

ПЕРСПЕКТИВЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ ВИРТУАЛЬНОГО ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Литвякова Кира Вячеславовна

младший научный сотрудник Центра оперативных исследований Института
социологии НАН Беларуси (г. Минск, Беларусь)
kiralitvyakova@gmail.com

Поклад Евгений Андреевич

младший научный сотрудник Центра оперативных исследований
Института социологии НАН Беларуси (г. Минск, Беларусь)
eugenepoklad@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются перспективы виртуального туризма как альтернативной туристической практики в период пандемии коронавируса COVID-19. Проанализированы понятия «виртуальный тур» и «виртуальная экскурсия». Рассмотрены примеры применения цифровых технологий в мировой и белорусской практике.

Туризм является одной из тех сфер социальной и экономической деятельности, которая претерпела существенные изменения и рост за последнее десятилетие. Однако в условиях новых вызовов для человечества, связанного с пандемией коронавируса COVID-19, индустрия туризма, занимающая существенный объем в экономике многих стран, столкнулась с трудностями и ограничениями. По данным Всемирной туристической организации (UNWTO) за первых три квартала 2020 года объем туристических поездок по сравнению с аналогичным периодом 2019 года сократился на 70 %. В июне-июле 2020 года туристических поездок стало на 81 % меньше, чем в 2019 году, а в августе – на 79 %. При этом финансовые потери рынка туризма по данным UNWTO достигли 730 млрд. долларов, что в восемь раз больше чем потери во время кризиса 2009 года [3].

С развитием цифровых технологий получает воплощение в реальную жизнь цифровое виртуальное пространство, породившее в туристической сфере новое инновационное направление – виртуальный туризм.

«В русском языке слово «виртуальное» имеет четыре значения: 1) в житейском смысле – противоположное реальному, иллюзия, что-то невозможное или воображаемое; 2) в философском смысле – возможное, но не фактическое бытие; 3) с точки зрения информатики – сохраненное в цифровой форме как программное обеспечение, база данных, гипертекст и т.д.; 4) то, что генерируется компьютером» [1, с. 101].

Виртуальная реальность – реальность, существующая в сети Интернет как аналог константной реальности социального мира, трансформированного особенностями компьютерных технологий [2].

Под виртуальным туризмом подразумевается вид деятельности как юридических, так и физических лиц по организации и проведению виртуальных туров и виртуальных экскурсий.

Виртуальный тур – способ реалистичного отображения трёхмерного многоэлементного пространства с помощью технических средств [4]. Под виртуальными экскурсиями часто подразумеваются виртуальные туры с более жесткой программой, дополненной комментариями экскурсовода или аудиодорожкой.

В качестве примера виртуальных туров и экскурсий можно привести туры по всемирно известным музеям, агрегированные через сервисы Google: Третьяковская галерея в Москве, Музей Акрополя в Афинах и т.д. А так же туры, организованные на своих сайтах, например – Сикстинская капелла в Ватикане. Отдельного внимания стоят организации агрегаторы, такие как «Yandex» или «Google», которые не только визуализируют карты с помощью панорам, но и предоставляют инструменты для организации виртуальных туров для организаций.

В Беларуси с начала пандемии, несмотря на увеличение заболеваемости COVID-19, карантинные меры на государственном уровне введены не были, белорусские музеи продолжали работать. Однако посетителей стало на порядок

меньше. Из-за низкой посещаемости белорусские музеи так же стали осваивать новый формат работы. Например, Национальный исторический музей Беларуси стал проводить в своих стенах различные культурные мероприятия, снимать их на камеру, а затем выкладывать видео на YouTube-канале и в социальных сетях. В Национальной художественном музее Республики Беларусь в общей сложности уже накопилось более 30 виртуальных выставок с фотографиями и текстовой информацией. В Музее истории Великой Отечественной войны существует виртуальный тур по музею. В период пандемии сотрудники музея стали записывать видео об экспонатах, которые выкладывают в социальные сети.

Мировая ситуация с музеями в период пандемии довольно сложная. По данным ЮНЕСКО и ИКОМ, во всем мире из-за пандемии были вынуждены закрыться на различные периоды времени около 90% (более 85 тысяч) музеев [5].

Преимуществами виртуального туризма являются: экономия времени и средств, доступность при ограничениях путешествий в реальности, отсутствие негативного воздействия на представляемые объекты и природу (eco-friendly), безопасность, детализация, простота повторного использования, отсутствие очередей.

Однако виртуальный туризм не лишен недостатков. Самый существенный из которых – отсутствие физического воплощения и впечатлений, связанных с соприсутствием и путешествием. Так же одним из недостатков такого вида туризма является полная зависимость от сторонних сервисов и субъективных мнений авторов. Однако при всей своей неоднозначности в обычных условиях, виртуальный туризм заиграл новыми красками в условиях пандемии COVID-19, в виду закрытия границ, ввода карантина и строгих ограничений в организации массовых мероприятий для предотвращения распространения вирусной инфекции.

На апрель 2021 года угроза COVID-19 не пропала, несмотря на появление вакцин, появляются и новые штаммы вируса, а мир, по данным Всемирной организации здравоохранения, на пороге 3 волны коронавируса. Кризис, вызванный пандемией COVID-19, открыл новые возможности для развития альтернативных форм туризма. Не имея возможности путешествовать, заинтересованные люди ищут возможности потребления туристических услуг, часть из которых останавливается на виртуальных турах и экскурсиях, увеличивая тем самым их популярность и обеспечивая приток новых потребителей. При отсутствии безопасной альтернативы, виртуальный туризм будет претерпевать значительные изменения, и совершенствоваться с притоком новых потребителей и развитием информационных технологий. Всё это делает виртуальный туризм наиболее перспективным направлением в условиях ограничений пандемии COVID-19, перевоплощение и рост коммерциализации которого мы с высокой долей вероятности сможем наблюдать уже в ближайшее время. Несмотря на мощное падение отрасли, пандемия COVID-19 оказалась катализатором интеграции новых технологий в туристическую отрасль. Несомненно,

ускорение внедрения цифровых технологий является одним из положительных результатов этого кризиса для туризма за счет сохранения сферы, рабочих мест, а также внедрения экологического туризма, вовлечения в сектор разных социальных слоев населения за счет доступности виртуальных туров.

Список литературы

1. Касьянов, В. В. Социология Интернета: учебник для академического бакалавриата / В.В.Касьянов, В. Н. Нечипуренко. – М.: Юрайт, 2018. – 424 с.
2. Мальчѐнков, И. Е. Виртуальная реальность сети Интернет: социологический аспект [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/101505/1/53-57.pdf>. – Дата доступа: 22.04.2021.
3. Туристических поездок во всем мире стало меньше на 70% в 2020 году [Электронный ресурс]: Информационное агентство «Коммерсантъ». – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4549427>. – Дата доступа: 22.04.2021.
4. Юленков С.Е. Современные виртуальные экскурсии и средства разработки виртуальных экскурсий в музейной деятельности / С.Е. Юленков, С.В. Котельникова, А.С. Касаткин // Решетневские чтения. – 2016. – № 20. – С. 239–240.
5. ЮНЕСКО: Коронавирус «убьет» каждый восьмой музей в мире [Электронный ресурс]: «МИР 24» информационно-аналитический интернет-портал. – Режим доступа: <https://mir24.tv/news/16410637/yunesko-koronavirus-ubet-kazhdyi-vosmoi-muzei-v-mire>. – Дата доступа: 22.04.2021.