

ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ В ГЕОПРОМОЦИИ (на примере приложения «Touristl»)

Ю. П. Щегельская

*Институт журналистики
Киевского национального университета им. Т. Шевченко,
ул. Ю. Ильенко 36/1, 04119, г. Киев, Украина,
jps2015@i.ua*

Рассматривается применение в практике геопромoción технологий искусственного интеллекта и дополненной реальности украинской IT-компанией «ServReality» на примере туристического AR-приложения «Touristl».

Ключевые слова: дополненная реальность (AR); искусственный интеллект; геопромoción.

APPLYING OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND AUGMENTED REALITY IN GEOPROMOTION (case study of Touristl application)

Y. P. Shchhehelska

*Institute of Journalism of Kyiv National University
named after T. Shevchenko,
36/1, Yurii Illienka Str., 04119, Kyiv, Ukraine
Corresponding author: Y. P. Shchhehelska (jps2015@i.ua)*

The theses reviews applying by the Ukrainian IT company ServReality of artificial intelligence and augmented reality technologies in the practice of geopromoción through the example of the tourist AR application Touristl.

Key words: augmented reality (AR); artificial intelligence; geopromoción.

Со времени своего появления технологии дополненной реальности (AR) и искусственного интеллекта все чаще применяются в различных сферах социальной жизни в целом и промокоммуникациях в частности. В последнее время их стали использовать и в целях продвижения городов, территорий и стран.

Отметим, что определение понятия «дополненная реальность», используемое нами в этом исследовании, приведено в научной статье «Особенности применения технологий дополненной реальности как инструмента преобразования печатной продукции в трехмерную в практике промокоммуникаций» (язык оригинала – украинский) [1, с. 102].

В свою очередь, под термином геопромочия мы понимаем системные и/или несистемные действия государственных и/или коммерческих учреждений, общественных организаций, граждан, направленные на продвижение городов, территорий и стран, формирование их позитивного восприятия и поддержки дружественного отношения к ним внутри государства и за рубежом.

В Украине, к сожалению, на государственном уровне вопросам продвижения страны, отдельных ее регионов и городов внутри государства и на международной арене традиционно уделялось мало внимания. Вследствие чего, пертинентные национальные программы всегда финансировались по минимуму. Поэтому не удивительно, что в государственные заказы на проведение упомянутых программ дорогостоящие технологии искусственного интеллекта и дополненной реальности как инструменты геопромочии ни разу не были включены.

Однако в последнее время частные украинские компании начали внедрять указанные технологии в практику продвижения территорий (прежде всего Украины в целом и ее отдельных городов). В отечественных условиях геопромочия осуществляется коммерческими фирмами преимущественно с целью самопродвижения и используется ими главным образом как резонансный информационный повод и одновременно как составная часть корпоративной социальной ответственности.

Первой украинской коммерческой компанией, которая применила технологии искусственного интеллекта и дополненной реальности для геопромочии, стала IT-фирма «ServReality». 8 июня 2019 г. в Киеве ее представителями была проведена презентация мобильного туристического AR-приложения «Touristl», в котором городским экскурсоводом выступает виртуальный Николай Гоголь. Уже в первой версии приложения он был способен рассказать пользователям на русском и английском языках о 140 киевских достопримечательностях (причем эти тексты были озвучены не человеком, а искусственным интеллектом).

Приложение помогает пользователям ориентироваться в городе, искать интересные места, осуществлять фото- и видеосъемку с дополненным контентом и делиться снятым в соцсетях. Примечательно, что «Touristl» оснащен и опцией квеста – виртуальный гид способен про-

ложить оптимальный маршрут по избранным пользователями местам. Выполняя задания и получая за это бонусы, призы или скидки в партнерских заведениях, пользователи приложения во время экскурсии становятся активными ее участниками, а не просто слушателями.

Этот проект является социальным, однако создание данного мобильного приложения обошлось его авторам в 100 тыс. долл. США и заняло примерно 9 месяцев [2]. Представители «ServReality» масштабировали проект сначала до всеукраинского уровня, создав виртуальные экскурсии также для Днепра, Запорожья, Львова, Мариуполя, Одессы и Харькова, а затем вывели его на международный рынок – уже к концу 2019 г. приложение «Touristl» включало в себя информацию о наиболее посещаемых городах Австралии, Великобритании, Грузии, Ирландии, Испании, Италии, Канады, Нидерландов, Германии, ОАЭ, Польши, России, США, Турции, Франции и Чехии.

Также до конца 2019 г. в перечень языков, которые поддерживает приложение, был добавлен и украинский, однако пока что без аудиосопровождения. И хотя разработчики приложения «Touristl» планируют создать других AR-экскурсоводов, до сих пор единственным 3D гидом во всех городах мира остается Николай Гоголь.

Подводя итоги, отметим, что практическое применение технологий искусственного интеллекта и дополненной реальности с целью продвижения городов, территорий и стран только начинается. В целом на сегодня в мире в геопромоции более распространенным является использование архитектурных AR-проекций. Разновидности дополненной реальности проекционного типа и их специфика рассмотрены нами в научной статье «Двухмерные и трехмерные проекции дополненной реальности в промокоммуникациях» (язык оригинала – украинский) [3].

Библиографические ссылки

1. Щегельська Ю. П. Особливості застосування технологій доданої реальності як інструмента перетворення друкованої продукції на тривимірну в практиці промоційних комунікацій // Поліграфія і видавнича справа. 2019. Вип. 1 (77). С. 101–110.
2. В Киеве создали приложение с экскурсиями по городу, которые проводит Гоголь [Электронный ресурс]. URL <https://www.segodnya.ua/kyiv/kother/v-kyieve-sozdali-prilozhenie-s-ekskursiyami-po-gorodu-kotorye-provodit-gogol-1281118.html> (дата обращения 12.03. 2020).
3. Щегельська Ю. П. Двовимірні та тривимірні проекції доданої реальності у промоційних комунікаціях // Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences. 2019. VII (36), Issue 214. P. 58–61.