

УДК 338.486:004.946

Шершньова О.,*викладач кафедри документознавства та інформаційної діяльності, Національний університет «Острозька академія»*

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВІРТУАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

З огляду на глобалізаційні процеси та процеси становлення інформаційного суспільства в Україні, все більшої актуальності набувають інноваційні види туристичної діяльності, зокрема, віртуальний туризм (e-tourism) та віртуальні подорожі (e-travel) як важливий напрямок використання Інтернет в туризмі. Це можуть бути подорожі музеями чи іншими визначними місцями, не покидаючи власної домівки, з використанням персонального комп'ютера. Такі подорожі здійснюють подвійний вплив на «віртуальних туристів» – вони не лише підіймають їх інтелектуальний рівень, але й заохочують побачити в реальному світі те, що вони зустріли в мережі. Все це зумовлює доцільність виокремлення таких основних тенденцій розвитку віртуального туризму:

1. Запровадження під час розробки корпоративних сайтів та сайтів органів державної влади та місцевого самоврядування технологій 3D панорамних зображень, що дозволяють користувачу вільно навігувати в кіберсередовищі та почуватись залученими до самого віртуального простору, надаючи свободу вибору напрямку огляду пропонованого е-туру.

Ці технології візуального представлення дозволяють наочно представити об'єкти історико-культурної спадщини, готельного господарства, туристичні маршрути, а також результати їх застосування використовуються як ілюстративний матеріал в електронній комерції, у виданнях Інтернет мас-медіа та освітньому процесі. 3D-панорами [1], за рахунок ефекту об'ємності та можливостей звукового супроводу, передають не лише візуальний ряд, але і деяку атмосферу місця, специфіку об'єктів огляду, що дозволяє відтворити палітру вражень та переживань, характерну для особистої присутності. Віртуальні тури володіють значно більшою достовірністю, ніж туристичні каталоги та інший візуальний статичний матеріал, ніж відеоролики, при перегляді яких користувач є пасивним учасником, 3D-тур допускає управління процесом перегляду. Демонструючи картинку, що за суттю є ідентич-

ною реальності, е-тури викликають більшу довіру і прихильність клієнта під час обрання чи купівлі туристичного продукту.

2. Розробка та впровадження систем трекінгу віртуальної реальності, зокрема, оптичного. Цікавим є приклад Інституту фізико-технічної інформатики Національної Академії Наук Російської Федерації, який у 2005-2007 рр. втілював проект «Дослідження і розробка системи претензійного трекінгу для додатків віртуальної та змішаної реальності». Одним із завдань цього проекту була можливість використання програм та технологій віртуальної та змішаної реальності для реконструкції в археології і віртуального туризму (подорожей по древніх і сучасним містах).

3. Застосування геоінформаційних технологій, зокрема, програмних додатків на основі супутникових знімків Землі. Як приклад, програмні продукти:

– Google Earth Win, що дозволяє, використовуючи віртуальних глобус, що створений на базі високоякісних фото високої роздільної здатності, здійснювати флай-браузинг до необхідного міста чи дестинації;

– Google Street View, який дозволяє розглядати територію міста, країну вже не з висоти, а безпосередньо як мандрівник навігуючи у віртуальному просторі вулиць – безшовній панорамі, що створена на основі знімків, отриманих з Googlemobile – автомобіля, обладнаного за останніми тенденціями у світі фототехніки, який об'їжджав доступні для проїзду місця з знімав усе, що потрапляло у фотооб'єктив;

– TerraExplorer, що спочатку відображає довідкову інформацію щодо обраного користувачем туру, а потім завантажує мапи місцевості та тривимірні моделі основних пам'яток та атракцій тощо.

4. Використання web-камер з метою огляду дестинацій, обраних туристом для віртуальної мандрівки. Web-камери дозволяють в режимі реального часу оглядати місцевість, визначати погодні умови та формувати загальне враження туриста про майбутній тур. Однією з кампаній, що розпочала створення комплексної системи web-камер в Україні, є Укртелеком [2].

5. Широке впровадження технологій Web 2.0 та тенденції переходу до Web 3.0, зокрема, формування так званої туристичної блогосфери з можливостями завантаження візуальної та аудіовізуальної інформації на спеціалізовані туристичні портали та сайти, користувацькі форуми, що дозволяє ознайомитись з пам'ятками так, як їх побачили ті туристи, що попередньо відвідали дестинацію. Безпосередній комунікативний процес між реальними та потенційними туристами дозволяє за короткі строки отримати набагато ширшу інформацію, ніж з позиційних матеріалів турператорів та турагентів.

Отже, ринок віртуального туризму, зокрема, в Україні, лише починає своє становлення, що зумовлює надзвичайну актуальність подальших комплексних досліджень цієї проблематики, особливо, в контексті співпраці України з міжнародними організаціями, що сприяють розвитку національної туристичної інфраструктури на базі сучасних інформаційно-комунікативних технологій.

Література:

1. 3D панорами. Виртуальные туры [Електронний ресурс] / Beleven Multimedia Solution. – Режим доступу: <http://www.virtualtour.com.ua/>. – Загол. з екрану.
2. Веб-камери України [Електронний ресурс] / Укртелеком : офіційний сайт. – Режим доступу : <http://webcams.ukrtelecom.ua/>. – Загол. з екрану.