

ЗАСТОСУВАННЯ ІМЕРСИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Смолкін В. Н.

Відокремлений структурний підрозділ «Київський фаховий коледж комп'ютерних технологій та економіки Національного авіаційного університету», м. Київ

Анотація. У роботі проаналізовано теоретичні засади використання імерсивних методів та технологій які використовуються у графічному дизайні. Підкреслено нерозробленість методології й теорії імерсивних технологій у галузі графічного дизайну; зазначено про необхідність комплексних підходів до аналізу проблеми дослідження. Розглянуті загальні характеристики реальностей в контексті їх використання у графічному дизайні. Сформульовано висновок, що використання імерсивності у графічному дизайні є дійсною, відчутною на дотик, перспективою, яка буде актуальною уже в найближчі роки. Особливо для поліграфічних компаній, діяльність яких тісно пов'язана із сучасними графічними технологіями. Виказана надія на те, що з часом все зміниться і ми будемо свідками появи крутих прикладів реалізації імерсивних технологій у графічному дизайні.

Ключові слова: імерсивні технології, цифровий продукт, цифровий матеріал, доповнена реальність.

Можливості сучасного графічного дизайну постійно розширюються. І йдеться не лише про вдосконалення обладнання, появу нових матеріалів і поліпшення методів дизайнерської роботи. Відбуваються революційні зміни. Сучасні технології, які можуть доповнювати реальний світ віртуальними об'єктами, дають змогу створювати цифровий матеріал з особливими властивостями [1].

Імерсивна технологія в графічному дизайні являє собою новітню технологію занурення людини у створюваний тривимірний світ, як візуально і аудіально, так і частково тактильно. На практиці це можливість вибору простору, створеного за допомогою 3D-графіки, який людина може побачити за допомогою спеціальних окулярів віртуальної реальності або активувати доповнену реальність за допомогою смартфона. У цій альтернативній можливості люди бачать можливість і фактично можуть взаємодіяти з 3D-складовими. Зокрема використання такої можливості приверне в графічний бізнес нових клієнтів і виведе поліграфічні компанії на інший, досить якісний та прибудковий рівень розвитку. Розробка цифрових продуктів несе в собі одне з ключових завдань для торгових компаній. Багато компаній виходять в Інтернет, щоб охопити нові сегменти споживачів і закріпитися у нішевих галузях: веб-сайти та додатки допомагають їм взаємодіяти з цільовою аудиторією і створювати власний імідж. Небагато фахівців у графічному дизайні знайомі з концепцією "імерсивного дизайну". Представники комерційних компаній чули про нього, тільки якщо їх цікавило, як розробляють цифрові продукти за кордоном. Майбутнє імерсивного графічного дизайну є основою повного занурення у цифровий матеріал. Коли інтерфейс перебуває не тільки в межах екрана пристрою, а й за його межами.

Засновники принципів дизайну сайтів, програмного забезпечення і застосунків, а також правил дизайну інтерфейсів від компанії *Google*, пропонують сприймати об'єкти в інтерфейс і як фізичні об'єкти, але імерсивний дизайн йде ще далі [2].

Поліграфічним компаніям і фахівцям з графічного дизайну важко уявити собі взаємодію з цільовою аудиторією за допомогою засобів дійсної доповненої реальності. Вони повинні адаптуватися до зміни слідувати тенденціям, але безпосередньо не можуть бездумно витрачати ресурси. Для впровадження нових технологій та їх використання на благо створюваного матеріалу необхідні комплексні заходи [2].

Імерсивний дизайн має два ключові завдання особливої важливості: По-перше - створити цифровий світ, який не закінчується на смартфонах і планшетах. Продукт продовжує існувати і за межами дисплея, в реальному світі. Для досягнення цієї мети не має необхідності розробляти великомасштабні інструменти AR. Мікровзаємодій достатньо, якщо вони покращують користувацький досвід. По-друге - зв'язати інтерфейси і додаткові складові воедино, щоб створити матеріал, який як найкраще підходить для вирішення конкретного завдання. Доповнена реальність не буде корисною, якщо її розроблено без урахування специфіки проекту. Проекти мають бути цілісними, інакше вони призведуть лише до негативних вражень користувачів. Фундатор імерсивного дизайну вважає, що графічний дизайнер повинен розширювати межі своїх знань, щоб кожен новий проект був прогресивнішим за попередній. Сучасні технології змінюються миттєво, і фахівцям з графічного дизайну необхідно стежити за тенденціями і приділяти особливу увагу своєчасному корегуванню специфік власної творчості [4].

Існує безліч заперечень проти розроблення нових концепцій у графічному дизайні. Їхня позиція пояснюється тим, що не всі готові до змін. Деякі фахівці, особливо в торговельних компаніях, з викли працювати в одному напрямку і не хочуть змінювати свої уявлення. Вони сприймають підхід до нових технологій і розробок інтерфейсів як чужорідну складову. Поки що не вирішена проблема імерсивного дизайну як методу розробки цифрової продукції. А саме проблемою є відсутність теоретичної бази. Наразі не існує систематизованих методик, які б відповідали на всі питання. Наприклад, у напрямку дизайну матеріалів усе дуже просто. Тут є відповідні інструкції, приклади та поради розробників. Сьогодні, в умовах жорсткої конкуренції, створювати та просувати цифрові матеріали надзвичайно складно. В нашому реальному світі поліграфічні компанії постійно конкурують одна з одною, щоб задовольнити потреби своїх клієнтів та перевершити схожі за специфікою підприємства. Аналогічний підхід працює і у цифровому світі. Цифрові матеріали повинні як вирішувати завдання користувачів, так і створювати ефект максимального занурення. Щоб потенційні та діючі клієнти не тільки згадували про застосунок у разі потреби, а й користувалися ним максимально часто. Створити цікавий цифровий матеріал легко і складно одночасно. Легко, як що ви розумієте його природу і потреби цільової аудиторії. Це складно, тому що доводиться продумувати кожен деталь у взаємодії з цифровим середовищем [5].

Наразі дуже чітко проявляється перспективність застосування імерсивної технології у графічному дизайні, яка у найближчому майбутньому стануть частиною

повсякденного інструментарію фахівців. Наразі вона доступна тільки великим компаніям з багатим запасом інвестицій, але через п'ять-десять років ситуація може повністю змінитися. Багато дизайнерів бояться технологій через конкуренцію. Їм кажуть, що прийдуть роботи і позбавлять їх роботи. У відомих компаніях вже є нейронна мережа, що генерує незвичайну графіку, але це не зменшило попит на живих дизайнерів. Контент постійно змінюється, і ми маємо адаптуватися до цих змін. Імерсивний дизайн проводить чітку межу між інтерфейсом і контентом. При проектуванні цифрових продуктів традиційні підходи ставлять наперше місце інформацію, а не стандартні-інструменти [3].

Використання імерсивності у графічному дизайні є дійсною, відчутною на дотик, перспективою, яка буде актуальною уже в найближчі роки. Особливо для поліграфічних компаній, діяльність яких тісно пов'язана із сучасними графічними технологіями. *AR*-вмісні цифрові матеріали ще дуже складні у реалізації. Але є надія, що з часом все зміниться і ми будемо свідками появи крутих прикладів реалізації імерсивних технологій у графічному дизайні [2].

СПИСОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сороко Н.В., Пінчук О.П., Литвинова С.Г. «Імерсивні технології в освіті»: збірник матеріалів I Науково-практичної конференції з міжнародною участю. Київ: ІТЗН НАПН України, 2021. 169 с.
2. Чепелюк О.В. Соціокультурні тенденції розвитку сучасного дизайну та мистецтва // Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (08-10 вересня 2021 р.). Херсон: ХНТУ, 2021. 287 с.
3. Литвинова С. Г. Методика використання технологій віртуального класу вчителем в організації індивідуального навчання учнів. Київ: Ін-т інформ. технологій і засобів навчання НАПН України., 2011. 22 с.
4. Гончарова, Н. (2019). Візуалізація навчальної інформації через використання технологій доповненої реальності. Інформаційні технології в культурі, мистецтві, освіті, науці, економіці та бізнесі. Київ, 2019. 228с.
5. Особливості використання імерсивних технологій (віртуальної і доповненої реальності) в медичній освіті та практиці / О.І. Ковальчук, М.П. Бондаренко, А.Г. Охрей, І.Ю. Прибисько, Є.М. Решетник. Морфологія. 2020. № 14 (3). С.158–164.