

# Шоу и повседневная жизнь в формате 3D

**М**ногие из тех, кто уже посмотрел на выставках, в кинотеатрах или у продвинутых знакомых фильмы в формате 3D, несомненно, задаются вопросами о роли 3D-технологий сегодня и о перспективах их развития в будущем. Пойдет ли по этому направлению вся отрасль кино и телевидения? Или это только последние модные новинки и попытки компаний увлечь потребителя чем-то необычным, но о чем все скоро забудут?

Именно на эти насущные вопросы попытались дать ответы участники круглого стола, прошедшего в апреле 2011 года на Международной выставке потребительской электроники *Consumer Electronics & Photo Expo* в Москве в рамках конференции «Тенденции развития фоторынка и рынка потребительской электроники»

**Ирина Гоголева**

Эксперт

*Consumer Electronics & Photo Expo* – это крупное отраслевое событие на рынке потребительской электроники в России, странах СНГ и в Восточной Европе. Выставка этого года в Москве, представив образцы самой современной аудио-, видео-, фото-, мобильной, компьютерной техники и 3D-технологий, отчетливо продемонстрировала основную тенденцию современного мира потребительских технологий – интеграцию форматов и стремительный приход цифровых технологий в жизнь каждого человека.

Отличительной особенностью экспозиции 2011 года стало участие в ней крупных японских производителей техники, что, естественно, не может не вызывать восхищение мужеством и трудолюбием народа этой страны. А также является своего рода выражением уверенности и непоколебимости в скорой ликвидации последствий страшной трагедии, которая постигла страну после разрушительного землетрясения и цунами.

Как отметили высокопоставленные представители участников компаний Sony, Canon, Nikon, Fujifilm, Pioneer и др., выставка – это престижная площадка для ведущих игроков рынка, она позволяет встре-

титься с непосредственными потребителями, передать им знания и лучшее понимание продуктов.

## “У нас с контентом проблем нет”

Круглый стол по теме “Роль и развитие 3D-технологий” прошел при участии представителей компании Sony, Fujifilm, NVIDIA и “НТВ-плюс”.

Один из наиболее острых вопросов ведущего круглого стола, главного редактора журнала *Stereo & Video* Михаила Борзенкова о том, где же найти 3D-контент для тех, кто уже купил телевизор, не поставил в тупик участников дискуссии. Все были единодушны в своем ответе – проблем с контентом они не видят. Однако разные компании в силу специфики своей работы находят его и продвигают в разных сферах своей деятельности.

Так, Александр Васильев, продукт-менеджер направления “цифровые камеры” компании Fujifilm, отметил, что, предлагая потребителям последние новинки в области фотопечати, широкоформатной печати, цифровых камер и новых сервисов, компания стимулирует их к созданию собственного 3D-контента с помощью 3D-фотоаппаратов и видеокамер. Конечно, сегодня 3D-фо-

топечатать находится в более выигрышном положении по сравнению с кино и телевидением – фотографировать, печатать и просматривать фото можно уже сейчас. Но откладывать процесс создания домашних видеоархивов в ожидании развития новых, например безочковых, технологий также не имеет смысла.

Ведь жизнь стремительно меняется, дети растут, и снимать их нужно в настоящее время, а посмотреть можно будет и потом, через 5–10 лет, когда пользователь решит обзавестись более совершенным, чем сегодня, просмотрным устройством.

Ведущий специалист отдела аудио/видео компании Sony в России и странах СНГ Александр Мишутин рассказал о перспективах компании по созданию собственного 3D-контента. Sony намерена увеличивать номенклатуру фильмов этого формата как за счет создания новых, снимаемых собственными студиями, так и посредством перевода уже снятых ранее фильмов из формата 2D в 3D. Компания активно развивает направление 3D и выпускает целую линейку новых продуктов для фото- и видеосъемки (например, камера с двойными линзами, панорамные аппараты и др.). Спрос у потребителя на такую технику, по результатам собственных исследований компании и других социологических служб, постоянно растет.

Конечно, участникам круглого стола было интересно узнать о перспективах развития 3D-вещания на телеканале “НТВ-плюс”, который первым в России совместно с компанией Panasonic в октябре 2010 года запустил канал “НТВ-Плюс 3D by Panasonic”, поддерживающий формат 3D. Алексей Журавлев, директор по маркетингу ОАО “НТВ-Плюс”, рассказал собравшимся, что к настоящему времени на канале собрана неплохая видеотека художественных, анимационных и документальных фильмов, репортажей со спортивных трансляций, музыкальных передач.

Канал приобрел большую фильмовую библиотеку компании The Walt Disney Company. Уже в ближайшее время абоненты смогут посмотреть

