

Cyfrowe widowisko

W ciągu ostatnich kilku lat imprezy masowe w Polsce awansowały do rangi europejskiej. Zarówno pod względem marki występujących gwiazd, jak i wielkości widowni. Festiwale odbywające się nad Wisłą porównywać można do eventów na zachodzie Europy. Szczególnie cieszy fakt, że Polacy nie muszą się wstydzić nawet poziomu organizacji. Trudno już przypomnieć sobie takie widowisko, któremu nie towarzyszyłby ekran wielkoformatowy.

Scena i nagłośnienie nie są już jedynymi elementami, na które muszą zwrócić uwagę organizatorzy imprezy masowej. Lokalizacja, w której odbywa się koncert, na kilka dni zamienia się w miasteczko pełne dodatkowych atrakcji. Poza miejscami oferującymi napoje i posiłki, uczestnicy mogą np. odpocząć w specjalnych chill-outach. Przykładem takiego wydarzenia był zorganizowany na początku czerwca festiwal Selector w Krakowie. Poza koncertem można tam było czas spędzić w osobnym namiocie z wygodnymi sofami i... ekranami reklamowymi, na których swoją markę promował Burn. Na imprezie tej nie brakowało również innowacji technicznych – jedyną obowiązującą formą płatności na jej terenie były karty zbliżeniowe, które można było nabyć lub zasilić przy wejściu.

Dotrzeć do zmysłów

Wśród nowości uczestnicy rzadko dostrzegają natomiast zmiany w technologii wyświetlania, która pozwala skuteczniej wpływać na ich podświadomość. Sam telebim, prezentujący to, co dzieje się na scenie, wydaje się rozwiązaniem ułatwiającym oglądanie widowiska. Jednak poza obrazem z kamery pokazuje on również materiały wizualne, takie jak zapowiedzi kolejnych wykonawców, treści informacyjne oraz wizualizacje. Ich zadaniem jest zapewnienie uczestnikowi komfortu oglądania tego, co dzieje się na scenie oraz możliwość doznania show nie tylko zmysłem słuchu, ale również wzroku. – *Animacje często są widowiskiem samym w sobie, wpływającym bardzo mocno na ogólne wrażenia po imprezie* – uważa Paulina Dmitruk, redaktor naczelna portalu Eventspace.pl. Wpływ cyfrowego obrazu możliwy jest dzięki ekranom LED, znanym także z obecności na skrzyżowaniach ruchliwych ulic. Tutaj



jednak ich przeznaczeniem nie jest reklama, ale dostarczanie informacji oraz rozrywka. – *Ekrany diodowe są obecnie podstawowym urządzeniem z zakresu multimediiów wykorzystywanym podczas eventów, szczególnie na koncertach, festiwalach czy piknikach. Dioda w konfiguracji standardowej, czyli ściana diodowa, służy do transmisji obrazu z kamer, pokazów grafiki i wizualizacji bądź prezentacji – wskazuje Maciej Cłapiński, dyrektor ds. sprzedaży i marketingu działu Event Engineering, w firmie TRIAS SA. – Najczęściej na scenie montuje się trzy takie ściany: dwie po bokach i jedną w tyle sceny. Diody po bokach wykorzystuje się właśnie do transmisji wydarzeń ze sceny, natomiast dioda w tyle służy do pokazów animacji – wyjaśnia Cłapiński.*

Krok w przyszłość

Zarządzanie treścią na ekranach odbywa się za pomocą technologii digital signage, która choć częściej stosowana w sieciach wyświetlaczy LCD, również znajduje zastosowanie przy ekranach LED. Dzięki niej nadawca komunikatu ustala kolejność emisji poszczególnych mediów, takich jak obrazy, filmy, animacje. Istotną funkcją jest możliwość podziału ekranu na strefy, gdzie w każdej z nich wyświetlany jest inny materiał. Technologia jest również zdolna obsługiwać sieć ekranów bezszwowych, które tworzą tzw. video-wall, łącząc kilka części w jeden większy obraz. Zdaniem Macieja Cłapińskiego, tego typu rozwiązania są wciąż bardzo popularne wśród organizatorów imprez masowych.

LCD dla indooru?

Co ciekawe, pojedyncze ekrany plazmowe oraz panele LCD coraz rzadziej znajdują zastosowanie na scenach. – *Standardowe wyświetlacze wykorzystywane są do scenografii mniejszych eventów indoorowych, takich jak imprezy korporacyjne i kongresy. Służą do prezentacji logotypów, ofert firm lub do wzmocnienia przekazu z większych nośników. Ustawiane są najczęściej w korytarzach lub foyer – wylicza Cłapiński. Innym zastosowaniem w branży rozrywkowej jest umieszczanie wyświetlaczy LCD wewnątrz obiektów zamkniętych. Przykładem takim jest cykl imprez charytatywnych organizowany*

w poznańskim klubie SQ, pod hasłem LiquoRocks. Sponsor wydarzenia, firma VMR, będąca jednocześnie dostawcą technologii digital signage, prezentuje podczas tych eventów swoje rozwiązania. Na wyświetlaczach oglądać można wizualizacje oraz materiały reklamowe.

Emocje sportowe = sprzedaż

Wielki format towarzyszy również wydarzeniom sportowym, także w polskiej lidze piłkarskiej. Na stadionach tradycyjne bandy coraz częściej zastępują elektroniczne odpowiedniki, a oglądanie widowiska ułatwione jest dzięki telebimom. Nie wszyscy zwracają także uwagę na to, że wyświetlacze zainstalowane są jeszcze m.in. w strefach gastronomicznych wewnątrz obiektu lub w łóżach dla VIP-ów. Nic dziwnego, że za rozwojem imprez masowych w Polsce krok w krok podąża technologia. Zapewnienie komfortu i innowacyjności wiąże się z gwarancją powrotu uczestników na kolejną edycję wydarzenia. Nie bez znaczenia pozostaje również fakt, że dostarczając pozytywnej emocji, zachęcamy do zakupów. Przecież wystarczy tylko ustawić telebim w centrum miasta i zapewnić transmisję meczu piłkarskiego, a znajdą się tłumy kibiców, którym doskwiera pragnienie...

Tomasz Rzeźnik

specjalista ds. marketingu firmy Emtronet
tomek@emtronet.pl

