

# Digital Signage – ТОТАЛЬНАЯ ВИЗУАЛИЗАЦИЯ

*Михаил Житомирский*

**П**омните, как в фантастических фильмах о будущем многие жилые и рабочие пространства снабжены всевозможными экранами? Они везде – на стенах, столах, свисают с потолка, встроены в очки и шлемы, просто парят в воздухе в виде голографических плоскостей, шаров, кубов и т.д. И экраны эти не только что-то демонстрируют, но позволяют участвовать в происходящем, воздействовать на него жестами, голосом, касанием или с помощью всевозможных пультов управления.

Так вот, с удовольствием хочу констатировать – это время, если и не пришло еще окончательно, то уже на подходе. Именно в этом убедилась состоявшаяся 25 и 26 сентября в Амстердаме (Нидерланды) международная конференция, организованная компанией Scala и посвященная новостям и инновациям в сфере Digital Signage (видеоинформационных систем – ВИС). А помогли ей в организации конференции компании Mđina и Hewlett Packard.

Эта конференция проводится с 2000 года, и за эти годы она стала значимым событием для многочисленных партнеров Scala, а также для представителей прессы. Но если вы думаете, что конференция для партнеров – это своего рода «междусобойчик», где «кукушка хвалит петуха за то, что хватит он кукушку», то вы очень далеки от истины. Во-первых, потому, что здесь обсуждались самые широкие темы, начиная от неких правил и методов разработки и построения видеоинформационных систем, а во-вторых, потому, что с помощью программного обеспечения Scala изображение подается на более чем 500 тыс. видеоинформационных экранов по всему миру. И вполне вероятно, что, находясь в аэропорту или супермаркете, в офисе врача или на оста-

новке метро, вы смотрите на картинку, доставленную на экран средствами Scala.

Но вернемся к конференции. Ее цель – рассказать о наиболее успешных решениях в сфере цифровых визуальных коммуникаций, причем очень разных, отражающих как накопленный опыт, так и новейшие тенденции в этой области. Да и аудитория, посещающая конференцию, за прошедшие 13 лет существенно изменилась, развиваясь вместе с конференцией. В ней теперь принимают участие производители оборудования, дистрибьюторы, системные интеграторы и т.д. Некоторые из производителей даже стали устраивать небольшую выставку, сопровождающую конференцию, но о ней – ниже.

Теперь о том, как журнал Mediavision оказался вовлечен в конференцию. Этакое лирическое отступление, которое, не скрою, приятно для автора данного материала. Будучи на IBC 2013, я поначалу не обратил внимания на электронное сообщение, пришедшее от неизвестного мне PR-агентства. Но позже, когда интенсивность работы на IBC слегка спала, я все же прочитал это сообщение и с приятным удивлением понял, что именно журнал Mediavision был выбран PR-агентством и руководством Scala как профильное печатное средство массовой информации для участия в конференции и последующего ее освещения. Еще приятнее оказалось то, что это был единственный журнал из России и СНГ, получивший такое приглашение.

Во всяком случае, никаких других журналистов, изыскивающих на русском языке (равно как и на языках других стран СНГ), я там не встретил. Зато на конфе-

ренцию были приглашены и представители российской компании-интегратора Dismart, что тоже приятно.

Ну а теперь, собственно, даже не о конференции как таковой и не о компании Scala, а о том, что же сегодня происходит в сфере Digital Signage. Свой взгляд на это представили различные специалисты, которым уж точно есть что сказать. И практически все они представляют серьезные компании, обладающие большим опытом, знаниями, багажом проектов.

Открылась конференция даже не выступлением генерального директора Scala Тома Никса (Tom Nix), а мини-концертом госпел-группы Gospel Queens, что, в общем-то, соответствовало если не сути события, то месту его проведения. Ведь мероприятие прошло в Zuiderkerk, или Южной церкви – протестантском храме XVII века, с которым связаны не только богослужения, но и жизнь таких великих живописцев, как Рембрандт и Моне. Сейчас Zuiderkerk – это уже не культовое сооружение, а своего рода конгресс-центр, однако внешний облик храма бережно сохранен.

Задорные песни закончились, и на сцену поднялся Том Никс. Суть его слов сводится к тому, что компания Scala решила кардинально изменить формат своего взаимодействия с профессиональной общественностью, стать более открытой, в том числе и для прессы, двинуться на освоение новых

«Заряжая» более чем 500 тыс. экранов по всему миру, Scala является мировым лидером в сфере видеоинформационных систем, предназначенных для того, чтобы активно, но ненавязчиво оказывать влияние на поведение людей. Кредо компании состоит в разработке «интеллектуальных» систем Digital Signage, способствующих стимулированию продажи товаров и информированию потребителей. Решения Scala применяются для увеличения продаж, улучшения восприятия брендов, оптимизации отношения потребителей к ним, а также для конкретизации деловых целей. Штаб-квартира компании Scala находится в Филадельфии, штат Пенсильвания (США), а ее подразделения работают в Нидерландах, Франции, Норвегии, Германии, Японии и Индии. Кроме того, у компании есть более 500 партнеров в не менее чем 90 странах.



*Южная церковь, или Zuiderkerk – место проведения конференции*

# SONY

make.believe

## Его зовут Rocky



**SRX-R515 – высококачественная проекционная система 4K  
для малых и средних залов**

**Полная совместимость со стандартом DCI в сочетании с привлекательной  
ценой и простотой в эксплуатации**

**Формат Sony 3D, более комфортный для зрения и с поддержкой 48 и 60 кадр/с**

**Цифровое кино  
становится по-настоящему массовым!**

**ЗАО "Сони Электроникс"**  
Россия, 123103, Москва, Карамышевский проезд, д. 6

[www.sonybiz.ru](http://www.sonybiz.ru)

© Media Vision, реклама

рынков и на расширение уже имеющихся. Надо отметить, что для этого у компании есть все основания, а также понимание того, что именно следует сделать.

Ну а дальше началась работа – выступления специалистов перемежались презентациями, проходившими в специально отделенных от зала зонах и на балконе, где была развернута выставка.

Интересную информацию сообщил Флориан Ротберг (Florian Rotberg) из компании Invidis Consulting. Он оценил состояние Digital Signage в Европе и попытался сделать прогноз на ближайшее будущее – 2014 год. Что касается состояния рынка Digital Signage, то лучше всего он развит в Германии, Австрии и Швейцарии (совокупно), затем идут Великобритания, Франция и Скандинавия, а замыкают пятерку лидеров страны Бенилюкса. Львиную долю доходов при создании видеоинформационных систем получают производители дисплеев и системные интеграторы – 60%. Остальное делят между собой поставщики плееров, программного обеспечения и конструкций для установки систем под открытым небом.

Что же касается сегментирования рынка в Европе, то чуть менее половины всех ВИС – 44% – установлены в предприятиях торговли, а проще говоря, в магазинах и торговых центрах. Увы, но России до этого еще, видимо, далеко, хотя определенный прогресс все же есть. Следом за торговлей в Европе идут банки, транспорт, корпоративная сфера и другие сферы применения ВИС. К сожалению, цифры по России на конференции не приводились, но по ощущениям у нас лидирует транспорт (хотя это впечатление может быть и ошибочным).

Поскольку ВИС предоставляют информацию людям, которые, в принципе, заняты не просмотром, а другим делом – идут, едут в транспорте, ждут автобуса, рассматривают витрину и т.д., это накладывает отпечаток и на применяемые дисплеи. 20% из них – большие, более 60" по диагонали.

Стремительно растет сектор DoOH (Digital Out Of Home), то есть ВИС, расположенных вне помещений. Этому способствует появление и распространение оборудования, не боящегося воздействия внешней среды, а также снижение стоимости этой аппаратуры.

В целом же, в индустриально развитом мире видеоинформационные системы расположены практически везде, где в этом есть хоть какой-то смысл. И несут они не навязчивый призыв что-то купить, куда-то зайти или на что-то взглянуть. Их задача – заинтересовать потребителя, не вызвав у него раздражения или иных отрицательных эмоций. К примеру, установленные рядом с витриной дисплеи помогают больше узнать о том или ином товаре, получить информацию о скидках и других



Директор Scala Том Никс



Представитель Invidis Consulting Флориан Ротберг

акциях. Это, как правило, дисплеи не очень большого размера. А вот там, где непосредственно торговля не осуществляется, в частности, в галереях больших торговых центров, ставят большие высокоразрешающие дисплеи со встроенными камерами и системами распознавания не только самого факта появления человека перед экраном, но и его пола, от чего зависит, какой именно контент будет выведен на экран. Более того, стоящий перед дисплеем уже в некоторых случаях получает возможность управлять контентом с помощью жестов и голоса – листать его, прокручивать, масштабировать и т.д.

Но и это не предел. Наиболее масштабными являются ВИС так называемого архитектурного класса. Это огромные панели во весь фасад здания, как правило, светодиодные, но сами светодиоды стали настолько качественными, а шаг их в панели настолько мал, что с определенного расстояния изображение воспринимается вполне естественно, ярко и красочно.

Настоящим гостем из будущего выглядел в своих очках от Google Маноло Альмагро (Manolo Almagro) из компании TRN. Да и выступление его касалось перспектив развития ВИС до 2020 года применительно к торговым сетям. Он уделил внимание средствам, которые, вроде бы, и не рассматриваются как ВИС. К примеру, сотовые телефоны. Оказалось, что средне-статистический человек смотрит на экран своего телефона 150 раз в день, среднее количество установленных на смартфоне приложений – 41, а в мире ежедневно активируется больше мобильных устройств, чем рождается детей. Более того, многие используют смартфоны именно в процессе совершения покупок. И здесь кроется огромный потенциал для Digital Signage. А в целом роль мобильных устройств как терминалов Digital Signage будет неуклонно расти. Уже совсем скоро очки Google и аналогичные устройства получат широкое распространение, и тогда человек сможет совмещать то, что он видит в окружающем мире, с информацией, выводимой на мобильный экран. Правда, пока непонятно, как на все это будет реагировать мозг, но, как говорится, поживем – увидим.

Уже сейчас в сфере Digital Signage, практически как в телевидении, речь идет о полиэкранном мире, где каждый экран служит своим целям, и где нужно учитывать параметры экрана при создании контента для него. А контент, в свою очередь, здесь тоже считается королем.

Но вернемся в будущее вместе с Маноло Альмагро. По его мнению, мобильные устройства вскоре превратятся в персональ-



# ТЕХНОЛОГИИ И РЕШЕНИЯ ДЛЯ МЕДИАИНДУСТРИИ

## Медиасерверы и процессоры



9 базовых серий **SL NEO** более 500 конфигураций

- Файловые плееры и рекордеры для АСБ, ПТС, NewsRoom.
- Серверы графического оформления для эфирных комплексов, студийного и внестудийного производства.
- Бюджетные решения для регионального вещания: автоматическая вставка рекламы, графическое оформление.
- Серверы и программное обеспечение для комплексов автоматизированного вещания и playout-центров.
- Серверы для вещания с временным сдвигом (технологии Time Shift и Profanity Delay).
- Бюджетные решения для производства теленовостей (Ingest, NLE, Playout, Graphics).
- Серверы замедленных повторов для производства спортивных программ, 1...8 камер HD/SD.
- Серверы для производства программ (Multicam Switcher, Chroma Key, Ingest, Playout, Graphics).
- Решения для онлайн-мониторинга и записи эфира (CVBS, HD/SD SDI, ASI/IP TS, DVB-T/T2/DVB-S/S2 TS).
- Многоканальные серверы записи VGA/DVI/HDMI-сигналов.
- Полиэкранные процессоры, многоканальные MPEG-2/H.264-кодеры, декодеры, транскодеры, мультиплексоры.

**SL NEO 1000** – универсальные серверы для синхронной многоканальной записи сигналов и транспортных потоков в файлы в форматах HD/SD.

**SL NEO 2000** – серверы для файлового воспроизведения по play-листам с наложением многослойной графики. Предназначены для круглосуточного вещания в форматах HD/SD.

**SL NEO 3000** – многоканальные универсальные серверы (Channel-In-a-Box). Сочетают функции записи, файлового импорта, воспроизведения, формирования графики (до восьми каналов HD в одном сервере).

**SL NEO 4000** – серверы для вещания с временным сдвигом (технологии Time Shift и Profanity Delay).

**SL NEO 5000** – серверы графического оформления. Формируют SD/HD FILL+KEY, либо накладывают графические слои на проходящий сигнал. Работа с графикой в реальном масштабе времени, количество слоев ограничивается только производительностью CPU.

**SL NEO 6000** – серверы записи и мониторинга телевизионного и радиозаписи, работа в необслуживаемом режиме, параллельное IP-вещание в сеть для онлайн-мониторинга по низкоскоростным каналам.

**SL NEO 7000** – серверы замедленных повторов HD/SD с 1...8 камер. Запись по всем каналам непрерывно, параллельно с воспроизведением и сборкой сюжетов. Управление с пульта JLCooper Electronics.

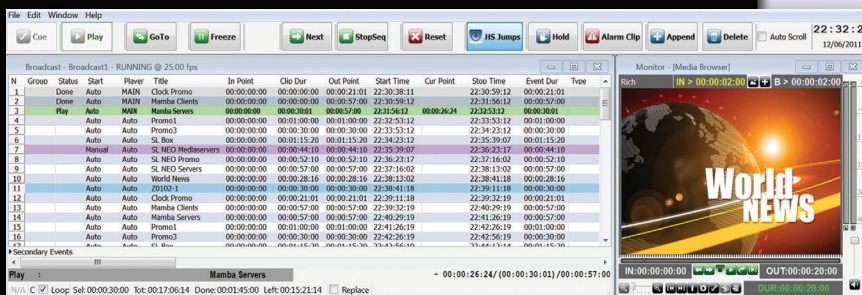
**SL NEO 8000** – полиэкранные процессоры для систем мониторинга IP/ASI-потоков и SDI-сигналов в аппаратных, центрах управления и др. Отображение большого количества каналов, поддержка потоков SPTS/MPTS, интерфейсов ASI/IP и сигналов HD/SD-SDI.

**SL NEO 9000** – многоканальные HD/SD-кодеры MPEG-2/H.264. Высокое качество кодирования, обработка аналоговых и цифровых входных сигналов, одновременное кодирование/декодирование до 4 HD- или 16 SD-каналов (CBR/VBR), UP/DOWN/CROSS-конверсия, формирование транспортных потоков IP и/или ASI с возможностью мультиплексирования.

Официальное представительство  
компании SkyLark Technology Inc.  
в России и СНГ

198097, Санкт-Петербург, ул. Маршала Говорова,  
д. 29 А, бизнес-центр "Командарм", офис 107  
тел.: +7-812-944-04-76  
тел./факс: +7-812-680-17-22  
www.skylarkrussia.tv  
info@skylarkrussia.tv

www.skylarkrussia.tv





ные терминалы, обеспечивающие не только связь во всех ее проявлениях (телефон, Интернет и т.д.) и информирование владельца, но и его взаимодействие с различными службами – клиникой, банком, транспортной системой и т.д. Причем зачастую без активного участия самого пользователя. Кроме того, все экраны, окружающие человека – телевизор, компьютер, планшет, смартфон, очки Google – будут синхронизированы, формируя общее информационное пространство, наполненное всевозможными образами. И это пространство станет реа-

гировать на поведение и состояние человека, определяя по мимике лица его настроение, по пульсу и иным параметрам – состояние здоровья. А в соответствии с этим будет предоставлять человеку соответствующую информацию. Фантастика? Нет, уже практически реальность!

Кстати, столь богатые возможности взаимодействия с аудиторией заставляют крепко задуматься и создателей контента для ВИС. Ведь здесь, в отличие от кино или телевидения, у потенциального зрителя нет изначально интереса посмотреть что-то конкретное. Поэтому картинка на экране должна его зацепить, причем сразу. Так что задача не из простых.

Между прочим, несмотря на расхожее мнение, что звук видеоинформационным системам не нужен, практика опровергает его. Более того, правильно подобранные музыка и текст могут не только создать приятную атмосферу в торговом или ином помещении, но и сформировать ассоциацию с определенным брендом. Точно так же, как это делается в телевизионной рекламе.

Все чаще и чаще компании, уделяющие пристальное внимание взаимодействию со своим персоналом, применяют ВИС в корпоративных целях. Яркий пример тому – Siemens. Этот гигант энергетической промышленности буквально опутал сетями ВИС все свои заводы и офисы. Был построен настоящий медиакан-

«Сегодня в регионе EMEA наблюдается бурный рост сферы Digital Signage. Те, кто установил системы первого поколения, сейчас полны желания модернизировать их или построить новые системы, чтобы воспользоваться их куда более широкими возможностями. Причем мы наблюдаем тенденцию воплощения проектов среднего и крупного масштаба.

Россия здесь играет довольно важную роль. Настолько важную, что мы даже наняли менеджера, работающего именно на Россию, говорящего на русском языке, понимающего особенности страны. Ведь в каждой стране есть свои культурные, экономические, административные и иные традиции и нюансы, а также технические и технологические тонкости. Это уже дало положительный эффект – мы видим все больше интересных проектов в России. Кстати, здесь у нас есть как минимум 5...6 партнеров, некоторые из них более активны в сфере крупных проектов, некоторые занимаются проектами поменьше. В целом же рынок России интересен, мы на нем имеем прочные позиции и собираемся их расширять».

**Фрэнк Ларсен (Frank Larsen),**  
старший вице-президент Scala в EMEA



Различные медиалейеры для ВИС



Стенды компаний Samsung и Matrox

нал, по которому транслируются глобальные и локальные корпоративные новости, актуальная информация, такие полезные «мелочи», как меню на неделю и на день, акции руководства, даже поздравления сотрудников с Днем рождения. Можно относиться к этому скептически, но производительность труда в Siemens выросла.

Теперь вкратце о выставке. В ней приняли участие 16 компаний: AOPEN, Avnet, Christie, DOBIT, IAdea, iBase, Linso Europe, Matrox, Mdina Media, MediaVue, Nexcom, Option, Panphonics, Peerless-AV, Samsung и Step4Media. В рамках экспозиции были представлены медиаплееры, мониторы, комплексные системы Digital Signage.

В завершение же хочется отметить, что человечество, во всяком случае, та его часть, что живет в урбанистической среде, уверенно вступило в эпоху тотальной визуализации. Экраны окружают нас везде, предоставляют нам нужную и не очень информацию, подсудно влияют на наше поведение и даже самочувствие. Технически невыполнимых задач становится все меньше, а вот насколько полезными или, наоборот, вредными окажутся нынешние и будущие видеоинформационные системы, зависит только от человека – человека творческого.



«С технической точки зрения в сфере Digital Signage довольно много тенденций. Во-первых, это появление огромного количества недорогих медиаплееров, более компактных и простых в установке и эксплуатации. Это позволяет без увеличения бюджета строить более крупные и разветвленные ВИС. Во-вторых, это широкое распространение малых дисплеев с диагональю 4", 6" и т.д. Это тоже обогащает возможности ВИС, так

как позволяет устанавливать такие дисплеи прямо рядом с конкретным товаром. То есть мы, фактически, можем заменить обычный бумажный ценник малым дисплеем. В-третьих, сегодня практически каждый человек носит с собой индивидуальный экран Digital Signage. Я говорю о смартфонах и планшетах. Это нечто новое, и сейчас специалисты индустрии изучают возможности взаимодействия наших систем с этими терминалами. Scala – не исключение.

Что же касается сомнений относительно надежности так называемых Smart-дисплеев, то есть оснащенных встроенным плеером, то опасения здесь напрасны. Да, теоретически в случае выхода из строя одного из устройств – дисплея или плеера – пользователь теряет оба. Но плееры сегодня не содержат движущихся частей, они очень надежны. Кроме того, исключена такая довольно ненадежная составляющая, как разъемное кабельное соединение. Да и обслуживание интегрированного дисплея с плеером куда проще, чем каждого из устройств по отдельности».

Питер Черна (Peter Cherna), старший вице-президент Scala по технологиям

## Запись со всеми удобствами на PIX 240i

PIX240i упрощает работу на всех стадиях производства и пост-производства. Он выдает готовые к монтажу Apple ProRes или AvidDNxHD материалы, записанные с видеокamer с выходами SD/HD-SDI или HDMI. Портативность PIX 240i, его яркий и четкий 5-дюймовый защищенный монитор обеспечивает непрерывный доступ к файлам, которые записаны на твердотельном 2,5-дюймовом диске, и/или на сменных картах памяти Compact Flash.

**4:4:4 10-Bit ProRes и DNxHD кодеки**  
**Запись на SSD или Compact Flash**  
**5-дюймовый IPS монитор**  
**Преобразователь соотношения сторон кадра**  
**Конвертер частоты смены кадра**  
**Встроенный генератор тайм-кода**



**SOUND DEVICES**  
AUDIO & VIDEO PRODUCTION PRODUCTS

Информация о продукции на [www.sounddevices.com](http://www.sounddevices.com) Список дилеров на [www.oltbert.com](http://www.oltbert.com) Тел.: (495) 921-61-39