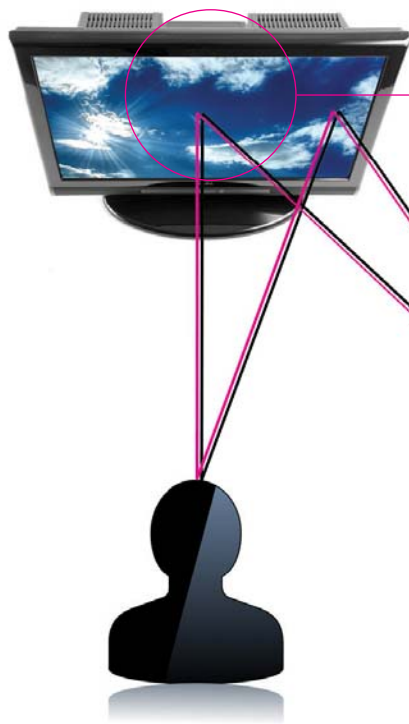


Популярность 3D технологии неуклонно растёт, однако в её использовании остаётся одно существенное затруднение. Очки — это нормально для кинотеатров или домашнего просмотра, но в случае цифровой рекламы их применение непрактично. В последнее время на улицах появляются автостереоскопические дисплеи, их разработкой занимаются многие производители экранной техники. Разберёмся с лентичулярной визуализацией (Lenticular Viewing), которая является лишь одним из методов создания «трёхмерного» эффекта.

3D без очков



1

Контент

Чтобы метод лентичулярной визуализации работал, нужен специальный контент. Это может увеличить стоимость размещения цифровой рекламы.

2

Зрители

Некоторые зрители могут жаловаться, что их «укачивает», хотя при непродолжительном просмотре эта проблема, как правило, не возникает.

3

Угол зрения

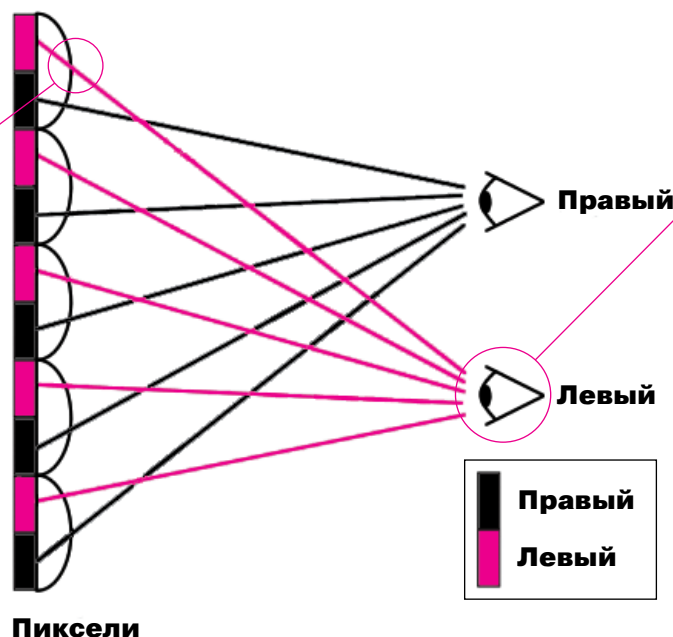
Угол зрения весьма ограничен, в большинстве случаев только два или три человека могут с комфортом одновременно смотреть видео на дисплее. Увеличение количества лентикул и частоты обновления изображения может уменьшить проблему, но и делает продукт дороже. Технология «head-tracking» («отслеживание положения головы») также помогает увеличить угол обзора.

Лентичулярные линзы

Лентичулы

Миниатюрные цилиндрические линзы на передней части ЖК-экрана обеспечивают направление к левому или правому глазу различных изображений.

4



5

Что получается

Разные 2D изображения, воспринимаемые каждым глазом, мозг объединяет в одно 3D изображение. По существу, глаза фиксируют обманчивую «глубину», что и создаёт иллюзию «трехмерности» расположенного перед нами объекта.