

Р. И. Чилик

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИММЕРСИВНОГО ТУРИЗМА

Глобальные события, такие как коронавирусная пандемия, бросают новые вызовы во всех отраслях, в том числе и в туризме. Очень большой скачок в развитии получили информационные технологии, которые позволяют по-новому взглянуть на подачу турпродукта клиентам и открывают новые возможности в оказании услуг туристам на всех уровнях. Во многом это становится доступно благодаря технологиям дополненной, смешанной и виртуальной реальности, а также игровому и театральному подходу к подаче продукта. Вместе эти технологии составляют так называемый иммерсивный туризм.

Иммерсивный туризм происходит от английского слова *immersion* ‘погружение’, и строится на так называемом эффекте присутствия. Эффект присутствия, согласно институту исследования эффекта присутствия – ощущении человека, когда виртуальная реальность кажется ему реальной, словно он действительно присутствует в окружении, которое воспринимает через разные технологические приспособления (VR-очки, наушники с шумоподавлением, программы для создания 3-D моделей из двухмерных изображений) или например психологические приёмы.

Данные технологии уже применяются на практике. Самым ярким примером можно назвать приложение ARTIFACT от российских разработчиков, предназначенное для туристов, посещающих музеи РФ. Принцип работы приложения прост: пользователь наводит на объект показа камеру своего смартфона и получает полную информацию. Существует также Bus Times London. Это приложение для путешествий использует дополненную реальность и камеру смартфона, чтобы помочь туристу найти свою автобусную остановку. Определив положение пользователя в режиме реального времени, оно показывает ему цифровой путь к нужной остановке.

Стоит также обратить внимание на Google Lens – технологию распознавания изображений на основе искусственного интеллекта, которая может переводить иностранный текст, и даже накладывать перевод поверх изначальной надписи. Путешественники могут также использовать Google Lens, чтобы получить исторические факты о популярных достопримечательностях, узнать их часы работы и многое другое.

Можно подвести итог, что внедрение AR технологий в иммерсивный туризм имеет перспективы и изменит подход к существующему туризму, но стоит отметить, что пока что не представляется возможным внедрить их повсеместно из-за дороговизны разработки и производства.