

Народная география эпохи интернета

Ю.Н.Голубчиков, С.В.Клименко (Москва)

Вызовы постмодерна. Люди занимались туризмом всегда. Всегда практиковались собирательство, охота, рыбалка, паломничество, кочевания, скитания, переселения, хождения, плавания. Историю туризма трудно отличить от истории географических открытий, истории колонизации и европеизации земного шара. «Строго говоря, нет оснований рассуждать о прогрессе в данной области и считать текущие формы рекреационной деятельности более совершенными, нежели существовавшие в прошлом» – пишет Д.В.Николаенко [2001]. И всегда туризм был естественно-гуманитарным феноменом, тесно связующим природу и человека.

Но только сетевые технологии XXI века предоставили человеку столь невиданную доселе степень мобильности и автономности, что теперь, он может работать в сфере далекой от путешествий, пребывая в путешествии, и путешествовать, оставаясь на работе, не связанной с путешествиями. Стерлись некогда четкие различия между работой и домом, городом и деревней, обучением и развлечением, буднями и каникулами, реальностью и виртуальностью. Труд перестал быть жизненно необходимым. Многие предпочитают меньше зарабатывать, но иметь больше свободного времени, что созвучно с идеями К. Маркса о том, что в будущем «мерилом богатства будет уже не рабочее, а свободное время» [Мироненко, Эльдаров, 2014].

В создавшейся свободе выбора, туризм перестает быть атрибутом свободного времени. Его сфера размылась и он вступил в повседневную жизнь. Своеобразной формой туризма стал образ постоянной жизни в различных средах. Это бывает, когда человек приобретает второе жилье (дачу) в сельской местности и живет одновременно и в квартире и на даче (second-home tourism). Появляется все большее число обеспеченных людей, которые вообще не имеют постоянного места жительства. Их жизненный стиль заключен в постоянном перемещении от одной локальности к другой [Cohen, Cohen, 2012]. Все становится туризмом. Появились даже суждения о «конце туризма» [Gale, 2009].

Всеобщая компьютеризация населения и доступ его к Интернету оказались настолько эпохальными, что получили название эпохи «третьей волны» (первые две знаменовались эпохой пара, затем нефти и электричества) [Тоффлер, 2010]. «Третья волна» настолько изменила мир, что его в противоположность предшествующему индустриальному этапу модерна стали называть миром постмодерна (постпозитивизма, постиндустриальной или постэкономической стадией, постнеклассической науки) [Postmodern Geography..., 2001]. В центре постмодерна стоит массовая индивидуальность, тогда как еще недавно господствовала массовая стандартизация. Она обусловлена выходом на передний план человеческого фактора. Если все прежние общества были основаны на экономической мотивации людей, то в рамках постэкономического порядка на первый план выходит концепция человеческого развития (human development), понимаемая как расширение свободы выбора индивида [Зубаревич, 2009].

Благодаря прогрессу транспортных технологий весь мир стал настолько близок, что стали говорить о парадигме мобильности как радикальном преобразовании социальной науки и жизни постдисциплинарного века. «Разнообразие мобильностей уже трансформировало "социум как общество" в "социум как мобильность", включая воображаемые путешествия, перемещения образов и информации, виртуальные путешествия» [Уггу, 2007, р. 186].

Массовая географизация населения. Интернет и массовый туризм вовлекли в процесс географического познания самые широкие слои населения, способствуя его "географизации". Не менее миллиарда человек в мире стали "стихийными" географами. Интерес к географии пробудился у самых широких слоев населения. Еще недавно, казалось, он совсем угас. Некоторые предрекали даже, что время географии прошло, наступил «конец ее истории». На деле вышло наоборот.

Массовый туризм пробуждает все больший интерес к краеведению, туризму, географической карте, наследию, народоведению, пейзажеведению, локальным историческим разработкам увязанным с комплексными географическими характеристиками. Туризм оказался мощным инструментом осознания важности географии. «В этом отношении туризм способствует развитию географических наук и системы географического образования, росту в обществе интереса к географическим сведениям. Предприятия туризма и рекреации часто по сути своей географичны, органично вписаны в территорию, отражают ее особенности» - пишет А.И.Зырянов [2014, с. 10]. Даже если туризм осуществляется исключительно ради поиска удовольствий, то и они не проходят без обретения научных знаний и географического опыта. «Сама среда путешествия, новые условия бытия активизируют познавательные способности человека», – пишет И.В.Зорин [2005, с. 5–6].

В то же время сам Интернет находится в постоянном развитии. Самым привычным разделением его исторических вех является смена “Web 1.0” на Web 2.0”. Основным свойством Интернета эпохи “Web 1.0” называется его «централизация». Вебсайты той эпохи позволяли пользователям просто находить информацию. С эпохой “Web 2.0” сотни тысяч пользователей получили возможность самостоятельного создания контента и конструирования своих представлений о местности. Примером проектов, созданными самими пользователями и поддерживаемых ими, являются статьи в Википедии, блоги Твитера и Flickr, сервисы OpenStreetMap, TomTom, NAVTEQ. Немаловажно, что пользование ими оставляет геотегированную информацию в виде географических координат вместе в возможностями зуммирования положения фотографий на карте.

Турист все меньше хочет платить гиду или турагентству. Гид и агентство теперь у него на планшете или андроиде. Никто на них не возьмется указывать куда идти и сколько времени на что тратить. Идет размывание различий между "гостями и хозяевами". Из пассивного потребителя турпродукта, турист превращается в его творца. Туризм становится все более яркой и доступной формой индивидуализации и самоутверждения личности.

В целом ряде стран появились "добровольцы по сбору географической информации" ('volunteered geographic information' - VGI). Они обычно тесно связаны с феноменом, получившим название неогеографии.

Неогеография. Выделяются характерные черты неогеографии [Coote, Rackham, 2008]

- сбор, обработка и распространение географической информации осуществляется добровольцами или индивидуалами;

- создание новых данных стимулируется их недостатком или ограничением к ним доступа, в том числе по цене;
- подходы к созданию и управлению базами данных скорее интуитивны, чем связаны с восприятием стандартов и методов;
- лицензированные данные используются из открытых источников, которые позволяют пользователям свободно ими пользоваться;
- создание данного продукта никогда не закончится и он будет находится под рассмотрением в различных аспектах и обновляем в различные времена.

Эпохальным явилось появлением в Интернете высокодетальных виртуальных глобусов и связанных с ними географических сервисов. Теперь любому пользователю сети, вне зависимости от желаний соответствующих ведомств, стало возможным воспроизводить трехмерные модели земной поверхности в каком угодно масштабе. Новые географические приложения стали одними из наиболее распространенных программных продуктов и получили обобщающее название виртуальных глобусов. Их обстоятельный обзор приведен в докладе «Цифровые глобусы 2015» [Keysers, 2015]. Среди них наиболее известны Google Earth, Google Maps/Street View (<https://maps.google.com>), Bing Maps 3D (<http://www.bing.com/maps/>), SkylineGlobe (<http://www.skylinesoft.com>), Arc GIS 3DAnalyst (<http://www.esri.com/software/arcgis/extensions/3danalyst>), Cesium (<http://cesiumjs.org/>), Nasa World Wind (<http://worldwind.arc.nasa.gov>) и самой подробной карты мира OpenStreetMap (мобильное приложение Foursquare).

Индексы туристической активности. Появление нового источника информации о пространстве — упоминаниях об объектах и точках с привязанными координатами (геотегами) [Hardy, 2013] позволило в определенной степени оценивать туристическую посещаемость территорий. Концентрация геотегов может служить индексом туристической активности. На рис. 1 приведены их скопления в Википедии на 25 марта 2014 года, когда там число таких ссылок достигло 3,54 миллиона. В контурах этих ссылок различной конфигурации и плотности читается туристическая активность масс. Но выглядит она не плоско, как в статистике, разделенной по странам, а образующей сложную геометрию паттернов.

Обращает внимание общее совпадение контуров повышенного геотегирования и показателями концентрированной человеческой деятельности, одним из определяющих которых явилось интенсивность ночного освещения космических снимков (индекс человеческой активности) [Elvidge et.c., 2009, 2012; Henderson et.c., 2012; Голубчиков, Тикунов, Чи Хон Сунн, 2013] (рис. 2). Но есть между ними и разница.

Области темные по освещенности, но яркие по геотегам, по-всей видимости, являются объектами повышенного туристического внимания в малонаселенных или даже безлюдных средах. Это могут быть также и места политических конфликтов (Донбасс, Курильские острова, Каракорум). Но многие экономически малоактивные области являются объектами повышенного туристического внимания. К ним относятся Гималаи и Южный Тибет, Шпицберген, Юго-Восточная Камчатка, побережье Антарктиды. Разница между индексами туристической и экономической активности дает нам своего рода ареалы особой притягательности дикой природы. Всеобщее перемещение Интернета в мобильную сферу привело к массовому появлению цифровых следов (часто неясных для пользователя) подключенных к GPS смартфонов, сотовых телефонов и фотографий с привязанными географическими координатами (georeferenced photos). На 1 декабря 2013 года фототека интегрированного с Google Earth фотографического веб-

сайта Panoramio содержала 100 млн фото-графий с сохраненными координатами [Соколова, 2010; Panoramio, 2015]. На рис. 3 приведена концентрация ссылок на фотографии. Они в еще большей степени, чем просто одни упоминания в Википедии с координатами, могут служить показателем туристической активности. Россия тут выглядит как еще почти неоткрытая и неизвестная туризму Terra Inqognita.

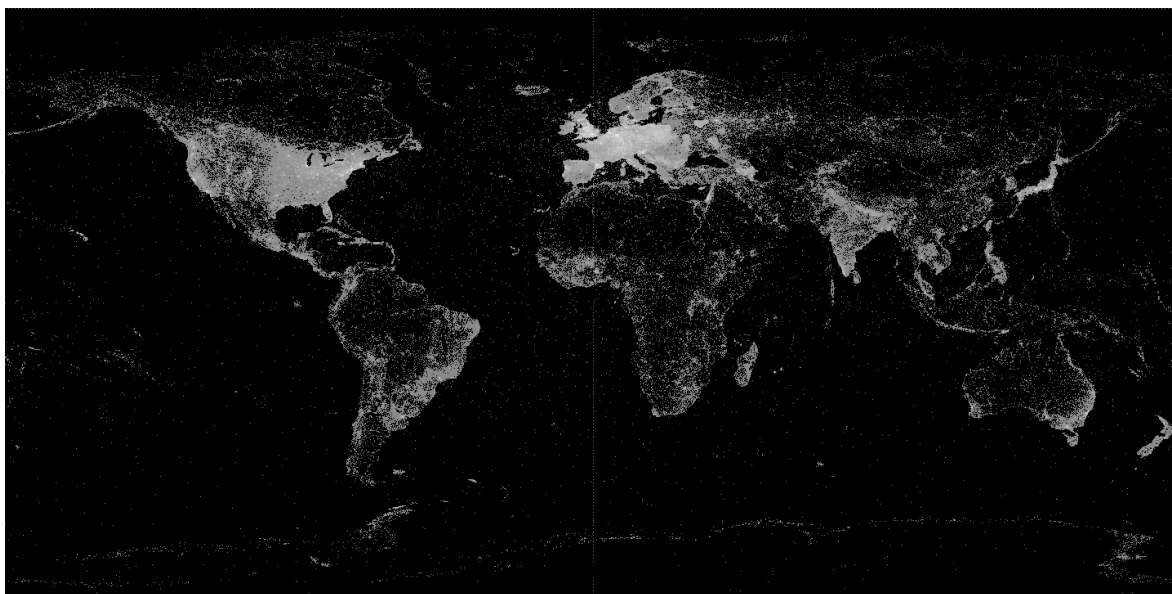


Рис. 1. Концентрация координат о территории, упомянутых в Википедии (wikipoints). Координаты сгенерированы PostGIS по 1500000 геотегам (по https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:WikiProject_Geographical_coordinates#/media/File:Imageworld-artphp3.png и <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/d/d6/Wp-w4-big.jpg/1024px-Wp-w4-big.jpg>).



Рис. 2. Мозаика из ночных снимков Земли, составленная за 9 дней апреля 2012 года и 13 дней октября 2012 года. По данным спутника Suomi National Polar-orbiting Partnership (Suomi NPP) <http://earthobservatory.nasa.gov/NaturalHazards/view.php>; http://eosps0.gsfc.nasa.gov/ftp_docs/EarthAtNight.pdf

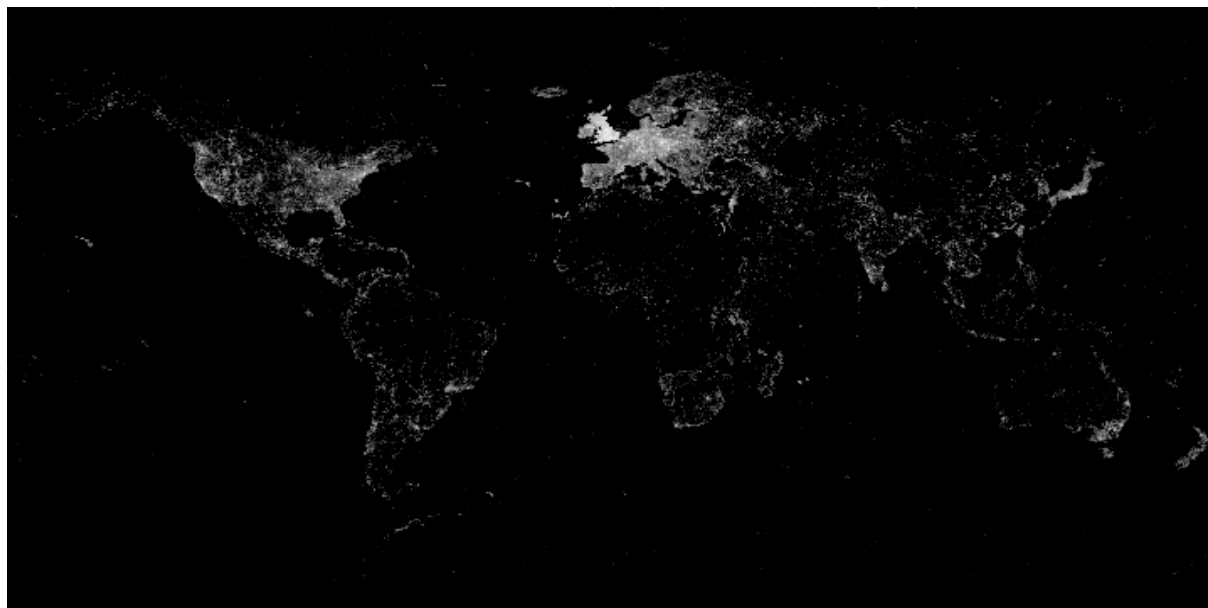


Рис. 3. Распределение в Викимедии ссылок на фотографии с привязанными координатами

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Geolocated_images_in_Wikimedia_Commons_2015-01-07.png

Часть фотографий, инкорпорированных в виртуальные глобусы и карты (геосервисы «Google Earth», «Яндекс. Карты» и др.), содержит языковую информацию (топонимы, местные географические термины, оценочные характеристики объектов). Аксиологический анализ таких фотохостингов является своего рода элитарной динамической экспертизой, позволяющей воссоздать картину территории с наиболее впечатляющими ее деталями. Виртуальные фототеки вошли в круг источников для изучения процесса виртуального и информационного освоения территории [Соколова, 2010, 2011, 2015].

Народная наука. Из всех видов мобильностей, туризм охватывает наиболее добровольные из них, предпринимаемые обычно с целью получения новых впечатлений, отдыха, оздоровления, познания, развлечения. Туризм стал величайшим географическим общественным движением всех времен. В США говорят о становлении на основе туризма народной науки «citizen science» [Goodchild, 2007; Graham, 2010; Sui et al, 2013]. Формируется интегральное сообщество граждан и ученых, именуемого как «общественное участие в научных исследованиях» ("public participation in scientific research", - PPSR) [Haywood, 2014; Dickinson, Bonney, 2012; Dickinson, Zuckerberg, Bonter, 2010]. Подобное уже происходило во взаимоотношениях экологической науки и экологических общественных движений. В результате общественность играет огромную роль в сборе, подтверждении и анализе экологических данных [Conrad, Hilchey, 2011; Cooper, Dickinson, Phillips, Bonney, 2007; Haywood, 2014]. Идет становление туристско-краеведческих методов познания мира. География должна возглавить этот ресурс осмысления мира. Тем более, что значение мобильных устройств с навигационным оснащением (GPS приемников, смартфонов, андроидов и планшетов) неизмеримо возростает, как в жизни, так и образовательном процессе.

Наука о туризме или геотуристика исследует туризм как важный феномен человеческого существования [Голубчиков, Кружалин, 2009]. Но и стихийно формирующаяся на основе туризма народная наука (citizen science), в определенной степени изучает и даже трансформирует географию. «Географическая наука нацелена на объяснение сущностных характеристик природы, на создание объективного знания и объясняющих теорий. “Народная география”, формирующаяся в недрах традиционной или массовой культуры, оперирует бытовыми понятиями и образами, которые возникают в результате непосредственного наблюдения и практической деятельности. Они сохраняют субъективное начало, даже если создаются с помощью новейших компьютерных технологий как, например, интегрированные с веб-сайтом Panoramio аэрофотокосмические изображения земной поверхности, размещенные на геосервисах Викимапия и Google Earth [Соколова, 2011, с.148].

Народное самоуправление. Еще в 80-е годы XX века Э.Б.Алаев обращал внимание на необходимость разработки концепции социума – «территориальной общности людей, объединяемых совместным проживанием на территории, в рамках одного или близко расположенных поселений» [Алаев, 1983, с. 182]. В России наиболее яркими проявлениями социума, или локальных сообществ, служат городские социальные движения горожан, выдвигающие какие-либо требования к городским властям вокруг локальных вопросов [Карлова, Зюзин, 2014].

Пространственная самоидентификация трансформируется в пространственную самоорганизацию населения с позиции прав человека на пространство, т.е. возможность местным сообществам самим принимать решения, связанные с развитием своего города [Вендина, 2012], «краеостроительства» своей деревни, села, улицы.

Интернет разрушает бюрократические барьеры в территориальном управлении. Запросы через Интернет, свободный доступ к информации о деятельности муниципальных, региональных и федеральных органов власти, организация петиционных компаний в сетях, электронные референдумы, голосования и многое другое входят в современное представление об электронной демократии [Блануца, 2012]. Появились надежды на воплощение анархических мечтаний и чаяний о прямом народном самоуправлении [Barlow, 1996] с последующим исчезновением значения столиц и границ. Они соседствуют с представлениями о грядущем более жестком контроле общества через протоколы Интернета [Galloway, 2007].

Вернакулярные районы. Всевозможные интерпретации пространства социумом, его частями или индивидами получили в дальнейшем название вернакулярных (от vernacular – местный, народный, обыденный) районов [Gerlach, 2010, 2014; Thrift, 2012]. Среди них память о событиях, пейзажи, криминогенная обстановка, районы различной дифференциации цен, инфраструктурные и экологические рутины повседневной жизни и иные продукты сотворчества местных знаний, объектов и пространства.

Долгое время обыденные представления людей о пространстве считались географами ненаучными и нередко воспринимались как предрассудки. Но как отмечает Д.В. Николаенко [2000], помимо знания профессиональных географов, есть разнообразное географическое знание непрофессионалов. Они относительно самостоятельны и реально сосуществуют, у каждого свои достоинства и недостатки, их невозможно редуцировать друг к другу. И нет оснований оценивать обыденное географическое знание как некий второй сорт. Выделение вернакулярных (виртуальных) районов, как бы далеко они не расходились со статистикой или “объективной” геометрией территории, утверждается как важный вклад географии в

общенаучную методологию. Этот подход привнес в географию семантический анализ пространства разными социокультурными и этнокультурными группами, изучение символики, смысла и ценности места, топофильные и топофобные представления, образы пространства [Смирнягин, 2010, 2011; Стрелецкий, 2008, 2010].

А.В. Гладкий находит, что самоощущения и самоопределения людей в пространстве реализуются по-разному. Нередко они представляют реальную ситуацию в более яркой и символической форме. Так, для жителей городов, особенно крупных мегаполисов имеют значение локализация и функциональная принадлежность территорий, системы связей между ними ("пять минут от метро"). За пределами города, для его жителей начинается другое пространство, которое наделено совершенно другими свойствами и попадает под характеристики бескрайности, однообразия, пустоты. Сельские жители более ярко воспринимают пространство за пределами населенного пункта их пребывания в площади, высотах, протяженности, ориентации, а искусственные ограничения пространства и линии коммуникаций могут ими и не учитываются. Конкретный человек при этом может существовать в самых разных средах, как это и бывает в действительной жизни [Гладкий, 2013, 2013а].

Особое внимание при этом уделяется двум пластам – «объективному» (комбинации артефактов и социофактов, придающих региону своеобразие или уникальность) и «рефлексивному» (представлениям людей об этом своеобразии и собственной идентичности). При этом второй, рефлексивный уровень представляется не менее (а во многих случаях и более) важным, чем первый [Стрелецкий, 2011]. Повидимому, он вбирает в себя атрибуты, которые именуются «привязанностью к месту» и включающие идентичность места, зависимость от него, воздействие места на субъекта и его социальную связь с местом [Ramkissoon et al., 2012].

Вернакулярные районы не обязательно вызывают интерес лишь у местных общин. Часто они волнуют географически очень далеких пользователей сети. На смену территориальным сообществам идут сетевые. Утверждается, что постиндустриальное общество будет построено не по типу иерархии институтов, а по типу сетевой паутины и порождаемой ею виртуального пространства [Тоффлер, 2010; Блануца, 2012]. Жизнь и пространство все более структурируются в паттернах и терминах сетей и потоков. Паутина, в которой нет ничего ни фундаментального, ни второстепенного, становится центральной парадигмой надвигающегося постмодернистского общества [Генис, 2003].

Литература

1. Алаев Э.Б. Социально-экономическая география: понятийно-терминологический словарь. М.: Мысль, 1983.
2. Блануца В.И. Географическое изучение сетевого мира: исходные установки и перспективные направления // География и природные ресурсы, 2012, №1. С. 5-13.
3. Веденин Ю.А. Очерки по географии искусства. СПб.: Дмитрий Буланин, 1997. 224с.
4. Генис А. Культурология. М.: У-Фактория, 2003. 544 с.
5. Гладкий А.В. Понимание пространства в географии и туризме: методологические аспекты // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. Труды VIII Международной научно-практической конференции. Поволжский государственный университет сервиса, 25-26 апреля 2013 года. Тольятти, 2013. С. 61-70.
6. Гладкий О. В. Апперцепція простору, її людяність та людино вимірність // Економічна та соціальна географія, 2013а, Вип. 2(67), С.19–28.

7. Голубчиков Ю.Н., Кружалин В.И. Геотуристика: методологические и методические подходы // Курортное дело, 2009, № 2, С.4–10.
8. Голубчиков Ю.Н., Тикунов В.С., Чи-Хон Сунн Энергопотребление: взгляд из космоса // Энергия, 2013, №9, с. 37-43
9. Зорин И.В. Феноменология туризма. Избр. соч. М.: Наука, 2005, 552 с.
10. Зубаревич Н.В. Мифы и реальности пространственного неравенства // Общественные науки и современность. 2009. № 1. С. 38-53.
11. Зырянов А.И. География и туризм: различие и общность интересов // Современные проблемы сервиса и туризма, 2014, № 1. С. 10-15.
12. Карлова Е.В., Зюзин Н.В. Локальные сообщества жителей в условиях транспортных городских барьеров // Вестник МГУ. Серия 5. География, 2014. с. 36-41.
13. Мироненко Н.С., Эльдаров Э.М. Развитие идей и моделей в географии туризма // Вопросы географии. Сборник 139. Теория и практика туризма. М.: Кодекс, 2014. С. 38-61.
14. Николаенко Д.В. Принципы и проблемы исследования философско-методологических оснований. Эволюция западной географической науки. Принципы и проблемы исследований философско-методологических оснований, 2000 / http://krotov.info/lib_sec/14_n/nikolaenko.htm
15. Николаенко Д.В. Рекреационная география: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2001. 288с. <http://nashaucheba.ru/v14504/>
16. Смирнягин Л.В. Возможности и потребности заимствований теоретических основ западной географии // Теория социально-экономической географии: современное состояние и перспективы развития / Под ред. А. Г. Дружинина, В. Е. Шувалова / Материалы Международной научной конференции (Ростов-на-Дону, 4–8 мая 2010 г.). Ростов-н/Д., 2010. С. 78–82.
17. Смирнягин Л.В. Методические подходы к районированию в общественной географии // Вестник МГУ, Сер. 5 География, 2011, №6, С. 13–19.
18. Соколова А.А. Виртуальное освоение и виртуальные образы региона (по данным Google Earth и Panoramio) // Изв. РГО, 2010. т. 142, вып. 6, с. 31-40.
19. Соколова А.А. Зона Волго-Балтийского водного пути на геоизображении Google Eearth виртуальное пространство и визуализированная реальность // Известия Российского государственного педагогического университета имю А.И.Герцена, 2011, № 141. С. 148-160.
20. Соколова А.А. «Пространство в культуре»: уровень информационного освоения географических объектов по данным Google – Panoramio // Гуманитарный вектор. 2015, № 2 (42). С. 89-94.
21. Стрелецкий В.Н. Культурная география в России: особенности формирования и пути развития // Известия РАН, Сер. географ., 2008. № 5. С. 21–33.

22. Стрелецкий В.Н. Культурная география в странах Запада и России: пути формирования и современная самоидентификация // Теория социально-экономической географии: современное состояние и перспективы развития. Материалы Международной научной конференции (Ростов-на-Дону, 4 – 8 мая 2010 г.). Ростов-на-Дону, 2010. С. 257-265.
23. Стрелецкий В.Н. Регионализм как феномен культуры // Региональные исследования, 2011, №3. С. 45-50.
24. Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2010, 784 с.
25. Barlow JP. A Cyberspace Independence Declaration, 1996. URL: http://w2.eff.org/Censorship/Internet_censorship_bills/barlow_0296.declaratio
26. Cohen, E., Cohen, S.A. Current sociological theories and issues in tourism // Annals of Tourism Research, 2012. N. 39(4). — P. 2177 – 2202.
27. Conrad, C., Hilchey, K. A review of citizen science and community-based environmental monitoring: Issues and opportunities. // Environmental Monitoring and Assessment, 2011, 176. — P. 273–291.
28. Cooper, C., Dickinson, J., Phillips, T., Bonney, R. Citizen science as a tool for conservation in residential ecosystems. Ecology and Society, 2007, 12(2). — P.11.
29. Coote, A., & Rackham, L. Neogeographic data quality—Is it an issue?// 2008 AGI Geo-community Conference. 2008, Sept. Consulting Where Ltd . Stratford-upon- Avon, UK
30. Dickinson, J., Bonney, R. (Eds.). Citizen science: Public participation in environmental research. — Ithaca, NY: Comstock. — 2012. — XVIII P. + 279 P.
31. Dickinson, J., Zuckerberg B., Bonter, D. Citizen science as an ecological research tool: Challenges and benefits// Annual Review of Ecology, Evolution, and Systematics, 2010, 41. — P. 149–172.
32. Elvidge C. D., Sutton P.C., Ghosh T., Tuttle B.T., Baugh K.E., Bhaduri B., Bright E. A global poverty map derived from satellite data // Computers & Geosciences, Volume 35, Issue 8, August 2009. — P.1652–1660.
33. Elvidge C. D., Baugh K. E., Anderson S. J., Sutton P. C., Ghosh T. The Night Light Development Index (NLDI): a spatially explicit measure of human development from satellite data // Soc. Geogr., 2012, №7. — P.23–35, www.soc-geogr.net/7/23/2012.
34. Gale T. Urban beaches, virtual worlds and «The End of Tourism» // Mobilities, 2009, 4 (1). — P. 119-138.
35. Galloway A.R. Protocol: How control exists after decentralization. Cambridge, MA: MIT Press, 2004. — 260 P.
36. Gerlach J. Vernacular mapping and the ethics of what comes next // Cartographica, 2010, No 45. — P. 165–168.
37. Gerlach J. Lines, contours and legends: Coordinates for vernacular mapping // Progress in Human Geography, 2014, Vol. 38(1). — P. 22–39.
38. Goodchild, M.F. Citizens as sensors: the world of volunteered geography // GeoJournal, 2007, №69 (4). — P. 211–221.

39. Graham M. Neogeography and the Palimpsests of Place // Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie, 2010, №101 (4). — P. 422–436.
40. Hardy D. The Geographic Nature of Wikipedia Authorship // Sui D., Elwood S., Goodchild M., (eds.), Crowdsourcing Geographic Knowledge Volunteered Geographic Information (VGI) in Theory and Practice. Dordrecht Heidelberg, New York, London: Springer, 2013. — P. 175–200.
41. Haywood B. A. “Sense of Place” in Public Participation in Scientific Research // Science Education, 2014. Vol. 98, No. 1. — P. 64–83.
42. Henderson V., Storeygard A., Weil D.N. Measuring Economic Growth from Outer Space. American Economic Review, American Economic Association, 2012, V.102(2), April. — P.994–1028.
43. Keyzers, J. Digital Globe review. [Electronic Resource] / J. Keyzers. Australia and New Zealand cooperative research centre for spatial information/ — URL: https://opendigitalearthfoundation.files.wordpress.com/2015/03/globe-review-paper_march-2015.pdf. Проверено 23.09.2015.
44. Panoramio [Electronic Resource]/ — URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Panoramio>. Проверено 23.09.2015.
45. Ramkissoon, H., Weiler, B., Smith, L. Place attachment and pro-environmental behavior in national parks: The development of a conceptual framework // Journal of Sustainable Tourism, 2012, 20(2). — P. 257–276.
46. Sui D, Elwood S. Goodchild M. Crowdsourcing Geographical Knowledge: Volunteered Geographic Information in Theory and Practice. Berlin: Springer. 2013-396 P.
47. Thrift N. The insubstantial pageant: Producing an untoward land // Cultural Geographies, 2012, No 19. — P. 141–168.
48. Urry J. Mobilities. Cambridge: Polity Press, 2007. — 336 P.

Резюме

Интернет и туризм стирают различия между обучением и развлечением, буднями и каникулами, реальностью и виртуальностью. Благодаря им самые широкие массы населения оказались вовлеченными в процессы географического познания. Не менее миллиарда человек в мире стали стихийными географами. Появление нового источника информации о пространстве — упоминаниях об объектах и точках с привязанными координатами (геотегами) позволило в определенной степени оценивать туристическую посещаемость территорий.

Summary

Internet and tourism blur the difference between education and entertainment, daily routines and holidays, reality and virtuality. Thanks to them broad sections of the population have engaged in the processes of acquiring geographic knowledge. Not less than one billion people in the world have become spontaneous geographers. The emergence of a new source of information on space - the mention of objects and points with attached coordinates (geotagged) helped to some extent to evaluate the tourist traffic areas.

Kurzfassung

Internet und Tourismus verwischen den Unterschied zwischen Bildung und Unterhaltung, Wochentage und Feiertage, Realität und Virtualität. Dank ihnen wurden breite Massen der Bevölkerung am geographischen Erkenntnisprozess beteiligt. Ca. eine Milliarde Menschen auf der Welt sind spontan Geographen geworden. Die Entstehung einer neuen Informationsquelle über den Raum - die Erwähnung von Objekten und Punkten mit Koordinaten (Geotags) erlaubt zu einem gewissen Grad touristische Besucherströme zu bewerten.