

Flame на самом деле лучший. Он дает нам возможность работать содержательно, быстро обсуждать изменения с клиентом, выполнять трехмерный трекинг, комплексное наложение изображений, наслаждаться отличными инструментами покадровой обработки изображений и цветокоррекции, и много чем еще. У нас есть скорость, качество, инструменты, а наши клиенты получают именно то, чего хотят.

—Тодд Айорио  
президент и главный постановщик визуальных эффектов Resolution NY/Resolution LA

# RESOLUTION

Когда миры объединяются: креативное агентство Resolution готово к новым достижениям с Autodesk Flame, Autodesk Maya и CAD-файлами.



## О проекте

Вдохновленный классической мелодией «Pride and Joy» Стиви Рея Вона, «Badge» — один из трех рекламных роликов, созданных Resolution, креативным агентством, расположившимся на обоих побережьях США — открывается видом радиаторной решетки восхитительной Nissan Altima, когда машина выполняет безукоризненный дрифт на пустынном шоссе. Другие ролики: «Running Late» and «Elements» оба начинаются в «Nissan Test Facility», где Altima проходит через дюжины механических и краш-тестов, прежде чем быть бережно переданной ее гордым владельцам. Во всех случаях автомобиль предстает чистым и совершенным, благодаря, в основном, высококлассным художникам Resolution.

Resolution (подразделение Union Editorial) использует все более и более популярное решение для итоговой видео и аудио обработки, Autodesk Flame и Autodesk Maya, чтобы

создавать визуальные эффекты и дизайн для рекламных роликов, музыкальных клипов и кинофильмов. Готовясь сделать «чистку» трех роликов, продемонстрировать качество и внешний вид автомобиля Nissan Altima, президент Resolution Тодд Айорио (Todd Iorio) и его команда были очень удивлены, когда рекламное агентство прислало в составе технического задания CAD-файлы машины. Айорио обсудил с Autodesk, насколько такой способ работы удовлетворит его клиентов и художников.

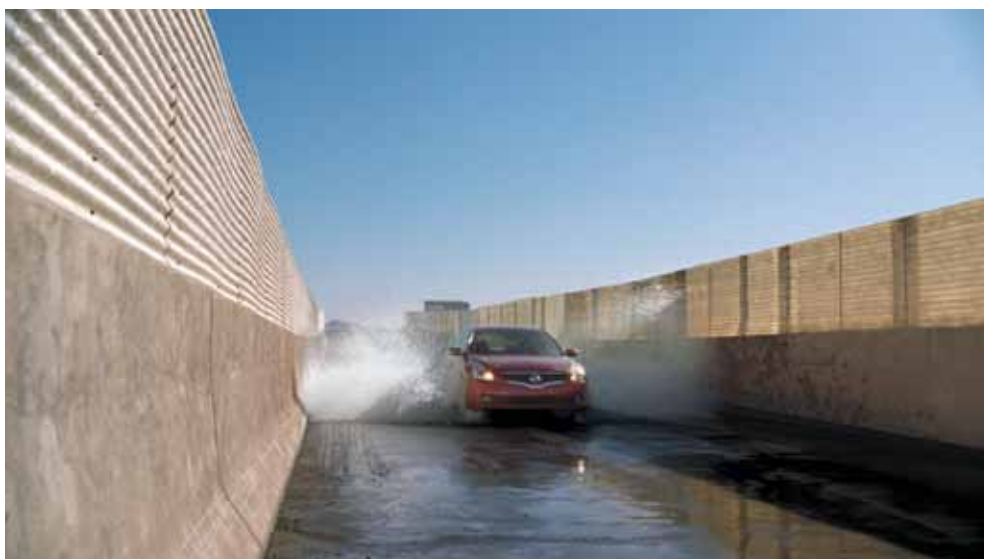
## Задача

Изначально настроившись на довольно простую работу по доводке ролика, Айорио и его команда были удивлены, когда получили CAD-файлы вместе с раскадровкой для рекламных роликов Nissan. Хотя CAD-файлы часто используются при работе с продвинутой компьютерной графикой, в подобных работах для рекламы они раньше не применялись.

«Мы получили эту работу, как если бы это был обычный проект по доводке ролика и цветокоррекции, — говорит Айорио, — не было речи о компьютерной графике, но рекламное агентство в первый же день прислало CAD-модель Altima. Это стало для нас сюрпризом, но, нельзя сказать, что неприятным. Похоже, мы действительно достигли этапа, на котором использование CAD-модели в любом видео является нормой. Это не ролик, вроде тех, где машина совершает переворот через крышу, или превращается в робота, но мы знали, что эти элементы смогут помочь. Это дело также подтвердило нашу уверенность в своих способностях и используемых инструментах».

На самом деле, то, что со стороны, возможно, выглядело как взаимное недопонимание, вскоре оказалось творческим благом, потому что неожиданное получение CAD-моделей сделало возможным сформировать новые подходы к особенно сложным кадрам. Их всех трех роликов, пожалуй, самую большую сложность вызывал «Badge», который открывается безупречным крупным планом логотипа Nissan на передней решетке Altima. Еще большее впечатление этот кадр производит, если знать, что он снят огромной камерной установкой. «Эта установка была большой проблемой, потому что она великолепно снимала все пространство перед машиной, также как и отражалась в глянцевых панелях кузова, — объясняет Айорио. — Некоторые особо замысловатые углы съемки означали, что у нас будет слишком мало информации для работы, и мы очищали большинство элементов от царапин вручную, используя Autodesk Maya».

Как будто проблем с «Badge» было недостаточно, «Running Late» и «Elements» поставили перед командой Resolution еще более сложные проблемы, связанные, в основном, с отражениями и освещением: «Главный герой кампании — машина, и наша работа — сделать эту машину настолько красивой, насколько это возможно, сохранив реалистичность изображения, — говорит Айорио. — Все три ролика содержат огромное количество света, перемещающегося по кузовным панелям и отражения окружающих объектов на краске. Создание правдоподобных отражений требует гнedyжинного воображения и технического опыта». В каждом случае возможности Flame и Maya легко интегрировать данные САПР способствовали, по мнению Айорио, созданию более совершенного изображения. «С простым взаимодействием Flame and Maya и коридором, который они создали для использования CAD-моделей, у нас появилась



невероятная гибкость в творческом процессе. Но что более важно, наши клиенты наконец-то смогли увидеть, как мы отвечаем на их запросы.

#### Решение

«Возможность использовать данные САПР нужна не только для тех частей машины, где возникают сложные эффекты, — говорит Айорио, — возможность портировать модели Nissan Altima в Flame и Maya дала нам шанс использовать время по максимуму, уделив больше внимания творчеству. Для этого мы перенесли модели во Flame, наложив на ролик, и объединили с объектами Maya. Мы делали все то же, что и обычно, но гораздо более эффективным способом».

По мнению Айорио, включение данных САПР в проект позволило команде меньше заниматься проблемами покaдрово, а сосредоточиться на том, чтобы сделать весь ролик более красивым.

«Мы рассматривали этот ролик больше как трехмерную композицию, нежели как движущуюся раскадровку, — говорит Айорио. — Мы перенесли 3D-модель в Maya и провели рендеринг, получив таким образом начальные маски и поверхности. Мы также поместили эту модель во Flame и отрисовали основные проекции, чтобы получить текстуры тех частей машины, которые хотели улучшить. Мы провели меньше времени за утомительным и отнимающим много времени перекрашиванием, вместо этого улучшая освещение, отражения и общий вид. Результат был намного лучше, потому что мы позволили себе быть более креативными, более аккуратными с ди-

зайном машины, потратив при этом меньше времени. Мы также наслаждались свободой общения с клиентом, когда пришло время сдавать проект».

#### Результат

Чистая красота линий Nissan уже сама по себе преимущество в подобной работе, но это новый путь, который очень понравился Айорио и Resolution: «Flame на самом деле изменил наш подход к работе, — отмечает Айорио, — он всегда был прекрасным инструментом для обработки отдельных кадров, но раньше не подходил для работы над рекламными роликами, подобной нашей. Они не имеют ничего общего с новыми мирами, полными космических кораблей и пришельцев. Это реклама для реального мира, а Flame теперь прекрасное средство экономии времени».

#### Дополнительная информация

Узнайте больше о решениях Autodesk для отрасли: [www.autodesk.ru/success-mne](http://www.autodesk.ru/success-mne)