то есть люди, отправляясь в путешествие или просто на экскурсию, предпочитают вести подготовку с помощью гаджетов и Всемирной паутины. По данным 2019 года, через электронные сделки интернет-пользователи потратили на сферу туризма более 750 миллиардов долларов [2]. Новые медиа, обладая информацией о своих пользователях, помогают создать и распространить предоставляющим услуги компаниям рекламу с охватом наиболее подходящей аудитории. Согласно OTM Digital Days 2018, Израиль тратит 25 % рекламного бюджета, а представительство национального офиса по продвижению Германии в России — около 90 % маркетингового бюджета на цифровое продвижение [3].

Три четверти россиян являются активными пользователями Всемирной паутины, а 85 % из них пользуются Интернетом ежедневно. Среднестатистический россиянин проводит онлайн почти 6,5 часов ежедневно, из которых более двух приходится на социальные сети [2]. Население Уральского федерального округа составляет около 12 миллионов человек, если исходить из статистики, то получится, что в этом регионе количество интернет-пользователей примерно равно 9 миллионам [4]. То есть на Урале потенциально имеется 9 миллионов человек, которые могут нуждаться в информации о различных сферах туристской отрасли, например о событиях, ресторанах, гостиницах или музеях.

В сети Интернет существуют сотни сайтов, содержащих информацию для туристов. Начиная с таких глобальных площадок, как «Booking.com» и «TripAdvisor.com», содержащих еще и отзывы клиентов различных заведений и организаций и заканчивая более

локальными информационными порталами как «Gotoural.com» и «Nashural.ru», где можно получить актуальные сведения о туристических возможностях и аттракциях Урала. Также для жителей и гостей Урала существуют различные группы в социальных сетях («ВКонтакте», Facebook, «Одноклассники», Instagram) и мессенджерах (WhatsApp, Telegram) как созданные частными лицами, так и являющиеся консультационными площадками различных фирм, предоставляющих туристские услуги.

Таким образом мы можем утверждать, что на данный момент интернет-ресурсы, и новые медиа в том числе, являются стабильно используемым источником информации и подготовительной основой для совершения туристических поездок и экскурсий. Они позволяют узнать все о маршруте, пунктах питания, гостиницах, событиях, выставках, отзывах и прочих интересующих туриста вещах. Организации сферы туризма используют новые медиа и Интернет для распространения рекламы и разного типа исследований, например, целевой аудитории или своего рейтинга среди клиентов. Также на интернет-ресурсах происходит продвижение дестинации, т. е. не отдельных компаний или услуг, а целой страны или региона в качестве места для посещения.

Литература

1. *Neuman W. R.* The Future of the Mass Audience. — Cambridge University Press, 1991. — 195 p.

2. *Kemp S.* Digital 2019: global internet use accelerates // We Are Social. URL: <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates/> (дата обращения: 14.02.2020).

3. Как цифровые технологии влияют на развитие туризма? // STEPPE. URL: <https://the-steppe.com/gorod/kak-cifrovye-tehnologii-vliyayut-na-razvitiie-turizma> (дата обращения: 14.02.2020).

4. Уральский федеральный округ Российской Федерации // Академик. URL: <https://biograf.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1583971/biograf.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/3228/> (дата обращения: 14.02.2020).