



МЕСТО QR-КОДОВ В СОВРЕМЕННОМ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОМ ТУРИЗМЕ

Михеева Екатерина Анатольевна

старший преподаватель Института менеджмента спорта и туризма
Белорусского государственного университета физической культуры,
Беларусь, г. Минск

Ковальчук Анна Анатольевна

студент, Института менеджмента спорта и туризма, Белорусского
государственного университета физической культуры
Беларусь, г. Минск

Использование виртуальных технологий в культурологии в наше время является неотъемлемым условием для оптимизации познания культурологии как науки, так и изучения отдельных объектов культуры. Информационные технологии являются гарантом того, что информация о культурном наследии (памятники, артефакты, сооружения и т. п.) будут сохранены для последующих поколений посредством оцифровки. Немаловажную роль ИТ играют в реконструкции событий прошлых лет, благодаря которым возможность выявить и определить всеобщие закономерности культурных процессов становится более упрощённой. Любители познавать новое о странах имеют доступ к различным источникам вне зависимости от своего географического положения. С появлением виртуальных технологий появилась возможность путешествовать самостоятельно, без туристических компании и экскурсоводов. Огромное количество информации о достопримечательностях и городах в общем можно свободно найти без чьей-либо помощи.

Туристический бизнес наиболее активно внедряет и применяет виртуальные технологии в организацию своей деятельности. Современные виды путешествий претерпели множество изменений, и среди пользователей Интернета всего мира набирает популярность виртуальный туризм.

Виртуальные туры, позволяющие человеку попасть в интересующее его место в интерактивном режиме – это своеобразный, актуальный нашему времени рекламный продукт, который дает возможность полномасштабно показать клиенту услугу, намного более реалистично, чем при просмотре фотографий и видеороликов, чтении описаний.

Преимущества внедрения виртуальных технологий:

- возможность рассмотреть все интересующие мелкие детали;
- ясность маршрута передвижения, так как один раз путь уже пройден виртуально;
- экономия времени туроператоров.

Основной проблемой внедрения современных виртуальных технологий является недостаточно квалифицированные рабочие кадры, имеющие недостаточный уровень знаний в области информационных технологий. Эту проблему можно решить, привлекая квалифицированных специалистов или повышать уровень знания персонала, а также периодически отслеживая инновационные достижения .

Актуальность работы определяется тем, что виртуальный туризм позволит, в первую очередь, сохранить от разрушения и исчезновения объекты всемирного (как культурного, так и природного) наследия, одновременно сделав их более доступными, популяризировать туристические дестинации в разных уголках мира, а также демонстрировать прошлое и возможное будущее туристических объектов.

Первый виртуальный тур (да и само определение) появился в 1994 году в Великобритании. Именно тогда в музее замка Дадли создали 3D-реконструкцию здания с возможностью «проходить» по помещениям, оформленным в стиле 1550 года. Первый виртуальный тур разработал британский инженер Колин Джонсон, новаторская презентация состояла из системы управления (на компьютере) и панорам (на диске). С деталями оригинального проекта можно ознакомиться на его официальном сайте.

Руководство Лувра, Британского музея, Эрмитажа и других видных представителей музейного дела давно пришли к тому, что наиболее удобной формой приобщения туристов со всего мира к истории и искусству должны стать интерактивные версии музейных и выставочных залов.

Существует ряд сайтов, в том числе и русскоязычных, на которых можно найти списки различных виртуальных экскурсий. К примеру, на сайте «Музеи онлайн» (<http://musei-online.blogspot.com.by>) представлена краткая информация и ссылки почти на 130 музеев мира – от Австралии до Японии; сайт «Виртуальные путешествия по всему миру»

(<https://virtual-journeys.com/ru>) предлагает экскурсии-прогулки по городам мира (Торонто, Киев, Дублин и др.) с звуковым сопровождением; и, конечно же, ведущий интернет-ресурс, дающий наиболее полную информацию по музеям – Google Cultural Institute (<https://artsandculture.google.com>), или Культурный институт Гугл.

Помимо музеев большой популярностью пользуются виртуальные экскурсии и экскурсии-прогулки по городам и достопримечательностям. Существует множество сайтов, на которых представлены подобные экскурсии, зачастую собранные в тематические подборки.

Так, к примеру, на сайте «360 GLOBE – The World In Spherical» представлено 11 364 виртуальные экскурсии по 58 странам. Сайт постоянно обновляется, пополняясь новыми экскурсиями.

Нередки и такие случаи, когда турист, совершая самостоятельное путешествие, сталкивается с недостатком, а зачастую и просто отсутствием информации по целому ряду интересующих его объектов. Наученные подобным опытом «прожженные» туристы обзаводятся бумажными и электронными путеводителями, справочниками и словарями, что не всегда удобно. Однако существует технология, которая:

- а) позволяет получать полную информацию прямо на месте;
- б) является понятной и доступной;
- в) не требует больших вложений и сложных операций при создании.

Мы говорим о QR-технологии или QR-кодах.

Во многих городах, включенных в туристические маршруты, повсеместно используются QR-коды. QR-код (от английского «quick response», что переводится как «быстрый отклик») – это двумерный матричный код, предоставляющий информацию для быстрого её распознавания с помощью фотокамеры мобильного телефона или планшета, посредством специальной бесплатной программы, установленной в мобильном устройстве.

Использование QR-кодов в познавательных целях давно известно за рубежом. Пионерами в этой сфере являются японцы: первый QR-код был создан в 1994 г. японской компанией «Denso-Wave» для нужд автомобильной промышленности и получил широкое распространение в маркировке товаров и в рекламных буклетах. Но с конца 90-х гг. область применения QR-кодов значительно увеличивается и его начинают использовать в туристической индустрии.

Использование QR-кодов в проектах по оснащению историко-культурных объектов информационными табличками (с нанесением таких кодов) было обусловлено удобством получения большого объема информации об объекте в реальном городском пространстве, находясь непосредственно перед ним.

В чем же преимущество QR-кодов? Главная особенность в том, что информация в QR-коде располагается в двух направлениях – как по горизонтали, так и по вертикали, в то время как в штрих-коде информация размещается только в одном направлении. QR-код способен хранить практически все типы данных: цифровые и буквенные знаки, несколько разновидностей иероглифов, символы и т.д. Максимальное количество символов, которые помещаются в один QR-код: цифры – 7089; цифры и буквы (включая кириллицу) – 4296; двоичный код – 2953 байт; иероглифы – 1817.

Еще одно преимущество QR-кода – его способность восстанавливать содержащуюся в нем информацию. Даже если символ частично загрязнен или поврежден, с помощью системы коррекции ошибок восстановлению подлежит до 30% кодовых слов.

На рисунке 1 предложена структура кода с метками, которые определяют индивидуальность каждого кода. Рассмотрим их подробнее.



Рисунок 1. Структура QR-кода

Метка 1 – позиционирование, метка 2 – номер версии, метка 3 – синхронизация, метка 4 – формат, метка 5 – направление.

QR-коды бывают двух видов: статические и динамические. Основное отличие в том, что при создании динамического кода мы можем изменять его по своему желанию, менять тип и содержание. А также, благодаря встроенной системе статистики можно отследить где, когда и сколько раз QR-код был отсканирован.

Благодаря тому, что не нужно получать лицензию на создание QR-кодов, любой желающий может бесплатно создавать и использовать их. Для этого понадобится специальная программа – генератор QR-кодов.

В Интернете имеются сервисы для бесплатного создания собственных QR-кодов. Одним из таковых является русифицированный QR Coder (www.qrcoder.ru).

В современном Мировом большинстве туристов путешествуют самостоятельно. Вследствии этого, мы создали проект для самостоятельных путешествий с помощью QR-кодами на примере площади Мясникова в городе Минске.

Данное место было выбрано не случайно: это небольшую площадь с очень интенсивным движением и не знаем, насколько интересным это место является. Зажатая между такими популярными местами как центральный железнодорожный вокзал, проспект Независимости и улица Немига, площадь Мясникова, тем не менее, трепетно хранит свою историю.

В проекте нами была разработана и запущена в тестовом режиме группа (сообщество) в социальной сети ВКонтакте. Все изученные нами объекты имеют свой персональный альбом с фото- и текстовым материалом.

Его главная страница представлена на рисунке 2.

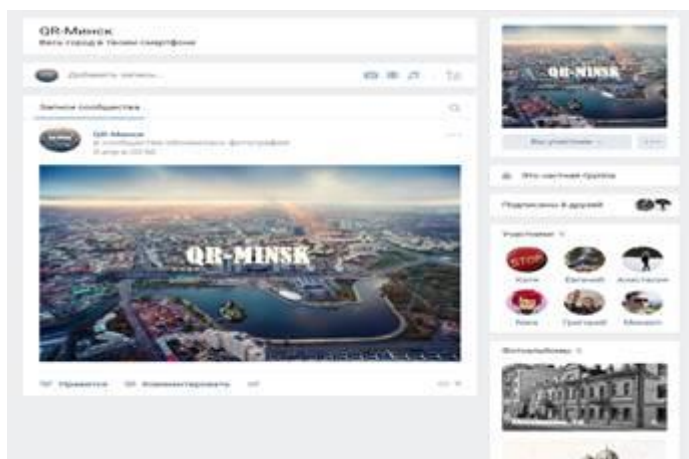


Рисунок 2. Главная страница сообщества «QR-Минск»

Сообщество работает в тестовом режиме, т.к. мы не имеем возможности (и права) официально разместить QR-коды на объектах в городе. Этим также определен и вид сообщества: частная группа. Сейчас членами данного сообщества являются 7 человек (помимо двух администраторов), мнения которых учитывались при создании сообщества.

Все объекты, для которых были сгенерированы QR-коды, распределены по тематическим альбомам, снабжены соответствующими подписями.

Фотографии и текст имеют отсылки к первоисточникам; также в некоторых альбомах присутствуют ссылки на другие альбомы данного сообщества, дабы не дублировать информацию.

Для удобства администрирования, в настройках альбомов были установлены запреты на добавление фотографий и текста, а также комментирования фотографий пользователями. Данные права есть только у администраторов.

На данный момент в сообществе собран оцифрованный фото- и текстовый материал по следующим объектам: площадь Мясникова, Привокзальная (Железнодорожная) церковь, памятный камень, Свято-Казанская церковь, дом по адресу Мясникова, 78, дом по адресу Мясникова, 76, здание по адресу Мясникова, 74, мозаичная фабрика Х. Переца, дом Переца. Обувная фабрика «Орел», Захарьевская, 11. Минское училище для слепых, Захарьевская, 18, дом Анелии Пржелясковской, дом по адресу Советская, 14, здание Белорусского государственного педагогического университета имени Максима Танка.

Для реализации данного проекта QR-код был выбран потому, что такая форма подачи туристической информации для самостоятельных туристов на данный момент является наиболее приемлемой в городской среде.

Можно сделать вывод, что с появлением виртуальных туров культурология с точки зрения туризма становится на порядок проще. Виртуальные туры сохраняют ценность объектов и транслируют их вне зависимости от местоположения. Виртуальный туризм основан на артефактах и культурных объектах прошлого, настоящего и (в некоторых случаях) будущего. При рассмотрении реального и интересующего нас объекта становится очевидным, что его виртуальная форма – это «новая реальность». Туризм адресован широкому кругу лиц. Каждый человек, подключенный к сети Интернет, способен в любой части света и в любое время (не выходя из дома) изучить и рассмотреть музейные объекты или собрания редкостей.