

ПРОБЛЕМАТИКА ВПРОВАДЖЕННЯ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В ПОЛІГРАФІЧНІЙ ПРОДУКЦІЇ

На сьогоднішній день, значне місце в звичайному житті займають комп'ютерні технології. Люди кожен день використовують комп'ютери чи будь-які інші електронні пристрої для отримання різноманітних новин, покупок продуктів або простого спілкування з рідними та друзями. Такий порядок речей призвів до використання сучасних технологій в усіх можливих галузях життя людини.

Зі збільшенням популярності користування різноманітними девайсами, а разом з цим і доступності пошуку необхідної інформації з допомогою пошукових систем у мережі Інтернет, зменшився попит на друковану продукцію. Велика кількість людей перестали бачити необхідність купувати книги чи журнали, якщо вони можуть знайти всі необхідні дані в Інтернеті.

Щоб заохотити людей до придбання різної друкованої продукції, деякі компанії почали впроваджувати в галузь поліграфії елементи сучасних технологій. Прикладом таких технологій стала доповнена реальність.

Доповнена реальність (augmented reality або аббревіатура AR) — динамічне візуальне доповнення фізичного світу шляхом використання цифрових технологій комп'ютерних пристроїв (смартфонів, планшетів) в режимі реального часу [1].

Перевагою використання доповненої реальності над віртуальною є те, що технології AR дозволяють використовувати лише мобільні пристрої для перегляду перенесеного цифрового контенту в реальний світ користувача. Тоді як для віртуальної реальності необхідне ще й під'єднання спеціальних дороговартісних гарнітур, окулярів та іншого устаткування, яке зазвичай відсутнє в простих користувачів книжної продукції.

Технологія доповненої реальності — інструмент залучення уваги і підвищення корисності будь-якого товару або послуги. Для ЗМІ це можливість не тільки здивувати читача, а й збільшити рівень занурення в матеріал [2].

Компанії, які використовують елементи доповненої реальності в своїй поліграфічній продукції, зіштовхуються з різними проблемами.

Не дивлячись на те, що використання технологій AR отримало свою популярність на території України, не всі люди знають, що таке доповнена реальність та використовували її хоча б раз у житті. Через це з'явилась проблема придбання друкованих видань такого роду. Коли покупець бачить таку продукцію, не поспішає її купувати, бо

точно не знає, що це таке і чи потрібен цей товар йому насправді. Для вирішення цієї проблеми необхідно як можна простіше пояснити користувачу, що він отримає в результаті покупки та як використати можливості запропонованої поліграфічної продукції.

Наступною проблемою для компаній, що вирішили ввести зазначені раніше сучасні технології в свою продукцію, може стати досить велика вартість таких впроваджень.

Щоб розробити якісний цифровий контент, який в подальшому буде переноситися в реальний світ користувача, необхідні великі вкладення в проект. Адаже для такої роботи необхідна команда спеціалістів з різних галузей таких як графічні дизайнери, 3D-художники та програмісти.

Якщо поєднати вищезазначені проблеми, то можна прийти висновку, що вкладені кошти у проект можуть бути втрачені. Це може статись через те, що люди не зацікавилися розробленою продукцією і компанія не отримає прибутку.

Для того щоб уникнути таких наслідків необхідно працювати з рекламою майбутнього товару, щоб люди були вже готові до нової продукції, розуміли, що це таке і як воно працює.

Отже, доповнена реальність — це сучасний спосіб виокремлення продукції серед інших запропонованих товарів на ринку. Зазначена технологія при правильному впровадженні дозволить привернути увагу користувача та збільшити показники продажів товару. Але разом з цим потрібно звертати достатньо уваги на можливі проблеми застосування сучасних технологій у поліграфічній продукції.

Список літератури:

1. Доповнена реальність книжкової графіки. Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки в країнах Європи та Азії: матеріали XXIX Міжнар. науково-практ. інтернет-конф., 31 серп. 2020 р. 2020. С. 36–37.

2. Кравченко Д. А. Використання поліграфічної продукції з елементами доповненої реальності у маркетингу та рекламі. Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти: матеріали Всеук. наук.-практ. конф. д-р, мол. уч. та студентів, м. Харків, 17 трав. 2019 р.

Науковий керівник: Шипова М. К.