

# NAV 2010

# В

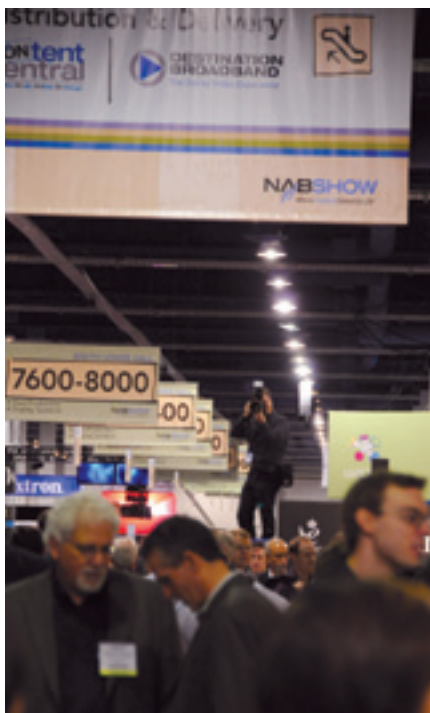
# формате 3D

*Михаил Житомирский*

**К**азалось, совсем недавно закончила свою работу выставка и конференция NAB 2009, и вот уже NAB 2010 принимает участников и гостей. Прошел очень сложный год. Как говорят люди, обремененные властью, кризис подходит к концу. Во всяком случае, его пик уже пройден, однако последствия еще долго будут сказываться. Времени на длительный восстановительный период нет ни у экономически мощных стран, ни у тех, кто такой мощью похвастать не может. В мире идет процесс перехода на цифровое вещание, ожидается лавинообразное нарастание объемов создания и вещания стереоконтента, стремительно развиваются различные среды, способы и технологии распространения аудиовизуального материала. Но при этом все стремятся работать с минимальными затратами, что заставляет производителей оборудования искать пути удешевления своей продукции, стараясь не нанести ущерба ее функциональности и качеству.

Крупнейшая в мире выставка профессионального оборудования и технологий для медиаиндустрии NAB является своего рода индикатором здоровья этой самой индустрии, а также площадкой, на которой демонстрируются новейшие разработки. Если провести аналогию с автомобильной промышленностью, то на NAB представляются «концепт-кары», которые в будущем должны получить одобрение специалистов и пойти в серию. Сначала немного официальной информации. Конференция NAB 2010 работала 10...15 апреля, а выставка – 12...15 апреля 2010 г. Место проведения – Las Vegas Convention Center (LVCC),

расположенный в Лас-Вегасе (Невада, США). Было очевидно, что участников выставки стало меньше по сравнению с прошлым годом, что не удивительно: некоторые компании просто не выжили в условиях кризиса, другие решили сэкономить и набраться сил для восстановления и дальнейшего развития. А вот число посетителей уверенно выросло. По данным организаторов, на выставке было зарегистрировано 88044 человека, из которых 23900 – не из США. Всего же на NAB 2010 приехали специалисты из 156 стран мира. Журналистов, посетивших мероприятие, насчитывается 1153.



*В одном из павильонов NAB 2010*

Так что по сравнению с 2009 годом, когда итоговое количество посетителей составило 82650 человек, имеет место прирост на 5394 человек или около 6,5%. Понятно, что данные за 2010 год носят пока предварительный характер и будут уточняться, но и так понятно – интерес к выставке не только не упал, но вырос, что объективно объясняется происходящими в сфере электронных СМИ процессами, о которых вкратце уже упоминалось выше.

Вот что сказала по этому поводу исполнительный вице-президент NAB Дэнис Уортон (Dennis Wharton): «Профессионалы в области создания и распространения контента со всего мира собрались на выставке NAB, и нам приятно получать положительные отзывы как от участников, так и от посетителей. Увеличение числа последних и демонстрация самых современных технологий свидетельствуют о том, что выставка и конференция по-прежнему привлекают большое внимание как наиболее важные глобальные мероприятия в сфере электронных СМИ».

Ну а теперь о программе первых дней, состоявшей в основном из пресс-конференций, проводимых компаниями, во многом определяющими развитие отрасли.

Первым в ряду стоял брифинг компании Grass Valley, прошедший в одном из новых отелей Лас-Вегаса – отеле Wynn. Начал пресс-конференцию президент компании Джеф Розика (Jeff Rosica), отметивший, что компания живет и нормально работает, выполняет ряд серьезных проектов и имеет большие



Джефф Розика



Рэй Болдок рассказывает о 3D-технологиях и оборудовании своей компании

планы на будущее. Затем он подробнее рассказал о некоторых из проектов, например, о том, что сделано для канала Fox Sports, где установлены серверы K2 Summit, коммутаторы TriniX и другое оборудование. В общем, г-н Розика сфокусировался на том, что именно Grass Valley поставила заказчикам и на каких наиболее известных трансляциях это применялось, а не на том, что нового появилось в ассортименте выпускаемой продукции. А дело в том, что нового не так уж и много, если не сказать – просто мало. Но это не проблема, потому что в портфеле компании достаточно разнообразного оборудования, разработанного и запущенного в серию в течение последних нескольких лет. Так что пришло время пожинать уже «выращенные плоды». Тем не менее, новинки есть, и читатели журнала MediaVision скоро узнают о них подробнее.

Рэй Болдок (Ray Baldock), технический специалист Grass Valley, уделил внимание тому, что сегодня наиболее активно обсуждается – 3D-изображению. Он сказал, что производство и вещание стереоконтента предъявляет новые требования. Во-первых, надо обеспечить одновременное создание двух-

трехмерного изображений. Во-вторых, придется столкнуться с проблемой повышения производственных расходов, что станет довольно тяжелым бременем для бесплатных эфирных ТВ-каналов. Но оборудование компании Grass Valley одинаково хорошо подходит для решения обеих задач и не требует какой-либо переделки. А вот камерный канал и панели управления оптимизированы так, чтобы максимально облегчить приведение параметров камер стереосистемы к единым значениям.


Далее м-р Болдок попросил не удивляться тому, что на стенде Grass Valley демонстрируется новая стереокамера Panasonic. Причина проста – она используется для того, чтобы дать посетителям стенда возможность убедиться в совместимости техники Grass Valley с оборудованием других ведущих производителей вещательного и профессионального оборудования, а также в ее способности работать с обычными и стереосигналами видео. Этому способствуют новые функции, внедренные в уже имеющиеся системы и призванные обеспечить работу в формате 3D.

А в целом, квинтэссенцией сообщения, сделанного Рэем Болдоком,

являлась простая истина – отрасль приступила к формированию не просто отдельных островков производства стереоконтента, а полноценных технологических процессов от съемки до распространения. Особенно этим в ближайшее время будут озабочены компании, которые, как и Grass Valley, выпускают аппаратуру для каждого этапа производства и распространения.


Одной из насущных проблем в новых условиях является эффективное использование полосы пропускания при доставке стереосигнала как в рамках производственного комплекса, так и при его вещании на зрительскую аудиторию. Ведь данных стало вдвое больше, а стандартная ширина канала связи не изменилась. Так что стоит ожидать очередных достижений в области компрессии. Ситуация осложняется тем, что речь идет об изображении высокого разрешения и о том, что нельзя сжимать его в ущерб качеству, иначе многократно возрастает риск потери стереоэффекта.

Естественно, никто не снимал с повестки дня необходимость автоматизированного перепрофилирования контента для его распространения в различных средах и на различные уст-



**Телесуфлеры VSS:**  
простота и универсальность;  
широкий модельный ряд: студийные VSS-17, VSS-19,  
внестудийные VSS-10A, VSS-10B/B2, презентационные (напольные) VSS-20;  
богатый ассортимент: два варианта ПО, педали и манипуляторы  
для управления, удлинители VGA, пьедесталы и пр.

65007, Украина, Одесса, ул. Мечникова 132, тел./факс: +380 048 715 12 97, e-mail: info@vsgp.com



ройства. Задача остается актуальной, а потому над ее эффективным решением работают многие компании, в том числе и Grass Valley.

Завершился первый день пресс-конференции компании Omneon, которую открыл Джеф Стедман (Geoff Stedman), передавший затем слово директору компании Сурешу Васудевану (Suresh Vasudevan), определившему основную цель деятельности Omneon. Она проста – стать лидером в сфере видеосерверов и платформ хранения видео. Уже сегодня компания располагает более чем 1800 инсталляциями в более чем 85 странах мира. В частности, оборудование Omneon установлено в 15 из 20 основных медиакомпаний по всему миру. В целом же г-н Васудеван отметил, что компания выбрала верную бизнес-модель и получает стабильную прибыль из года в год, несмотря на экономический кризис. Более того, наблюдается неуклонный рост прибыли.

Основным источником этого роста являются вещательные сервера и другие системы данного сектора. Это и не удивительно, ведь вещание практически перешло на серверные платформы, а поскольку среды и методы распространения контента становятся все разнообразнее, требуется все больше серверов, оптимизированных для тех или иных задач, таких как традиционное вещание, IPTV, «видео по запросу», мобильное ТВ и т.д.

Думается, это общая тенденция, но компания Omneon выявила ее гораздо раньше многих своих конкурентов,

сконцентрировала на этом фронте все свои силы, и результаты не заставили себя долго ждать – многие вещательные компании доверяют наиболее ответственные операции именно серверам и платформам хранения Omneon. Во всяком случае, представленные на пресс-конференции диаграммы показывают, что Omneon занимала в 2009 году 22% рынка. Этому можно верить, поскольку источником служила не сама компания, и известная фирма Frost & Sullivan.

Завершил Суреш Васудеван свое выступление тем, что компания с оптимизмом смотрит в будущее и будет расширять портфель своих систем.

Далее слово снова взял Джеф Стедман, обозначивший основные темы, горячие для NAB 2010. Их две – платформы для производства контента и упрощение технологических процессов. Он снова привел статистику, согласно которой в 2006 году системы Omneon в сфере подготовки контента занимали менее 10% рынка, а в настоящее время уже достигли отметки в 30%. Этому способствовало появление различных моделей серверов и платформ хранения, поддержка практически всех стандартов и форматов, а также совместимость с оборудованием других производителей. Немалую роль играет и эффективность систем Omneon в плане наращивания их возможностей и использования полосы пропускания.

Последнее стало ответом на неуклонный рост потребности в расширении пропускной способности систем, что обусловлено внедрением формата 1080p (3 Гбит/с), развитием стереотелевидения и т.д. И снова компания Omneon оказалась готовой к новым реалиям, представив на выставке новые устройства MediaDirector, отличающиеся от предыдущих вдвое увеличенной пропускной способностью и другими улучшениями.

Что касается упрощения технологических процессов, то необходимость в этом проистекает из перехода на работу с файлами. Последних становится больше, растет количество связанных с ними метаданных и процессов. Всю эту информацию надо унифицировать, обработать и представить пользователю в максимально простом и понятном виде. Для решения этой задачи Omneon также предпринимает определенные шаги. О том, какие именно, можно будет прочитать в следующем номере журнала. Вкратце же можно

сказать, что у Omneon появилось, чего компании долго не хватало – система управления медиаактивами, получившая название ProXplore.

Второй день – 11 апреля – начался с пресс-конференции компании Chyron, которую открыл ее директор Майкл Уэсли (Michael Wesley). Он не стал рассказывать о новинках своей компании, а акцентировал внимание собравшихся на том, что современный мир становится все более прозрачным для информации, и даже простые люди имеют возможность снимать видео и распространять его через Интернет, причем даже в тех странах, где полностью отсутствует демократия и крайне сильна цензура. А вывод из этого прост – цифровая эра меняет правила игры. Особенно в сфере подготовки и распространения новостей.

Кроме того, растет потребность во все большем и большем количестве контента. И для этого все чаще применяются не только привычные профессиональные технические и технологические средства, но и бытовые устройства – видеокамеры, фотоаппараты (которые, кстати, стали способны снимать не только фото, но и видео), сотовые телефоны и т.д. Созданным таким способом контентом не брезгают не только локальные телестанции, но и крупные вещательные компании. При этом растет и степень локализации контента, а зритель получает возможность выбора именно тех новостей, которые ему интересны. К примеру, CNN уже организовала на своем сайте структу-



Директор Omneon Суреш Васудеван



Майкл Уэсли

рированный по месту расположения каталог новостей. Этим же путем идут другие информационные ресурсы.

Все это приводит к необходимости оптимизации технологических процессов и высвобождению творческих возможностей создателей контента за счет избавления их от рутинных операций, которые можно переложить на технику и выполнять в автоматизированном или полностью автоматическом режиме. Для этого компания Chyron предложила своего рода экосистему, получившую название Axis и стоящую на «трех китах» – данных, контенте и клиентах. По ожиданиям компании, это позволит в пять раз снизить расходы на подготовку контента. Достигается такая экономия, в частности, за счет реализации модели Cloud, объявленной год назад. Суть ее, стоит напомнить, состоит в вынесении ряда основных сервисов в так называемое облако, находящееся в сети Интернет и доступное всем, кто является пользователем облака и реализованных в нем сервисов. Это, в свою очередь, дает возможность действовать в режиме рабочей группы, члены которой могут находиться в далеких друг от друга точках (например, на разных континентах), но выполнять единую задачу. В частности, готовить графическое оформление для вещательной сети и транслировать его в эфир на всех каналах сети.

После этого слово взял вице-президент по стратегическому маркетингу Кевин Принс (Kevin Prince), рассказавший о новых функциях флагманского знакогенератора Chyron – NuregX3. И тут уже не обошлось без упоминания 3D. Компания тоже не хочет оставаться на задворках 3D-революции и внедрила в свой знакогенератор функции подготовки трехмерной графики, причем в режиме реального времени, чего требуют, к примеру, прямые спортивные трансляции.



Кевин Принс

Вслед за Chyron пришла очередь компании Telestream, которая, ни много ни мало, собралась навсегда изменить видео. Во всяком случае, брифинг носил название Transforming video forever. Надо сказать, что компания имеет основания для таких заявлений, поскольку около 95% основных мировых вещательных станций используют технологии Telestream. Да и партнеры у этой компании тоже именитые – Panasonic, Sony, Apple, Harris и многие другие.

Выступавший Дэн Каулс (Dan Castles), являющийся директором компании, очертил основные процессы, происходящие в отрасли. А это – снижение доходов от традиционного вещания, что ведет к необходимости снижения расходов и поддержки новых каналов распространения контента. Далее, происходит переход от линейной записи на кассеты к файловым технологическим процессам, что приводит к росту роли систем автоматизации, которые пока еще не достигли «порога зрелости». В общем, есть куда развиваться. И Telestream

www.aja.com

## Route & Convert СОЕДИНЯЙТЕСЬ С АЖА!



3G-SDI РОУТЕРЫ, настройка за секунды...

### KUMO

KUMO 1604 – 16 SDI-входов, 4 выхода  
KUMO 1616 – 16 SDI-входов, 16 выходов  
KUMO CP – управляющая панель 1RU (поддержка до 16 роутеров)

Эти компактные и экономичные SDI-роутеры прекрасно подходят для работы с любыми приложениями для телевидения и видеопроизводства. Простые в установке роутеры KUMO благодаря встроенной ОС Linux быстро настраиваются и управляются через стандартный web-браузер или с помощью панели KUMO CP 1RU (опция). Роутеры KUMO поддерживают технологию Bonjour, которая позволяет автоматически (без конфигурирования) соединять роутеры в сеть с Mac и PC.

- SD, HD, 3G SDI I/O, BNC Out, SMPTE 259M/292M/424M
- Автоматические EQ и реклокинг



МИНИ-КОНВЕРТЕРЫ, SDI со скоростью света

### FiDO-T **NEW**

FiDO – это новая линейка мини-конвертеров SDI/Optical Fiber, позволяющих передавать один или два потока SDI, HD-SDI и 3G-SDI (в любой комбинации) на расстояние до 10 км. Конвертеры FiDO (5 моделей) не искажают сигнала, предлагая пользователям традиционное качество и надежность АЖА. Их можно использовать при создании стереоскопического 3D-кино и видео.

Эксклюзивный дистрибутор **AJA VIDEO SYSTEMS**  
**PROVIS SYSTEMS** тел.: (495) 510-510-0 • info@provis.ru • www.provis.ru

**PROVIS**  
PROVIDED SYSTEMS

**AJA**  
VIDEO SYSTEMS

ГДЕ КУПИТЬ: ОКНО-ТВ (495) 543-9393 • DNK (495) 232-3828 • I.S.P.A. (495) 784-7575  
Mac Studio (495) 787-3405 • ГЛОСАН (795) 984-2146 • DeepArtment (495) 933-6737



*Выступает Дэн Кастлс*

развивается, показывая пример другим. Новые программные приложения компании позволяют эффективно преобразовывать цифровой контент из одной формы в другую, оперировать большими объемами метаданных, осуществлять потоковое вещание и т.д. То есть, в некоторой степени, действительно трансформировать видео так, как это раньше было просто невозможно.

Далее были представлены новые разработки Telestream, о которых – в одной из следующих статей.

Большой интерес, как и обычно, вызвала пресс-конференция Snell, на которой выступил директор компании Саймон Дерри (Simon Derry). Он рассказал о том, что процесс объединения с ProBel завершен, в результате чего стал мощнее департамент исследований и разработок, улучшилось качество обслуживания клиентов и стал богаче портфель продукции.

Саймон Дерри, как и Дэн Кастлс из Telestream, упомянул о тенденции снижения доходов от привычного телевизионного вещания и о том, что многие рутинные процедуры, точнее, их выполнение, переносятся из локальных систем в сетевые, а попросту говоря – в Интернет. Это позволяет снизить эксплуатационные расходы и затраты на создание контента, а также повысить эффективность использования аппаратно-программных средств общего пользования. Еще одна тенденция современности – отображение одного и того же контента на экранах, отличающихся размерами, параметрами и самой моделью потребления аудиовизуального материала (например, привычный телевизор, монитор компьютера и дисплей сотового телефона). Создавать вручную версии для каждого из экранов – занятие неблагодарное, длительное и дорогостоящее. А потому требуются автоматизирован-

ные системы, способные на базе наиболее качественной версии создать все остальные.

Не осталась без внимания и тема 3D. Как было отмечено, уже не ставится вопрос о том, быть или не быть 3D-телевидению. Актуален другой вопрос: «Когда это случится и во сколько обойдется?». Компания Snell готова к переходу на форматы 3D. В ее портфеле уже есть соответствующие преобразователи стандартов и другие устройства, вплоть до видеомикшера Kahuna, уже способного работать со стереосигналами.

Пристальное внимание привлекла пресс-конференция Autodesk. Ведь если есть явный лидер в области создания компьютерного контента для кино и телевидения, а также в сфере цифровой обработки изображения, то это – именно Autodesk. Во всяком случае, 9 млн пользователей из более чем 185 стран – существенная причина утверждать такое. Сейчас компания создала платформу DEC – Digital Entertainment Creation (цифровая платформа создания развлекательного контента). И если в начале 2000 годов основной акцент делался на процессах DI, то теперь он сместился в область виртуального кинематографа, чему «Аватар» является ярким примером. Разумеется, Autodesk в настоящее время основные усилия направляет в сектор 3D, ведь именно в



*Саймон Дерри рассказывает о стратегии и новинках Snell*



*Система Smoke 2011 на платформе Apple Mac*

нем ожидается наиболее бурный прогресс. Работа со стереоизображением требует повышения производительности систем. Компания представила на NAB 2010 целый ряд средств версий 2011, в том числе Maya, 3ds Max, Flame, Smoke и ряд других, в которых изначально заложены функции работы с 3D-материалом.

Новые средства Autodesk и других производителей, специализирующихся в этой же области, позволяют до неузнаваемости изменить исходный материал, причем не всякий, даже очень опытный профессионал, сможет сказать, какие изменения были внесены. Фактически, первоначально снятое изображение зачастую служит лишь своего рода эскизом, который для показа по телевидению и в кинотеатрах еще предстоит превратить в картину.



Джим Викайзер открывает брифинг Panasonic

Последовавшая далее презентация Panasonic сразу началась в формате 3D. Открыл ее менеджер по маркетингу Джим Викайзер, который после короткого вступительного слова передал микрофон президенту компании Джону Бейзли (John Baisely). Тот отметил важность инициатив компании в области стереоизображения и пригласил на сцену представителя Panasonic по Северной Америке, который рассказал о том, что компания уже сделала на Североамериканском континенте для развития производства 3D-контента. В общем, сложилось впечатление, что дело движется довольно быстро.

Далее к собравшимся снова обратился Джон Бейзли, сначала поведавший о широком распространении оборудования P2 HD и кодака AVC Intra, а потом обративший внимание журналистов на первую и пока единствен-

**Раскройте свои творческие способности с самой широкой линейкой оборудования XDCAM**

**mPEG HD422**  
**XDCAM HD**

Вслед за поразительным успехом камкордера PDW-700 появилась новая модель PDW-800. Благодаря ее свойствам вы можете снимать великолепные изображения в формате HD 422, а также использовать дополнительные функции, такие как запись в прогрессивном формате 24P\* и ускоренная/замедленная съемка.

Для ознакомления со всем семейством XDCAM проконсультируйтесь со специализированным дилером Sony или посетите сайт [www.pro.sony.eu](http://www.pro.sony.eu)

**SONY**

\*23.98P

Реклама. Товар сертифицирован.

**LES**

Аудиоцентр  
Электронные Системы

тел./факс: +7 495 333-5440, +7 495 234-4275  
[www.les.ru](http://www.les.ru), [info@les.ru](mailto:info@les.ru)

реклама



Джон Бэйзли

ную в мире 3D-видеокамеру с двумя объективами, выполненную в едином корпусе (журнал *Mediavision* писал о ней в апрельском номере). Кроме нее, в линейку 3D Professional входят монитор и видеомикшер. Продажи камеры уже начались, так что ценовая планка вхождения в сферу производства стереоконтента понижена не в ущерб качеству. Во всяком случае, когда речь идет о телевидении, а не о кинематографе.

В общем, рассказ о деятельности Panasonic в сфере 3D был довольно длительным, может быть, даже чересчур подробным, но информация оказалась детальной и интересной. Завершилось все демонстрацией стереоконтента, которая произвела очень хорошее впечатление.

После окончания презентации Panasonic вся журналистская рать, пополнившись новыми «воинами», переключалась на брифинг Sony, где всех тоже ожидали 3D-очки и масса информации о новинках, ведь Sony является одним из пионеров и лидеров в сфере съемки стереоскопического изображения. Пресс-конференцию по традиции открыл президент Sony в Северной Америке Алекс Шапиро (Alex Shapiro). Он рассказал о структуре стенда, который в этот раз был ориентирован не на демонстрацию отдельных устройств и сис-

тем, а на то, чтобы наиболее полно представить возможности интеграции продукции Sony между собой и с системами сторонних производителей. Словом, во главе угла стоял технологический процесс, а не его отдельные составляющие.

Возвращаясь к сфере цифрового кинематографа, Алекс Шапиро напомнил, что Sony является, пожалуй, единоличным лидером здесь. Большинство современных блокбастеров, снятых в цифре, сделаны с помощью камер Sony. Пристальное внимание привлекла новая камера SRW9000PL, а в целом компания располагает уже двумя цифровыми кинокамерами на базе 35-мм сенсоров, при том, что на очереди третья, более доступная по цене, чем две первые.

В отличие от своих конкурентов, компания пока не собирается отказываться от записи на магнитную ленту – формат HDCAM SR де факто остается наиболее востребованным, когда речь идет о создании цифрового кинематографического контента максимально возможного качества. Однако и развитие нелинейных носителей Sony продолжается – уже есть прототип четырехслойного оптического диска Professional Disk, растет емкость карт памяти SxS. Иными словами – «каждому овощу свой фрукт». Для высококачественного кино – HDCAM SR и кассета, для престижного ТВЧ – XDCAM HD и оптический диск, для новостей и ежедневных программ – XDCAM EX и карты памяти SxS. Хотя такая структуризация носит довольно условный ха-



Алекс Шапиро

актер, и уже многие кинодокументалисты снимают свои фильмы на карты памяти, а новостные группы ведущих телеканалов мира работают с оборудованием на базе оптических дисков.

Далее Алекс Шапиро перешел к рассказу о 3D-сфере и о том, что Sony тесно работает с такими признанными в этой области компаниями, как Pace Technologies, Zality Digital, а также с фирмой Real D, выпускающей очки для просмотра стереоконтента. Кроме того, Sony участвует в строительстве ПТС для работы в 3D, в том числе в создании новейшей ПТС для компании Sky. Надо отметить, что парк таких машин неуклонно растет, и можно предположить, что довольно скоро настанет время, когда других машин просто не будут разрабатывать, ведь имея в своем распоряжении ПТС формата 3D, можно создавать любой контент, хоть плоский, хоть стереоскопический. Между прочим, Чемпионат мира по футболу, который пройдет летом нынешнего года, впервые будет снят и передан в эфире канала HBS в формате 3D.

Не обошлось и без интриги, появившейся перед журналистами буквально на 20 секунд в виде камеры для 3D-съемки, но оснащенной только одним объективом. Подробной информации о камере пока нет, а та, что уже доступна, появится в следующей статье о выставке NAB, которая будет напечатана в июньском номере журнала *Mediavision*.

Завершился день пресс-конференцией корпорации Harris. Здесь для многих наконец-то разрешилась интрига со сменой президента подразделения Broadcast Communications корпорации. Во всяком случае, с точки зрения личного представления нового руководителя этого департамента Harris, которым стал Харрис Моррис (Harris Morris). Как некоторые шутили, теперь получился Harris в квадрате. Сам г-н Моррис оказался энергичным, довольно молодым (около 40 лет) и очень энергичным. До этого он пару лет трудился в корпорации, определяя стратегию развития аппаратных и программных средств, выпускаемых компанией, а также руководя разработкой новых технологий для медиаиндустрии. А до того, как Харрис Моррис влился в команду Harris, что произошло в январе 2008 года, он работал главным специалистом по разработке стратегии в компании Thomson Learning Division, входящей в корпорацию



Видеомикшер Atem, несущий марку Harris

Харрис Моррис - президент отделения Broadcast Communications корпорации Harris

Thomson, где также показал себя с наилучшей стороны. В целом же г-н Моррис являет собой образец карьерного роста, он имеет диплом бакалавра университета Вирджинии (США) и диплом MBA (магистр бизнес-администрирования) Гарвардского университета. Его материалы публиковались в таких солидных экономических изданиях, как Financial Times и Catalyst.

В общем, новоиспеченный президент отделения Broadcast Communications был хорошо встречен аудиторией и сразу изложил цели и задачи руководимой им структуры. Они, разумеется, состоят в упрочении и развитии позиций корпорации, для чего требуются современные технологии, качественное и разнообразное оборудование, а так-

же новые экономические модели для медиабизнеса. Во всех этих сферах у корпорации достаточно знаний, опыта, ресурсов и авторитета.

Что же касается оборудования, то его ассортимент, помимо собственных разработок Harris, пополнился еще и устройствами, которых ранее в портфеле не было и которые до сих пор самостоятельно не выпускаются. Речь идет о видеомикшерах Atem, производимых фирмой Echolab. Они теперь будут продаваться и под маркой Harris.

Естественно, не обошлось без разговора о 3D-телевидении, иначе это было бы, как модно говорить, «не в формате». В качестве примера вклада Harris в 3D был приведен Madison Square Garden, из которого при непосредственном участии корпорации была проведена первая в мире стереотрансляция хоккейного матча

между нью-йоркскими командами – Rangers и Islanders, который состоявшегося 24 марта нынешнего года. Для этого Harris поставила кодеры NetVX и широкий спектр устройств обработки сигнала, обеспечивавших, в том числе, и синхронизацию при передаче сигналов 3DTV из Madison Square Garden в вещательный центр.

Прежде, чем завершить эту статью, хочется упомянуть еще об одном мероприятии, собравшем большое количество специалистов из России и СНГ. Речь идет о презентации Microsoft, организованной совместно самой корпорацией и Технологическим комитетом НАТ. От имени последнего презентацию открыл его председатель Константин Кочуашвили, передавший затем слово менеджеру Microsoft Евгению Ковниру. Он также произнес слова приветствия, вкратце обрисовал цель презентации, а далее

<p><b>ФОРВАРД Т</b> Комплексная автоматизация телевизионного вещания</p>	<p><b>СТРИМИНГ</b> Врезка рекламы и наложение титров в цифровом ТВ (MPTS)</p>	<p><b>ГОЛКИПЕР</b> Система для многоканальной записи и замедленных повторов</p>	<p><b>ФОКУС</b> Виртуальные студии и трехмерная графика реального времени</p>
<p><b>Многоканальная запись – Замедленные повторы – Мгновенная реакция Прямой эфир – GPI in/out – TouchScreen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Минимальная задержка между событием и его повтором</li> <li>• Простой, надежный и понятный пользовательский интерфейс</li> <li>• Мгновенное переключение между камерами</li> <li>• Воспроизведение и подготовка не прерывают запись</li> <li>• Подготовка следующего повтора во время воспроизведения</li> <li>• Компактная, интегрированная, готовая к работе система</li> </ul> <p>SoftLab-Nsk</p>			

SoftLab-Nsk, тел.: (383) 333 1067, 339 9220 факс: (383) 333 2173 www.softlab-nsk.com/rus/forward/index.html, forward@softlab-nsk.com



уступил трибуну и микрофон представителю корпорации Microsoft по региону EMEA, чтобы тот сделал подробный доклад о том, что делает Microsoft в сфере электронных СМИ и как видит их развитие в ближайшей и дальней перспективе. Что и было сделано.

В последующие дни проходили брифинги и других фирм, но они носили уже гораздо менее глобальный характер и лишь подтвердили тенденции, о которых было сказано на пресс-конференциях гигантов индустрии.

В целом же выставка произвела очень хорошее впечатление. Трудно припомнить другую такую выставку, где бы столь четко прослеживалась тенденция развития телевидения, кинематографа, сферы видеоинформационных систем и других электронных медиа. Даже в годы бурного развития HD все было не так стремительно и очевидно. В этот же раз вектор определялся вполне конкретно – 3D. И сложно было найти стенд, на котором прямо или косвенно



На стенде Stream Labs



Константин Кочуашвили



Директор «СофтЛаб-НСК» Михаил Шадрин в окружении ТВ-специалистов из Латинской Америки



Евгений Ковнир

не демонстрировались бы технологии и аппаратура для формирования, обработки, кодирования, передачи и сохранения стереоскопического контента. Даже на улице, на очень ярком солнце, был установлен большой светодиодный экран, служивший для демонстрации 3D-контента всем желающим – от тех, кто спешил на выставку или возвращался с нее в отель, до просто праздных зевак.

Что еще можно отметить, так это то, что HD стало обыденностью, а формат 1080p уже вплотную приблизился к этому статусу, то есть трудно найти оборудование, не поддерживающее в базовой версии 3 Гбит/с или не модернизируемое до этого уровня крайне простыми средствами.

Приятно отметить, что и российские компании, выпускающие оборудование и программное обеспечение для создания и распространения контента, начинают осваивать NAB. Если для фирмы Stream Labs это не в новинку – уж который год она участвует в выставке, то для компании «СофтЛаб-НСК» участие в NAB2010 стало дебютом и, судя по количеству посетителей стенда, довольно неплохим.

В общем, интересного на выставке было много, и журнал Mediavision сделает все возможное, чтобы наиболее полно представить соответствующую информацию на своих страницах. Так что, как любят говорить по телевидению, «не переключайтесь – дальше будет интереснее».