

Концепция “Измененная реальность”

УДК 621.391

А.К. ЛЕВАКОВ, заместитель директора макрорегионального филиала – технический директор МРФ “Центр” ПАО “Ростелеком” кандидат технических наук, **Н.А. СОКОЛОВ**, директор по науке ООО “Протей СпецТехника” доктор технических наук

Концепция “Измененная реальность” A concept of “Modified Reality”

Обсуждается концепция, которую предложено назвать “Измененная реальность”. Основная идея данной концепции базируется на положениях клиентоориентированной экономики, так как направлена на получение услуг в удобной для пользователя форме. В принципе, предлагаемые решения можно рассматривать как расширение функциональных возможностей, определяемых концепцией “Дополненная реальность”. Тем не менее, ряд особенностей, обусловивших введение термина “Измененная реальность”, позволяет выделить исследуемое направление дальнейшего развития инфокоммуникационной системы в самостоятельную концепцию.

A concept that is proposed to be called “Modified Reality” is discussed. The main idea of this concept is based on the provisions of the customer-oriented economy, as it is aimed at obtaining services in a user-friendly form. In principle, the proposed solutions can be viewed as an extension of the functionality defined by the “Augmented Reality” concept. Nevertheless, a number of features that led to the introduction of the term “Modified Reality” allows us to single out the direction of further development of the information and communication system into an independent concept.

Ключевые слова: дополненная реальность, измененная реальность, Интернет, звуковое вещание, телевизионное вещание, клиентоориентированная экономика, междисциплинарные исследования.

Keywords: augmented reality, modified reality, Internet, broadcasting, television broadcast, customer-oriented economy, interdisciplinary research.

Предисловие

В последние годы возросло количество журнальных публикаций и докладов на научно-технических конференциях, посвященных концепции Augmented Reality [1] — дополненной реальности [2]. Практическая реализация идей дополненной реальности выводит на рынок инфокоммуникационных услуг новые функциональные возможности, которые, по всей видимости, будут востребованы некоторой частью пользователей. Необходимость использования дополнительных гаджетов [1, 2] сделает услуги дополненной реальности популярными, в основном, для сравнительно молодых абонентов сетей мобильной связи.

Любопытно проанализировать инфокоммуникационные услуги, включая поддерживаемые аппаратно-программными средствами дополненной реальности, с точки зрения так называемой клиентоориентированной экономики [3]. Компании, в перечень которых входят также операторы связи и поставщики инфокоммуникационных услуг, считаются ориентированными на

клиента, если они отвечают пяти основным условиям, сформулированным, например, в [3]. Из этих условий, в контексте рассматриваемых ниже предложений, уместно акцентировать внимание на таком постулате: “Бизнес-процессы определяются требованиями клиента”. Применительно к инфокоммуникационному рынку данное условие в [4, 5] трактуется, как возможность пользователя получать услуги в удобной для него форме и с предпочтительными атрибутами.

Выбор удобной формы и предпочтительных атрибутов предполагает, что реальность может не только дополняться, но и изменяться. По этой причине уместно ввести термин “Измененная реальность” — Modified Reality. В результате, как показано на рис. 1, сосуществуют три вида реальности. Название нижнего блока в предложенной конструкции обусловлено тем, что точка зрения каждого пользователя остается субъективной. Тем не менее, практически каждый пользователь предполагает, что он имеет дело с объективно существующей реальностью.

В трех следующих разделах этой статьи обсуждаются ключевые положения концепции “Измененная реальность”. Основное внимание уделено новым функциональным возможностям, которые связаны с вещанием (звуковым и телевизионным), а также с получением информации из сети Интернет. Рассматриваемые функциональные возможности определяются взаимодействиями, отмеченными стрелкой под вторым номером. Аналогичные процессы, связанные с дополненной реальностью (стрелка под первым номером), изложены, например, в [1, 2], а также в ряде других публикаций. Взаимодействия, отмеченные штрихпунктирной стрелкой под третьим номером, кратко затронуты в конце данной статьи.

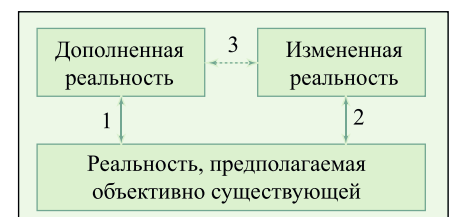


Рис. 1. Три вида реальности