

# Топографическая проекция – впечатляющие возможности!

По материалам Panasonic

Окончание. Начало в №3/2016

В первой части статьи речь шла о достоинствах топографической проекции, причинах роста этого рынка и некоторых других вопросах. Ниже рассматривается экономический эффект от применения топографической проекции.

## Экономический эффект

Возможность получения доходов от топографической проекции, как отмечалось выше, есть не только у тех, кто обеспечивает необходимые оборудование и сервис. Она есть и у тех, кто создает воистину впечатляющие представления, опираясь на технологию топографической проекции.

### Представления

На фестивале света Lumiere, проводимом Советом графства Дарем (Durham), ожидалось примерно 175 тыс. гостей. Экономический эффект от их пребывания в городе Дарем предварительно оценивался в 7,5 млн евро в 2015 году, тогда как предыдущий фестиваль принес 5,6 млн.

К моменту подготовки этого материала первый в Лондоне фестиваль света Lumiere, состоявшийся в январе 2016 года, привлек более одного миллиона посетителей, посмотревших 30 световых инсталляций. «Нас поразило количество людей, – сказал мэр Лондона Борис Джонсон (Boris Johnson), – оно превзошло все наши ожидания и оживило район Вест-Энд и вокзал Кингс-Кросс».

## Туризм

Здесь приводится несколько примеров того, как топографическая проекция влияет

на туристическую активность.

Первый пример касается Ирана. Исследование, проведенное в историческом иранском городе Исфахан (Esfahan) показало, что топографическая проекция помогла городу не только активизировать туризм, но и улучшить впечатления, получаемые туристами. Топографическая проекция снимает все ограничения на творчество, а в дополнение к возможностям развлечения и познания она позволяет создать новые рабочие места, повысить занятость и получить доход.

Второе свидетельство эффективности проекции пришло из Франции. В 2003 году в маленьком французском городке начали инсталлировать топографическую проекцию в нескольких его районах. Спустя несколько лет проект закрыли из-за высокой стоимости. И число туристов резко снизилось. В 2013 году проект вернули к жизни, потратив на это 2 млн евро, и туристы вернулись.

Добавляет привлекательности проекция и мировым достопримечательностям. В частности, расположенному в Австралии оперному театру Сиднея, зданию Парламента в Оттаве (Канада), Эйфелевой башне в Париже, а также Ниагарскому водопаду.

И еще один пример. Во время бюджетного

послания 2014 года в правительстве Гонконга было сказано следующее: «Мы должны продолжать расширение наших программ по развитию культуры, искусства и спорта. Они, помимо того, что позволят местным жителям жить лучше, освежат восприятие наших городов посетителями из разных стран мира и вызовут желание снова приехать. Нам следует выделить дополнительно 50 млн долларов США на то, чтобы в ближайшие два года развивать и применять топографическую 3D-проекцию, которая позволит лучше представить удивительный ночной вид гавани Виктория во время крупных событий. Местные жители и гости будут в одинаковой мере наслаждаться этим проекционным шоу».

## Реклама

В число известных имен, успешно использовавших топографическую проекцию для привлечения внимания к своим брендам, входят Adidas, BMW, Bombay Sapphire, Carlsberg, Disney, Fanta, Hyundai, Johnnie Walker, Nissan, Nokia, Ralph Lauren, Red Bull, Samsung и Toyota.

Когда H&M открыла свой крупнейший магазин в Амстердаме, во время церемонии открытия проводилась топографическая 3D-проекция на одно из исторических зданий города. Изюминкой шоу стала красная ленточка, «обернутая» вокруг здания. Она волшебным образом превращала здание в разноцветный кукольный домик, в котором все не так, как кажется.

Воздействие от топографической проекции часто длится дольше, чем от самого мероприятия. Так, видео, демонстрировавшееся с помощью топографической проекции в Далласе (США) в целях рекламы кинофильма «Турист» собрало в YouTube почти 2 млн просмотров. При презентации 3D-телевизора LG Electronics в Софии (Болгария) использовалась топографическая проекция, и это шоу в YouTube посмотрели более 1 млн раз. Видео презентации BMW JOY в Сингапуре – также с применением проекции – собрало почти 400 тыс. просмотров.

## Резюме

Нет сомнений, что топографическая проекция – это не столько расходы, сколько возможность привлечь внимание людей,



Видеопроекция на Вестминстерское аббатство

увеличить уровень занятости, заполнить номера отелей и залы ресторанов, повысить продажи в магазинах и получить общий экономический эффект, намного превосходящий инвестиции в проведение того или иного мероприятия. Для брендов топографическая проекция может служить способом формирования у аудитории действительно незабываемых впечатлений, что стимулирует размещение соответствующего видео в социальных сетях, а значит, продолжение и расширение рекламной кампании, но уже бесплатно для бренда.

Топографическая проекция, вероятно, чаще всего применяется для трансформации фасада зданий. Поэтому неудивительно, что как минимум один из трех опрошенных уверен – наиболее важное достоинство технологии состоит в ее готовности для применения как средства эмоционального воздействия, более точно привязанного к месту проведения мероприятия. Практически столько же респондентов считают, что распространению топографической проекции способствуют обширные возможности для творчества, которые она дает. Отмечалось также, что она позволяет лучше вовлечь аудиторию в действие и использовать более широкий спектр контента.

### Свойства проектора

И, наконец, респондентов просили расположить свойства проектора от наиболее важного к наименее важному с точки зрения достижения оптимального качества топографической проекции.

Вполне ожидаемо – с учетом необходимости не только обеспечить хорошо детализированное изображение, но и вывести его на точно ограниченную область объекта или на фасад –



Церемония открытия магазина H&M в Амстердаме

разрешающая способность была названа самой важной. Как и в большинстве требований к качеству проекции приложений, в данном случае разрешения практически никогда не бывает много. Высокое разрешение, тем не менее, не стоит почти ничего, если качество объектива невысоко. Так что, как можно было предположить, в состав пяти наиболее важных требований респонденты включили качество оптики. Второй важнейшей характеристикой стала яркость, что тоже не вызывает удивления, если учитывать, что обычно топографическая проекция применяется в условиях освещения, далеких от оптимальных, а проекторы устанавливаются на довольно большом расстоянии от объекта, на который выполняется проекция. Здесь, как и с разрешающей способностью, – чем больше, тем лучше.

Мероприятия, на которых применяется

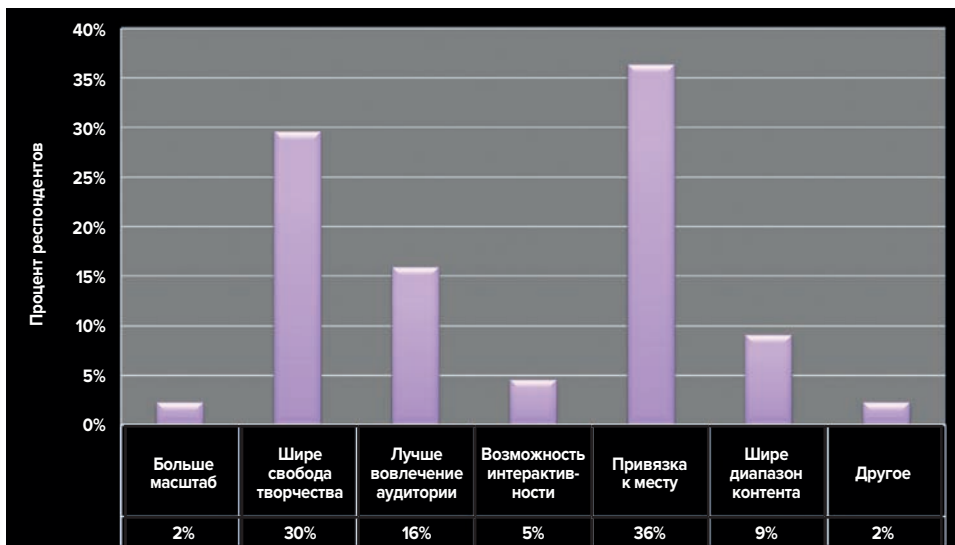
топографическая проекция, чаще всего относятся к категории крупных, высокоуровневых, от которых ждут многого (не говоря уже, что часто это существенные затраты). А поэтому сбой недопустим. Стало быть, надежность и простота перезапуска также были отнесены опрошенными к числу важнейших требований. Это третья позиция в рейтинге.

Степень контрастности, точность цветопередачи, качество изображения и его целостность также нашли свое место в десятке требований к проектору, применяемому для топографической проекции.

На шестом месте расположилось качество видео. Как раз здесь Panasonic обеспечивает наиболее заметное преимущество, особенно с учетом все более широкого распространения разрешения 4K. Повышенное разрешение открывает возможности для художников, позволяя им выводить изображения велико-

**Об опросе**

В опросе приняли участие 44 компании, включая рекламные агентства, фирмы по проведению мероприятий, пользователей и производителей. Это был онлайн-опрос, проведенный в середине 2015 года. Лишь менее 7% опрошенных работали исключительно на долговременных или фиксированных инсталляциях. Чуть более 38% были задействованы только на временных инсталляциях. И немногим более половины работали и на тех, и на других.



Преимущества топографической 3D-проекции перед другими шоу-технологиями



реклама

лепного качества и с подробной детализацией. Но возникают и сложности, связанные с процессом создания контента.

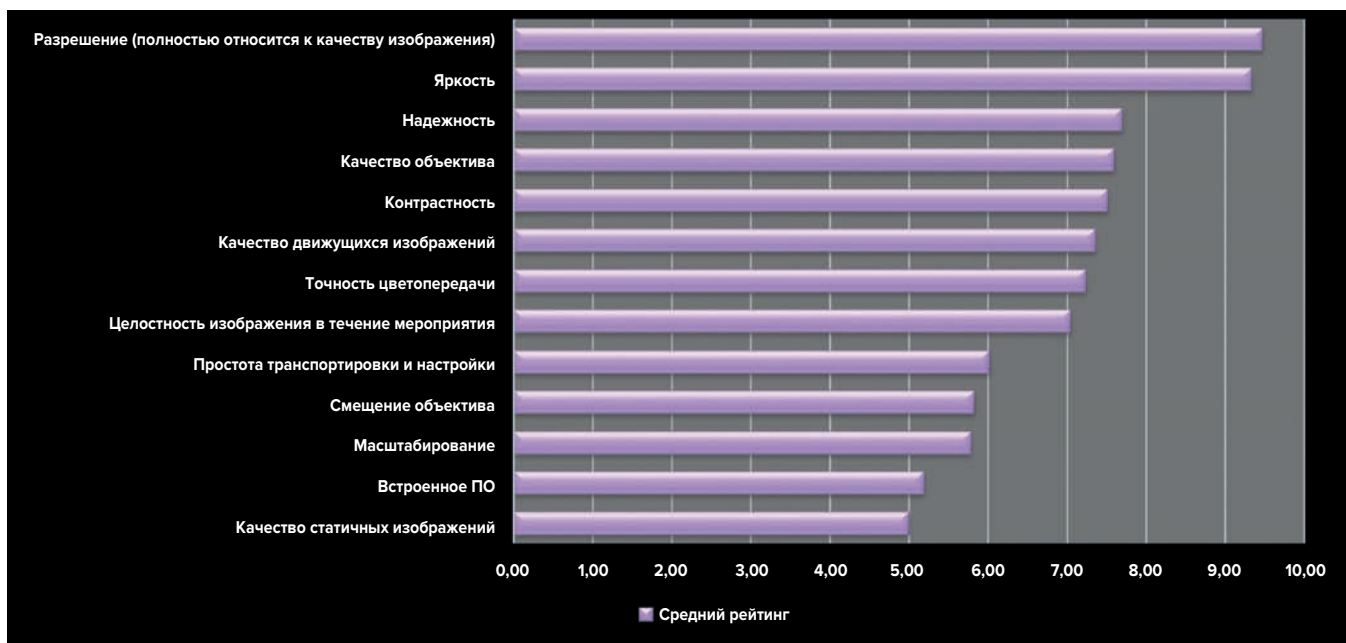
Проекторы Panasonic созданы с использованием технологий повышающего масштабирования и проекции с высокой кадровой скоростью, что позволяет не только преодолеть упомянутые трудности, но и воспроизводить видео без тянущихся продолжений, которые могут быть хорошо видны при проекции на очень большие поверхности.

## Заключение

Подъем на рынке топографической проекции обусловлен совместным влиянием двух факторов. Во-первых, это потребность со стороны части широкого спектра организаций – аттракционов, товаропроизводителей и т.д. – в привлечении аудитории с помощью чего-то впечатляющего, яркого и запоминающегося, ведь аудиторию все сложнее чем-то удивить. А во-вторых, это растущие мощность и функциональность проекторов. В сочетании с развитыми инновационными инструментами для творчества они позволяют дизайнерам воплотить все плоды их воображения. Индустрия топографической проекции показывает быстрый рост за последние годы, и скорее всего, ускорение как по числу проектов, так и по доходам от их выполнения, будет все более

стремительным. Тем более, что они демонстрируют высокую окупаемость и для тех, кто предоставляет оборудование, и для тех, кто инвестирует в проекты.

Еще один аспект, не полностью раскрытый в данном материале, касается эффекта, который производит лазерные проекторы. Почти все проекционные шоу сегодня идут недолго, максимум, в течение ночного мероприятия. Исследования показывают, что многие проекты не были реализованы из-за высоких эксплуатационных расходов, связанных с заменой ламп и обслуживанием аппаратуры. Переход на лазерные проекторы, такие как Panasonic PT-RZ31K с потоком 28 тыс. лм, эксплуатируемый по принципу «без обслуживания», позволит обеспечить дальнейший рост рынка проекции, причем за счет более долговременных инсталляций.



Рейтинг наиболее важных характеристик проекторов

## НОВОСТИ

### «СофтЛаб-НСК» и «Детское телевидение»

23...27 марта 2016 года «Детское телевидение» Новосибирска провело интернет-трансляцию новосибирского этапа Всероссийских соревнований по биатлону среди юных биатлонистов. Это «Кубок Анны Богалий – SKIMIR», который в 2016 году проводился уже в третий раз, и в третий раз родные и близкие спортсменов, просто болельщики из разных городов могли наблюдать за ходом соревнования через сайт «Детского телевидения», с которого велась интернет-трансляция как в прямом эфире, так и в записи.

«Детское телевидение» является некоммерческой организацией, в состав которой входят несколько взрослых-наставников – специали-

стов разных профессий, участвующих в проекте добровольно и бесплатно, а также школьники и студенты, которым интересно делать собственное телевидение.

С момента основания «Детского телевидения» в состав команды взрослых-наставников входят представители компании «СофтЛаб-НСК». И не случайно, ведь при проведении трансляций в центральной аппаратной «Детского телевидения» используются решения этой компании. За время существования проекта уже многие дети и подростки освоили основы работы с программами SLSportTitler, AllMix, FDO nAir, Forward Titling, FDTitleDesigner, FDCapture. Теперь они

умеют создавать расписание вещания, управлять показом титров во время эфира, готовить титровальные проекты, выполнять другие работы, связанные с ТВ-трансляцией.

В очередной раз для организации вещания Кубка Анны Богалий компания «СофтЛаб-НСК» бесплатно предоставила программное обеспечение для оформления телевизионной трансляции соревнований по биатлону. Было произведено подключение титровальной системы к системе хронометража соревнований. Юные операторы центральной аппаратной «Детского телевидения» с легкостью освоили основы работы со спортивными титрами.