

Мін Лі, Хайін Фу, Сон'ю Цзян

### **Що таке сталий туризм у соціальних мережах? Дані з твітів**

Соціальні медіа є важливим інструментом і засобом для досліджень туристичної сфери. Вони привносять значну цінність для туристичного споживання, управління та тенденцій. Однак дуже мало досліджень аналізують тему сталого туризму у Twitter, відомій соціальній мережі у всьому світі. Отож, метою цього дослідження є концептуалізація та розуміння сталого туризму з погляду соціальних мереж. Ґрунтуючись на 2201 твіті, дослідження використовує Nvivo12.0 для тематичного кодування вмісту для вивчення конотацій та концепцій сталого туризму. Визначено три найважливіших аспекти: туризм в інтересах сталого розвитку, управління сталим туризмом та типи сталого туризму. Туризм в інтересах сталого розвитку спрямований на просування позитивного впливу сталих практик в індустрії туризму на різні сфери життя, економіки, суспільства й довкілля. На додаток, його зміст служить кращому розвитку в майбутньому. Управління сталим туризмом зосереджується на галузях, лідерах, експертах, програмах та секторах. Крім того, дослідження класифікувало сталий туризм за суб'єктом, ціллю, та місцем призначення для визначення типу сталого туризму. Стаття допомагає надихнути зацікавлені сторони в туристичній індустрії зрозуміти та звернути увагу на зміст в епоху після Covid-19, а також містить рекомендації щодо туристичного ринку, туристичної сфери та споживачів туризму.

**Ключові слова:** сталий розвиток, соціальні мережі, великі дані, індустрія туризму, Nvivo 12.0, туризм в інтересах сталого розвитку

**Класифікація JEL:** O14, D83, Z30, P47



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.