

Топографическая проекция – впечатляющие возможности!

По материалам *Panasonic*

Преамбула

Спрос на топографическую проекцию (projection mapping) растет. За последние три года и число проектов, и доходы от их реализации увеличились. Причина в том, что широкий спектр организаций реагирует на растущие потребности клиентов, причем сами эти потребности становятся все более технически сложными.

Речь не только об интеграторах, сценических и прокатных компаниях и тех, кто связан с подготовкой мероприятий – уже ощутивших положительный эффект в своей деятельности. Есть обширное подтверждение того, что организаторы мероприятий с применением проекции – от рекламодателей и брендов до поп-звезд и рок-групп, от городов и городков до массовых аттракционов – также видят довольно внушительный возврат инвестиций.

Топографическая проекция – это сфера, появившаяся за счет сочетания растущих возможностей проекторов и до-

ступности высокотехнологичных средств, позволяющих творческим специалистам воплотить все плоды их воображения практически без ограничений.

Введение

Рынок проекторов показал довольно высокую стабильность в условиях растущей конкуренции со стороны плоских дисплеев. А все потому, что во многих приложениях проекцию просто невозможно заменить плоскими дисплеями, и интересный пример тому – топографическая проекция.

Топографическая проекция, которую еще называют видеопроекцией и на которую порой ссылаются как на пространственную дополненную реальность (spatial augmented reality), на самом деле существует с конца 1960-х годов. Однако растущие сложность и производительность проекторов, выпускаемых такими компаниями, как, в частности, Panasonic, расширили границы возможного. Благодаря этому появилась невиданная ранее творческая свобода, а инновации позволили карди-

нально повысить степень вовлеченности аудитории в то, что происходит на экране. Это стало впечатляющим во всех смыслах.

Простой пример: тогда как проекция обычно ассоциируется с демонстрацией изображений на плоских экранах, топографическая проекция выводит изображение на любые трехмерные поверхности любой формы и геометрии. Часто это здание или иная структура, но точно также экраном может служить некто, танцующий на сцене.

Теоретически, любой проектор можно использовать для топографической проекции. Однако, чтобы получить наиболее захватывающие результаты, в том числе высокие контрастность, яркость и разрешение, понадобится высококачественный объектив. Проекторы, поддерживающие совмещение границ изображений и проекцию на изогнутые поверхности, дают еще большую свободу для творчества. В качестве примера можно привести проектор Panasonic PT-DZ21K2 Evo разрешением WUXGA с потоком 20 тыс. лм.

Секреты операторского мастерства – из первых рук!

«Отдам в хорошие руки»

В книге заслуженного деятеля искусств России А.М. Кириллова рассказывается о различных операторских приемах, о том, как прямо на съемочной площадке добиться тех или иных эффектов, часто реализуемых лишь на стадии монтажа и обработки материала.

Книга богато иллюстрирована фотографиями, кадрами из кинофильмов и схемами, поясняющими конфигурацию съемочного пространства, расположение камеры, объекта съемки, осветительных приборов и применяемых приспособлений.

Книга будет полезна как начинающим, так и опытным кинооператорам.



**Стоимость книги с учетом доставки:
495 руб. 60 коп., в т.ч. НДС 18% – 75 руб 60 коп.**

Кириллов А.М.

Отдам в хорошие руки. –

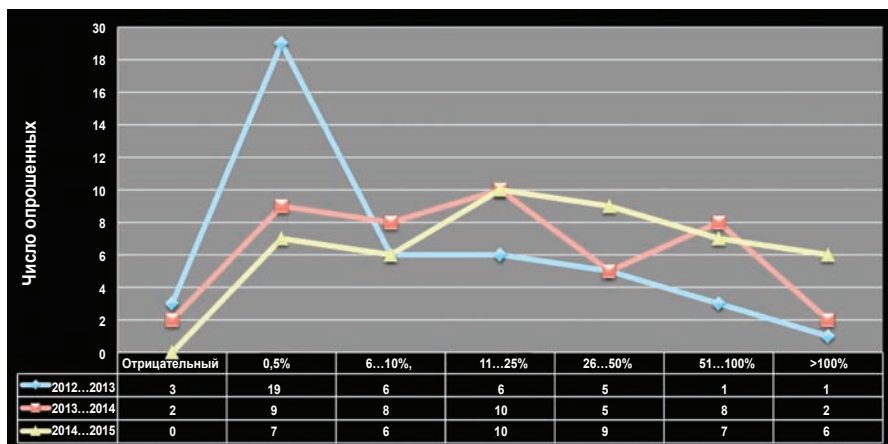
М.: «Издательство МедиаВижн», 2013. – 96 с.

**Чтобы приобрести книгу, нужно отправить заявку на адрес электронной почты:
book@mediavision-mag.ru**

Необходимая для приобретения информация:

Для юридического лица: название организации, юридический адрес, ИНН, КПП, почтовый адрес, по которому следует выслать заказ, адрес электронной почты для отправки электронных версий счета на оплату и других документов.

Для физического лица: ФИО, почтовый адрес, по которому будет выслана книга, адрес электронной почты для отправки электронной версии счета на оплату и информации для отслеживания почтового отправления.



Рост доходов от топографической 3D-проекции

Не будет преувеличением сказать, что топографическая проекция обладает способностью создавать иллюзии, превращающие реальность в нечто действительно магическое. Вот почему она стала излюбленной технологией для организаторов крупнейших мероприятий – особенно церемоний открытия и закрытия. А местами применения становятся развлекательные центры, аттракционы, концерты и музыкальные фестивали, презентации новой продукции и рекламные кампании высочайшего уровня. Топографическая проекция не только захватывает внимание, но и пробуждает воображение, причем так, как ничто другое. Есть множество примеров топографической проекции, применявшейся исключительно как спектакль или фестиваль.

Данная статья базируется на результатах опроса, проведенного среди профессионалов топографической проекции. В ней рассматривается состояние рынка и анализируется, где и как он растет.

Растущий рынок

Всего пару лет назад 65% опрошенных отмечали, что они выполняли не более пяти инсталляций в год, тогда как один из 40 был вовлечен в 25 и более проектов по топографической проекции. К 2015 году произошел существенный сдвиг. Число тех, кто выполнял не более пяти проектов в год, существенно снизилось до 1/3, а количество тех, кто работал на 25 и более проектов в течение 12 месяцев, возросло до 1 из 10.

Рост в сфере проектов закономерно отразился и на аналогичном увеличении доходов. В 2012...2013 годах почти половина опрошенных компаний отметила рост доходов от топографической 3D-проекции как минимум на 5%. В следующем году одна из тех же четырех компаний ощутила рост доходов до 25%. Что же касается 2014...2015 годов, то рост доходов того же

числа компаний составил такую же величину, но практически все они говорили, что рост именно в области топографической проекции находится в пределах 25...50%.

Едва ли не самое важное в том, что четверть опрошенных ощутили рост доходов от топографической проекции более чем на 50%, а почти половина из них (это чуть менее 14% всей аудитории) сказали, что их доходы выросли более чем на 100%. Ощутима разница между 2012...2013 годами с чуть более чем двухпроцентным ростом и 2013...2014 годами с чуть менее чем пятипроцентным ростом.

Каков же вывод? За последние пять лет опрошенные компании ощутили существенный рост доходов, получаемых от топографической проекции, причем самым удачным был последний год, что свидетельствует не только о росте рынка, но и об ускорении темпов его роста.

Причины роста

Но что же стало стимулом роста? Будь то временная инсталляция, как та, в которой применялись проекторы Panasonic во время празднования 500-летия дворцово-паркового ансамбля Hampton Court Palace в Лондоне, или постоянная, как в лондонском Тауэре (тоже на базе проекторов Panasonic), где топографическая проекция используется для рассказа истории о королевских драгоценностях, респонденты опроса не сомневались, что аудитория ожидает большего, ей хочется более впечатляющих развлечений и более полной информации. Но более половины опрошенных уверены, что в условиях растущей насыщенности рынка их клиенты хотят отличаться от остальных, когда дело доходит до узнаваемости наилучшего аттракциона или во время проведения презентационной либо рекламной кампании, к примеру.

VPLAC

Многофункциональное программное обеспечение для организации многоканального вещания/врезки в форматах SD/HD

Формирование эфирных программ;
Формирование программных, межпрограммных и рекламных блоков, наложение логотипа и другой графики;
Формирование многоканального вещания в форматах SD/HD;
Многоканальное ip-вещание.

Любое сочетание входов и выходов – CVBS, S-Video, YUV, SD/HD-SDI, HDMI, IP.

АНТИКРИЗИСНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ!

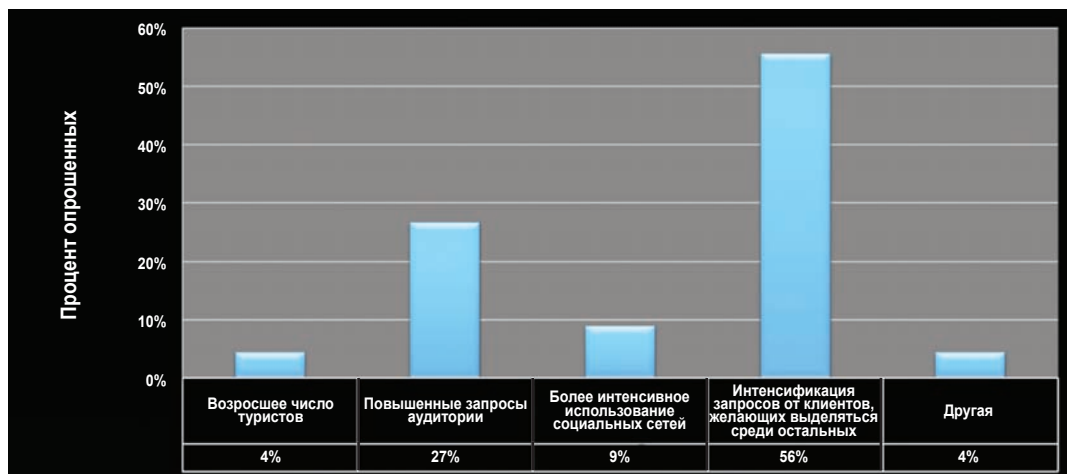
31 000 руб.

1 канал вещания, цена действительна до 1 июня

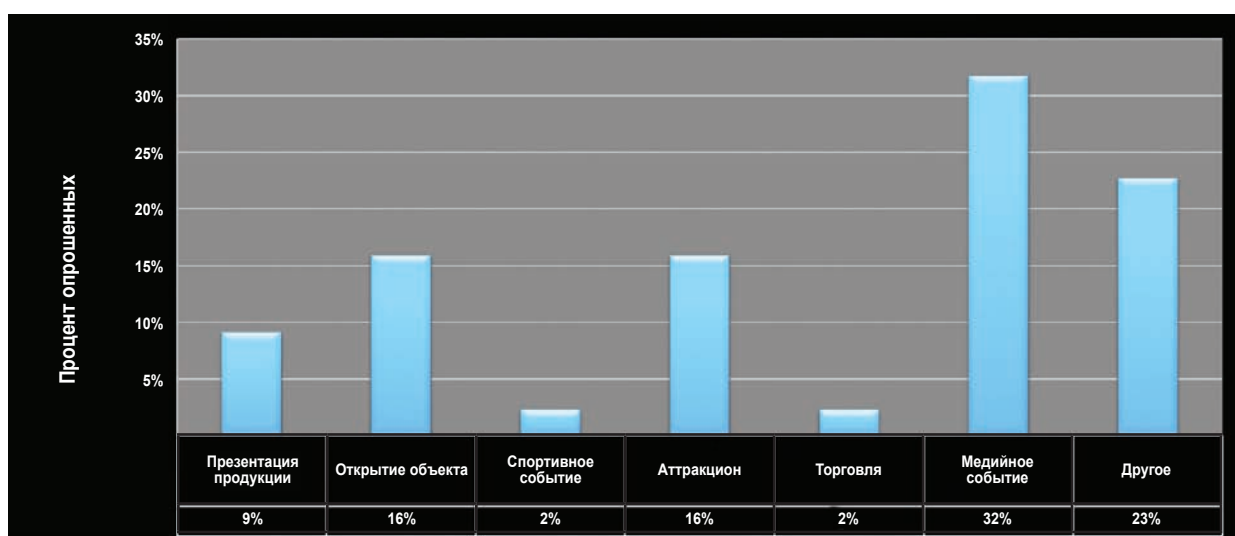
Доступна демо-версия!

+7 (495) 662-37-00
www.streamlabs.ru

Stream Labs
TELEVISION COMPUTER SYSTEMS



Причина роста топографической проекции (по мнению опрошенных)



Варианты применения топографической проекции

Кроме того, общее увеличение потока туристов создает новые возможности в сфере аттракционов, а значит, вызывает приток инвестиций. Есть немало свидетельств тому, что творческое применение топографической проекции может вызвать рост числа туристов/посетителей. Кстати, стремительное распространение социальных сетей приводит к увеличению числа людей, которые делятся своими впечатлениями, вызывая у других желание самим увидеть то, о чем говорят в сетях.

Один из трех опрошенных сказал, что наибольший рост, отмечаемый в топографической проекции, связан с проведением представлений. Один из пяти видит рост в сфере медийных событий, поскольку их организаторы хотят добиться длительного положительного впечатления.

Такое же количество респондентов связало рост с презентациями новой продукции, а каждый десятый считает, что основная причина – в применении топографической проекции во время открытия тех или

иных объектов. Сферы торговли и спорта также отмечались как направления роста.

Сегодня, тем не менее, рынок топографической проекции стимулируется в основном медийными событиями, и каждый третий говорит, что именно с такими событиями наиболее часто связаны проекты. Открытие объектов и представления также рассматриваются как наиболее важные для рынка.

И то, и другое?

Конечно, есть широкий спектр аудиовизуальных технологий. И иные, такие как фейерверки и лазерные шоу, могут использоваться для создания впечатляющих представлений. Более 75% участников опроса думают, что топографическая проекция все чаще заменяет более традиционные технологии, становясь своего рода «новым фейерверком».

К тому же не один респондент отмечал, что топографическая проекция – это еще и зачастую более экономически эффективный способ создания представления,

чем использование, к примеру, фейерверка. Многие говорили и о том, что топографическая проекция, световые шоу и фейерверки не обязательно взаимоисключающие – их можно сочетать, достигая более сильного эффекта.

Респонденты также отмечали способность топографической проекции «рассказывать историю» – нечто, что для иных технологий недоступно.

«Повествование и реклама идут рука об руку. Топографическая проекция дает творческой группе обширный спектр потрясающих визуальных эффектов и огромные возможности для формирования сюжета. В то же время, бренды можно интегрировать в контент и сделать их частью шоу. Крупные бренды уже поняли это – и средства, выделяемые на большие проекты под открытым небом, растут», – отмечает европейский менеджер Panasonic по маркетингу проекторов Хартмут Кулесса (Hartmut Kulesa).

Окончание следует