

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОГО КОЧЕВНИЧЕСТВА КАК ФОРМЫ
МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF DIGITAL NOBILITY AS A FORM OF
YOUTH TOURISM

*Герман Артурович Минзафаров, студент, кафедра сервиса, туризма и индустрии гостеприимства, Тюменский государственный университет, Тюмень, Тюменская область, Российская Федерация
gimli0311@gmail.com*

*Наталья Алексеевна Балюк, доктор исторических наук, профессор, кафедра сервиса, туризма и индустрии гостеприимства, Тюменский государственный университет, Тюмень, Тюменская область, Российская Федерация
n-balyk@mail.ru*

*Natalya A. BALYUK, Doctor of Historical Sciences, Professor of the Department of Tourism and Hospitality Services, Tyumen State University, Tyumen, Tyumen Region, Russian Federation
n-balyk@mail.ru*

*German A. MINZAFAROV, student of the Department of Tourism and Hospitality Services, Tyumen State University, Tyumen, Tyumen Region, Russian Federation
gimli0311@gmail.com*

Аннотация

В данной статье рассматривается феномен цифрового кочевничества как направления самодеятельного молодёжного туризма. Направление актуально, т.к. отечественное научное сообщество почти не вовлечено в мировой дискурс по данной теме. Приводятся примеры взаимодействия с самостоятельными туристами с помощью современных технологий

Abstract

This article discusses the phenomenon of digital nomadism as a direction of amateur youth tourism. The direction is relevant because The domestic scientific community is almost not involved in the world discourse on this topic. Examples of interaction with independent tourists using modern technologies are given

Ключевые слова: цифровой кочевник, молодёжный туризм, самодеятельный туризм, технологии, цифровой путеводитель

Keywords: digital nomad, youth tourism, amateur tourism, technology, digital guide.tourism

На современном этапе базовым принципом развития технологий и науки является трансдисциплинарность, интегрирующая в проблемном поле исследования несколько отраслей знания, что требует выработки комплексного методического инструментария и междотраслевых научных подходов. Одним из таких феноменов, требующих реализации трансдисциплинарного подхода, является цифровой номадизм и его субъекты - цифровые кочевники, формирующие особую культуру взаимодействия с окружающим миром в условиях глобализации.

Однако изучению этого явления, которое с нарастающей динамикой оказывает влияние на развитие рынка национального и международного туризма, посвящено незначительное количество работ отечественных ученых, что актуализирует

необходимость изучения этого нового научного направления, определения сущности цифрового кочевничества, уточнения ключевых терминов и понятий, выработки методики комплексного трансдисциплинарного исследования в философском, социальном, культурологическом и коммуникационном смыслах.

Классики исследований цифрового номадизма Цугио Макимото и Дэвид Мэннерс в своей книге «Digital nomads», которая одна из первых была посвящена цифровому кочевничеству, дают следующее определение цифровых кочевников «...это люди, которые в процессе своей профессиональной деятельности, учебы, творчества и досуга не привязаны к какому-либо определенному месту, благодаря использованию Интернет-технологий и мобильной связи». Авторы выделяют главные характеристики «цифровых номадов»: постоянная географическая мобильность (глобальная и локальная), использование интернет-технологий и мобильной связи. Согласно этим характеристикам по классификации Зорина И.В. и Квартального В.А. цифровых кочевников можно отнести к самостоятельному по форме организации и молодёжному, по возрастному принципу, виду туризма [1, с. 63-64].

Внимание к данному феномену со стороны российских ученых отмечено только в последние годы, в области экономики, философии, цифровых технологий, культурологии, социологии, психологии и туризма. На данный момент зарубежный дискурс, связанный с этой темой ушел далеко вперед. Аналитическое исследование современных зарубежных работ по теме цифрового номадизма, которое провела Шумилова А.А., показывает повышенный интерес со стороны иностранных учёных к этому уникальному феномену. Написано множество научных статей, освещающих данный вопрос со сторон различных дисциплин [2, с. 300-306]. Появляются всё больше научных монографий («Knowmad Society» под редакцией Джона У. Моравца), ведутся активные дискуссии в этом междисциплинарном направлении (Connect Universum в ТГУ). Также на зарубежном рынке уже давно работают с цифровыми номадами и смежными с ними потребителями. В первую очередь с помощью так называемых «цифровых оазисов». Российский рынок тоже подхватывает эту тенденцию, но в основном на территории центральной России и не в таком большом масштабе. Выделяют 6 типов «digital oases» [3, с. 83-89]:

1. «Оазис» как страна или город с быстрым и надёжным интернетом, развитой транспортной инфраструктурой, комфортным климатом, удобным размещением и небольшими ценами (Новая Зеландия, США, Чехия, Хорватия). Для сравнения стран по данным критериям используют NomadList и NomadForum;

2. Коворкинг- «коллективный офис», обеспечивающий рабочее место и высокоскоростной Wi-Fi для людей во время путешествия (Hubud на Бали, Coworking Split в городе Сплит). Тенденция перехода работы из офиса в коворкинг начинает быть заметной и в России, во многом благодаря крупным IT компаниям и университетам;

3. Коливинг (англ. Coliving) – это молодёжная форма проживания, в которой жильцы делят взгляды, интересы или профессиональную область (NomadHouse в Лиссабоне);

4. Коворкинг+ коливинг. В дополнение к коворкингу гости могут арендовать комнаты или кровати в хостеле, которое создано специально для цифровых кочевников (Pura Vida в Бухаресте);

5. Кампус- университетский (институтский, студенческий) городок или автономная территорию, принадлежащую крупной компании. Является площадкой для генерации и реализации идей, проектов, семинаров, конференций, которая сочетается с коворкинг-зоной (Лондон, Мадрид, Сеул, Тель-Авив, Варшава);

6. Любое кафе с надёжным Wi-Fi подключением, в котором есть возможность передохнуть, выпить кофе и немного поработать (Nomad в Окленде).

Взаимодействие самостоятельных туристов и цифровых номадов с окружающим миром осуществляется не столько на физическом, сколько на технологическом уровне. Для этого чаще всего они используют мобильные приложения и сайты: системы онлайн-

бронирования гостиниц и авиа- железнодорожных билетов (Booking.com, Aviaseales, RZD-online), информационные порталы (TripAdvisor, Localway), мобильные путеводители и аудиогиды (TourCaster, WorldExplorer, TopTripTip, «Мобильный гид по Великому Новгороду», FriendlyMoscow, Tagwhat, Izi.Travel), программное обеспечение для перевода на другой язык письменных, печатных, голосовых сообщений и фото (Google translate, Яндекс.Переводчик, Speechlogge, Voice Translator), социальные сети Instargam, Vkontakte, Facebook, ежедневники, почтовые сервисы, приложения для бизнес-администрирования и ориентирования в часовых поясах (Remember The Milk, Calendly, ClockSync, Spark), картографические сервисы (Яндекс.Карты, GoogleMaps, GoogleEarth, 2GIS).

Существенное влияние на развитие самостоятельного туризма оказала технология NFC (ближняя бесконтактная связь), дающая возможность бесконтактной оплаты, что позволяет туристу сохранить больше времени, а также уменьшить или избежать комиссии за сьем и конвертацию чужой валюты (Google Payments, Paypal). К тому же NFC оберегает клиента от потери ключей в средствах размещения (Clarion Hotel Stockholm), делает процесс пребывания надёжным и удобным.

QR- коды дают возможность быстро получать информацию, которая напрямую связана с объектами в реальном мире, через специальное приложение «QR Code Reader», что активно применяется в музеях на памятниках культуры и искусства [4, с. 6-13].

Технологии IoT (Internet of things) уже сейчас помогают улучшать уровень безопасности в центрах городов (Stow Your Bags), кинотеатрах, вокзалах, ТЦ, музеях, клубах и на пляжах с помощью автоматизированных камер хранения, в которых к тому же доступна подзарядка мобильных телефонах.

Работа с большими данными (Big Data) способствовала возникновению новых классов алгоритмов и методов (краудсорсинг, Data Mining, искусственные нейронные сети, машинное обучение, смещение и интеграция данных, имитационное моделирование), которые полностью обеспечивают работу сервисов метапоиска трансфера (Aviasales, Skyscanner), онлайн-бронирования транспорта (Europcar, Avis, BlaBlaCar) и средств размещения (Hotelscombined, Hotellook, Trivago) и точность их прогнозирование цен, что значительно упрощает самостоятельную организацию путешествия [5, с. 71-73]. Анализ полученных данных (геолокации, социальных сетей, пользовательских запросов) позволяет улучшить инфраструктуру на определенных туристических маршрутах города, создать новые условия трансфера, разработать единые туристические платформы с более разнообразным и понятным функционалом.

AI уже в состоянии давать подсказки менеджерам, а иногда и заменить персонал предприятия (chatbots, онлайн-консьерж Hilton), что значительно может улучшить качество сервиса и значительно издержки. А такие технологии как Robotic Process Automation (RPA) уже активно внедряются японскими отелями («Henn-na»).

Облачные хранилища данных (Google Drive, Dropbox, OneDrive, Яндекс.Диск) помогают цифровымномадам сохранять и обеспечивать передачу весомого количество цифровых файлов в дороге.

В тоже время технология Block Chain (блокчейн) позволяет цифровым кочевника избежать уплаты налогов и комиссии при оплате криптовалютами. Данная технология может быть реализована в программах лояльности, онлайн-бронировании, документообороте (идентификации в аэропортах и т.п.), автоматизации платежей (страхование). Есть примеры проектов, которые занимаются геймификацией туризма с помощью программ на основе блокчейна («Dubai Points») [6, с. 55-58].

Технология AR (дополненной реальности) предоставляет возможность существенно разнообразить, оживить пространство, архитектуру и объекты в сфере самодетельного туризма, формировать особые интерактивные впечатления (приложение с элементами дополненной реальности «The Battle» в парк развлечений и отдыха «Cedar Point» штата Огайо) и восприятие туристских территорий у потребителей («Дворце Школьников в Астане). Навигационные приложения (AR City) с режимами дополненной

реальности не только выстраивает маршрут и показывает исторические справки и сложные трёхмерные модели старых зданий поверх новых [7, с. 57-62].

Технологии VR (виртуальной реальности) открывает абсолютно новый вид экскурсионного обслуживания и презентации услуг (презентация сети отелей в Hotel 360). Она даёт новые возможности для реализации затратных проектов, социального туризма, маркетинговой деятельности (Great Gonzo Studio), создание клубов и парков виртуальных развлечений (The Void, ARena Space), получении опыта (спектакль в VR Theatre, балетная постановка в Night Fall), проведении событийных мероприятий, помогает избежать огромных очередей близ культовых достопримечательностей (гробница Тутанхамона в King Tut VR), негативного влияния туризма (часовня Волхвов в Magi Chapel VR), дороговизны поездки, закрытия выставок, реставрации музеев (отдел Смитсоновского музея в Intel SAAM VR) и коллекций (метамузей Artheon) [8, с. 35-46].

Крауд-технологии (краудсорсинг, краудсерфинг, краудлендинг и др.) позволяют использовать сети для поиска инвесторов и потребителей конкретного продукта или услуги. Благодаря краудфандинговым площадкам (Planeta, Kickstarter, Boomstarter), любой пользователь имеет возможность организовать сбор средств на свой проект в сфере туризма. Это экспедиции («Экспедиция к полюсу недоступности Камчатки»), блог-туры, организация фестивалей, выставок, экскурсий («Внутри и снаружи. Набор экскурсий»), строительство турбаз, музеев, кемпингов, кафе, скейтпарков, сноуборд-парков (BigFamily на горнолыжном курорте «Шерегеш»), детских площадок, созданию организаций (Фонд социокультурных-инициатив «Рыба Шагала»), фильмов и видеороликов о каких-либо дестинациях, путеводителей, аудио- и видео-гидов, сайтов и приложений по бронированию и других технологических новинок, которые можно применить в туризме [9, с. 11-21].

О соприкосновении туризма с этими технологиями необходимо знать и учитывать при работе с самостоятельными туристами. Следует заметить, что без Wi-fi, ГИС-технологии, цифровых, электронных карт и мобильных приложений, разработанных на их основе, не представляется возможным оптимально обеспечить цифровых кочевников необходимым геоинформационным обеспечением в современной и доступной форме.

Для работы с самостоятельными туристами в современном мире необходимы прежде всего цифровые путеводители. Основой электронного путеводителя может стать проект «Живая карта России», который был разработан РГУТИС. В его основе лежит интерактивная карта, которая аккумулирует в себе информацию о различных типах туристического пространства (естественного, культурно-исторического, рекреационного, сервисного, антропологического, событийного, мифологического). Для создания таких интерактивных карт необходимо изучить опыт регионов России, Франции, Финляндии, Италии, Испании и др. Цифровому путеводителю необходимо содержание наиболее полной и комплексной информации по туристской дестинации в интерактивной форме для удобного поиска и успешного восприятия информации.

Для создания интерактивного ресурса Джанджугазова Н.А. в своей научной статье предлагает особую методику изучения туристских территорий в России, которая позволяет сформировать комплексную характеристику потенциала регионов. Методика предполагает данную последовательность действий [10, с. 66-71].

1. Выделить территориальные объекты, используя административную карту. Это даёт возможность сгруппировать объекты и закрепить за отдельными исследователями;

2. Сбор как теоретических, так и практических материалов о территориях. Разработка собственных принципов выделения типов туристского пространства;

3. Определение и описание основных объектов показа. Составление «ядра признаков» для группировки объектов внутри туристского пространства и формирование формуляров для их характеристики;

4. Формирование способов обработки, систематизации, а также унификации полученной информации для дальнейшего размещения в цифровом путеводителе;
5. Разработка действующей системы «обратной связи»;
6. Формирование и продвижение способов расположения информации, который подразумевает ссылки на смежные электронные ресурсы.

Данный ресурс можно дополнить различными ссылками на онлайн платформы для аренды жилья, службы доставки еды, сервисами поиска попутчиков для поездки на территорию дестинации, «цифровыми оазисами» (включая зоны бесплатного wi-fi), площадками для общения и соискания единомышленников. Если этот путеводитель предполагает мобильное приложение, то оно должно иметь возможность работать автономно, не имея доступа к Интернету [11].

Образ предоставления информации в путеводителе может структурно (запоминающиеся обложки, прозрачная архитектура журнала, материалы разного объема, используются смежные темы) напоминать цифровые издания и использовать их средства (эффекты «scratch-off», содержание дополнено гиперссылками, интерактивные инфографики, интерактивные элементы, анимация, видеосюжеты, аудиофрагменты и фотогалереи). Примером такого цифрового издания является «Зелёный Марс», который был разработан студентами ТГУ. Такое представление информации должно раскрывать уникальность и современность туристской дестинации [12, с. 83-89].

Для продвижения, формирования доверительного отношения и увеличения функционала цифрового путеводителя необходимо построение открытого диалога с населением, обеспечение прозрачности функционирования ресурса и активное взаимодействие с местным сообществом и администрацией, персональными и корпоративными сайтами, социальными сетями и блогами, профессиональными порталами и интернет-СМИ (АТОР, Moi-portal.ru, Makers of Siberia), видеостриминговыми площадками (Twitch), фотохостингами (Instagram), видеоплатформами (Youtube, Rutube) [13, с. 31-39].

На основе всего вышеперечисленного материала можно сделать вывод, что цифровымномадам и самостоятельным туристам для путешествия необходим определённый уровень информации о туристской дестинации. Информация в путеводителе должна включать в себя различные типы туристического пространства, которые представлены в цифровом интерактивном виде. Представленная информация и возможности цифрового путеводителя должен быть интуитивно понятны. Общий стиль путеводителя должен быть подробно проработан с дизайнерской точки зрения и по возможности основываться или иметь связь с локальной идентичностью. Данный путеводитель должен иметь возможности работы с другими востребованными для самостоятельного туриста сервисами. Необходима работа над системой, которая не только даст ему банальную туристическую информацию, но и будет иметь возможность перенаправить туриста на необходимые ему информационные ресурсы и родственные сайты.

В заключение необходимо отметить, что на сегодняшний день проблемам цифрового кочевничества в российской науке не уделяется должного внимания. В это же время наши зарубежные коллеги осознают актуальность данного направления и активно его развивают, что важно учитывать в современной отечественной практике. Формирование в регионах России не только физической, но и цифровой инфраструктуры, ориентированной на цифровых кочевников, сможет значительно повысить социальную мобильность, способствовать развитию межкультурных коммуникаций в сфере национального и международного туризма на основе уникального природного, исторического и культурного наследия нашей страны.

Список литературы

1. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма: справочник - Москва: Финансы и статистика. -2014.- С.63-64.

2. Шумилова А.А. Подходы к изучению цифрового нomaдизма: обзор зарубежных исследований // Connect-Universum – 2016 : сборник материалов III Международной трансдисциплинарной научно-практической WEB-конференции.-2016.- С. 300-306.
3. Вахрушева О.С., Карнаухова Н.А. «Оазисы» для цифровых кочевников // Connect-Universum – 2016 : сборник материалов III Международной трансдисциплинарной научно-практической WEB-конференции. -2016. -С. 83-89.
4. Муминова С. Р., Феоктистова В.М., Вагина У.В. Инновации в туризме на основе информационных технологий // Сервис в России и за рубежом.-2018. -№1. - С.6-13.
5. Солодовникова Т. И., Туровец А. М. Большие данные как инновационный инструмент развития международного туризма// Сборник научных статей студентов, магистрантов, аспирантов. Выпуск 13. Том 2. -2014.- С. 71-73.
6. Курганская Г. С., Хофманн К. М. Инновационные интерне-технологии в сфере туризма// Бизнес-образование в экономике знаний. -2018. -№1. – С. 55-58.
7. Костин К.Б. Форсайт развития технологий дополненной реальности в международном туризме// Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. - 2016.- С. 57-62.
8. Маслов Е.А., Хамина А.А. Внедрение современных технологий виртуальной и дополненной реальности в креативные индустрии: тенденции и проблемы// Гуманитарная информатика. -2016. – С. 35-46.
9. Селезнёв Р.С. Краудфандинг в туризме: проблемы развития и опыт Кемеровской области// Российские регионы: взгляд в будущее. -2019. –С 11-21.
10. Джанджугазова Е. А. Туризм и инновационное развитие: проект ФГОУВПО РГУТИС «Живая карта России» // Современные проблемы сервиса и туризма. -2010. -№ 3. – С. 66-71.
11. Барабаш В.Э. «Сибирские оазисы»: идея сайта для привлечения цифровых кочевников [Электронный ресурс]. URL: <http://connect-universum.tsu.ru/blog/cuj2015/1035.html> (дата обращения: 25.05.2019).
12. Вершинин В.А. Цифровые издания как новая платформа для экспериментального моделирования СМИ. // Connect-Universum – 2014: сборник материалов V Международной научно-практической интернет-конференции. –2015. –С. 83-89.
13. Архангельская И.Б. Storytelling как форма маркетинговой коммуникации в мире цифровых кочевников // Connect-Universum – 2016: сборник материалов III Международной научно-практической WEB-конференции. –2017. –С. 31-39.

Reference

1. Zorin I. V., Kvaral'nov V. A. Enciklopediya turizma: spravochnik - Moskva: Finansy i statistika.-2014.- С.63-64.
2. SHumilova A.A. Podhody k izucheniyu cifrovogo nomadizma: obzor zarubezhnyh issledovaniy // Connect-Universum – 2016 : sbornik materialov III Mezhdunarodnoj transdisciplinarnoj nauchno-prakticheskoy WEB-konferencii.-2016.- S. 300-306.
3. Vahrusheva O.S., Karnauhova N.A. «Oazisy» dlya cifrovyyh kochevnikov // Connect-Universum – 2016 : sbornik materialov III Mezhdunarodnoj transdisciplinarnoj nauchno-prakticheskoy WEB-konferencii. -2016. -S. 83-89.
4. Muminova S. R., Feoktistova V.M., Vagina U.V. Innovacii v turizme na osnove informacionnyh tekhnologij // Servis v Rossii i za rubezhom.-2018. -№1. - S.6-13.
5. Solodovnikova T. I., Turovec A. M. Bol'shie dannye kak innovacionnyj instrument razvitiya mezhdunarodnogo turizma// Sbornik nauchnyh statej studentov, magistrantov, aspirantov. Vypusk 13. Tom 2. -2014.- S. 71-73.
6. Kurganskaya G. S., Hofmann K. M. Innovacionnye interne-tekhnologii v sfere turizma// Biznes-obrazovanie v ekonomike znaniy. -2018. -№1. – S. 55-58.
7. Kostin K.B. Forsajt razvitiya tekhnologij dopolnennoj real'nosti v mezhdunarodnom turizme// Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta. - 2016.- S. 57-62.

8. Maslov E.A., Haminova A.A. Vnedrenie sovremennykh tekhnologij virtual'noj i dopolnnojj real'nosti v kreativnyje industrii: tendencii i problemy// Gumanitarnaya informatika. -2016. – S. 35-46.
9. Seleznyov R.S. Kraudfanding v turizme: problemy razvitiya i opyt Kemerovskoj oblasti// Rossijskie regiony: vzglyad v budushchee. -2019. –S 11-21.
10. Dzhandzhugazova E. A. Turizm i innovacionnoe razvitie: proekt FGOUVPO RGUTIS «ZHivaya karta Rossii» // Sovremennye problemy servisa i turizma. -2010. -№ 3. – S. 66-71.
11. Barabash V.E. «Sibirskie oazisy»: ideya sajta dlya privlecheniya cifrovyyh kochevnikov [Elektronnyi resurs]. URL: <http://connect-universum.tsu.ru/blog/cuj2015/1035.html> (data obrashcheniya: 25.05.2019).
12. Vershinin V.A. Cifrovye izdaniya kak novaya platforma dlya eksperimental'nogo modelirovaniya SMI. // Connect-Universum – 2014: sbornik materialov V Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy internet-konferencii. –2015. –С. 83-89.
13. Arhangel'skaya I.B. Storytelling kak forma marketingovoj kommunikacii v mire cifrovyyh kochevnikov // Connect-Universum – 2016: sbornik materialov III Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy WEB-konferencii. –2017. –С. 31-39.

УДК 379.852

ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ ТУР «В ГОСТИ К ХАНТАМ И МАНСИ В ЁМВОШ-АБГА
(ХАНТЫ-МАНСИЙСК)»

ETHNO-CULTURAL TOUR «IN THE GUEST TO THE KHANTS AND MANSY IN
YOMVOSH-ABGA (KHANTY-MANSIYSK)»

Ксения Александровна Мазуренко, студентка, кафедра сервиса, туризма и индустрии гостеприимства, Тюменский государственный университет, Тюмень, Российская Федерация.
mazurenkoks@mail.ru

Елена Евгеньевна Ермакова, доцент, кандидат филологических наук, кафедра сервиса, туризма и индустрии гостеприимства, Тюменский государственный университет, Тюмень, Российская Федерация.

Elena E. ERMAKOVA, Tyumenskii gosudarstvennyi universitet, Tyumen', Tyumenskaya oblast', Russian Federation

Kseniya A. MAZURENKO, Tyumenskii gosudarstvennyi universitet, Tyumen', Tyumenskaya oblast', Russian Federation
mazurenkoks@mail.ru

Аннотация

Рассматривает этнокультурный туризм как перспективное направление внутреннего и въездного туризма Ханты-Мансийского автономного округа–Югры. Предлагается разработка тура «В гости к хантам и манси в Ёмвош-Абга (Ханты-Мансийск)». Раскрываются проблемы туризма в округе.

Abstract

This article considers ethnocultural tourism as a promising direction of domestic and inbound tourism of the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug–Ugra. The development of the tour “On a visit to the Khanty and Mansi in Yomvosh-Abga (Khanty-Mansiysk)” is proposed. The problems of tourism in the district are revealed.