

А. Р. Воробьева

(студент)

*Сибирско-американский факультет менеджмента
Байкальской международной бизнес-школы
Иркутского государственного университета*

ДОПОЛНЕННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ И БИЗНЕС

Информационные технологии все глубже проникают во все сферы нашей жизни, в том числе и в бизнес. Сейчас тот, кто игнорирует разработки в области информационных и цифровых технологий, остается в проигрыше. Компании тратят миллионы на то, чтобы привлечь и удержать клиента. Одним из способов это сделать является использование новейших технических разработок.

Одной из таких перспективных и интересных разработок является «дополненная реальность». Технологии по принципу «дополненной реальности» используют уже сегодня. В нашей стране ее использование носит единичный характер, но в то же время имеет большие перспективы для развития не только в индустрии развлечений, но и в сфере бизнеса.

Дополненная реальность — свежая flash разработка, позволяющая вовлекать потенциальных покупателей, клиентов или посетителей серьезных (по масштабам организации) мероприятий в общение с брендом. Такое общение не похоже на что-то традиционное и привычное, оно вызывает интерес даже у самых опытных и избалованных рекламными новинками клиентов. Сегодня дополненная реальность считается одним из самых эффективных маркетинговых решений.

Дополненная реальность (Augmented reality) — термин, обозначающий все возможные варианты внедрения мнимых объектов в реальное пространство. Дополненная реальность — это совмещение на экране двух изначально независимых пространств: мира реальных объектов вокруг человека и виртуального мира, созданного на компьютере. Эта

интерактивная технология дает пользователю возможность наложить специальные компьютерные 2D и 3D объекты поверх изображения с видеокамеры и, таким образом, «дополнить» реальность.

Иногда используют в качестве синонимов названия «Расширенная реальность», «Улучшенная реальность», «Обогащенная реальность» и тому подобные словосочетания. Не следует путать дополненную реальность с виртуальной. Их коренное различие в том, что дополненная вносит отдельные искусственные элементы в восприятие реального мира, а виртуальная конструирует новый искусственный мир.

Исторически считается, что технология, и сам термин «Дополненная реальность» появились в начале 90-х. Этот термин придумали сотрудники авиакомпании «Боинг» Дэвид Майзелл и Том Коделл. В 1990 году руководство компании поставило перед ними задачу: предложить простой способ прокладки кабелей при сборке пассажирских самолетов. Современный пассажирский самолет буквально напичкан кабелями — их там около тысячи. Чтобы не ошибиться при строительстве воздушного судна, сборщикам постоянно приходится сверяться с чертежами, что никак не способствует скорости и удобству процесса сборки. Коделл и Майзелл предложили вооружить сборщиков полупрозрачными наголовными дисплеями, на которых отображалось бы, куда именно нужно прикрепить тот или иной кабель. Так, в 1992 году родился термин «Augmented Reality».

Существует 3 способа дополнить реальность:

1. С помощью системы двухмерных маркеров — черно-белых графических изображений, которые она в состоянии распознать с помощью обычной камеры. «Увидев» маркер, система размещает на его месте трехмерный объект, надпись или другое изображение — все зависит от того, с информацией какого рода соотнесен данный конкретный маркер. Подобная система также в состоянии понять, когда положение маркера в пространстве меняется, и, соответственно, поменять расположение трехмерного объекта.

2. С помощью GPS — модуля, встроенного в гироскоп и (или) электронный компас. С помощью спутника система определяет местоположение пользователя на карте, а с помощью гироскопа и компаса — положение устройства в пространстве и сторону, в которую повернут объектив его камеры. Проанализировав эти данные, система подкладывает под изображение на дисплее камеры виртуальную карту и таким образом распознает объект, на который направлен объектив камеры.

3. Система напрямую распознает предметы, попавшие в кадр, выделяя их из общей картины и сверяя с базой данных на сервере.

Дополненная реальность — это прием, который используется во многих сферах (от видеоигр до военной техники), но как никогда боль-

шие возможности дает рекламному бизнесу. Технология «дополненной реальности» может использоваться повсеместно. Она интересна, эффективна и перспективна. Но в нашей стране такие проекты носят пока единичный характер и являются скорее способом пиара для крупных компаний.

Список литературы

1. URL: <http://www.royalmedia.su/products/augmentedreality/>.
2. URL: <http://www.ar-tech.ru/>.