



## تحولات فناوری از درجه دوربین

فتوکینا بزرگ‌ترین و مهم‌ترین نمایشگاه صنعت عکاسی در جهان است که هر دو سال یک بار در شهر کلن آلمان برگزار می‌شود.

جام جم آنلاین: فتوکینا بزرگ‌ترین و مهم‌ترین نمایشگاه صنعت عکاسی در جهان است که هر دو سال یک بار در شهر کلن آلمان برگزار می‌شود. موضوع کلی این نمایشگاه که امسال از 21 سپتامبر به مدت 6 روز برگزار شد، ارتباطات تصویری است و ساختارش این امکان را فراهم می‌کند که موضوعاتی چون عکس گرفتن، پردازش و نگهداری عکس، انتشار عکس و لوازم و تجهیزات عکاسی به طور هماهنگ و منظم در کنار یکدیگر مطرح شوند.

فتوکینا در واقع نمایشی از آینده مشترک عکاسی، تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات است. در این نمایشگاه علاوه بر بازدیدکنندگان صنفی همچون عکاسان، تولیدکنندگان و فروشندگان، بازدیدکنندگان عمومی هم حضور گسترده داشتند، به طوری که فتوکینای امسال با افزایش 7 درصدی بازدیدکنندگان نسبت به سال گذشته به رقم بی‌سابقه 180 هزار بازدیدکننده دست یافت که در میان آنها 1251 نفر از 45 کشور دنیا تنها به قصد حضور در فتوکینا به آلمان سفر کرده بودند. اندکی پیش از آغاز به کار این نمایشگاه که گسترده‌تر از هر سال و برای اولین بار در مرکز نمایشگاه‌های بین‌المللی شهر کلن برگزار شد، بیشتر شرکت‌های مهم عکاسی، جدیدترین و به‌روزترین محصولات‌شان را معرفی و طی نمایشگاه در معرض دید بازدیدکنندگان قرار دادند.

فتوکینا که به نام PMA یا نمایشگاه و کنفرانس بنیاد بازاریابی عکاسی هم شناخته می‌شود اولین بار سال 1950 برگزار شد و به مرور زمان از یک نمایشگاه عکاسی صرف به محلی برای عرضه محصولات تولیدکنندگان و سازندگان دوربین و تجهیزات عکاسی تبدیل شده و آنقدر رونق پیدا کرد که تنها چند سال پس از آغاز به کار به عنوان یک رویداد بین‌المللی و با حضور بزرگان و تولیدکنندگان فعال بازار جهانی لوازم و تجهیزات عکاسی مطرح شد، تا جایی که سال 1956 #171؛ دوایت آیزنهاور» رئیس‌جمهور وقت ایالات متحده آمریکا برای مراسم افتتاحیه این نمایشگاه پیام خود را در قالب یک تلگرام فرستاد.

برداشتن محدودیت‌ها از دنیای تصاویر

در دنیای پرتحول تصویر دیگر نیاز نیست کاربران مهارت خاصی در عکاسی داشته باشند تا عکس‌ها و ویدئوهای حرفه‌ای تولید کنند و تنها فشار بر دکمه شاتر کافی است تا یک عکس تکنیکی از یک منظره گرفته شود. در عین حال، تعداد حالت‌های خاص قابل تنظیم در نسل جدید دوربین‌ها هم حد و مرزی ندارد. در نتیجه، عملاً محدودیتی برای خلاقیت کاربران وجود ندارد. ضمن آن‌که اگرچه قبلاً تنظیم و ویرایش عکس‌ها می‌بایست در کامپیوتر و با نرم‌افزارهای پیشرفته پردازش تصویر انجام می‌شد، اما اکنون بسیاری از کارها را می‌توان هنگام گرفتن عکس یا نشان دادن آن در خود دوربین انجام داد.

به کمک فناوری‌های نوین می‌توان با یک دستگاه عکس و فیلم گرفت و نتایج کار را در همان وسیله تماشا، پردازش و ذخیره‌سازی کرد و در نهایت با دیگران به اشتراک گذاشت. در واقع قابلیت‌های دوربین‌های امروزی تنها به امکان گرفتن فیلم‌های Full HD و عکس‌های با کیفیت خلاصه نمی‌شود بلکه به کمک آنها می‌توان تصاویر را بسیار سریع و آسان روی شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، فلیکر یا یوتیوب ارسال کرد. ضمن آن‌که کاربر می‌تواند مشخص کند کدام عکس یا تکه فیلم باید آنلاین شود، نرم‌افزار همراه وسیله نیز می‌تواند با اتصال دوربین به کامپیوتر، کاربر را مستقیماً به سایت اینترنتی مورد نظر برده و اگر لازم باشد، عکس‌ها و فیلم‌ها را به فرمت مورد نظر تبدیل کند. مثال بارز این قابلیت را پاناسونیک، سامسونگ و کداک در فتوکینا در معرض دید بازدیدکنندگان قرار دادند. در دوربین‌های عکاسی این شرکت‌ها یک دکمه به اشتراک‌گذاری وجود دارد که کاربر را قادر می‌سازد فوراً عکس‌های مورد نظر خود را علامت‌گذاری کند تا با اتصال دوربین به کامپیوتر، عکس‌های منتخب به طور خودکار روی شبکه‌های اجتماعی آپلود شود.

به این ترتیب به نظر می‌رسد با وجود آن‌که مهارت‌های حرفه‌ای در عکاسی در حال منسوخ شدن است اما عکاسی با وجود امکانات خلاقانه و ارتباطات سریع تصویری از طریق اینترنت و تلفن‌های همراه، علاقه‌مندان جدیدی پیدا کند. البته صنعت تصویرسازی پا را از این هم فراتر گذاشته و به دنبال راه‌حلهایی برای ساده‌سازی و سرعت بخشیدن به ارتباط تصویری است و این شامل درگاه‌های ارتباطی WLAN داخلی یا USB داخلی و نرم‌افزارهای انتقال تصویر برای بارگذاری سریع و مستقیم تصاویر از دوربین روی اینترنت است. در این میان بسیاری از کاربران دوست دارند بدانند عکسی را که در حال حرکت گرفته‌اند دقیقاً در چه مکانی گرفته شده است. برای پاسخ به این نیاز با استفاده از تکنولوژی‌های تعیین موقعیت نظیر GPS، بسیاری از دوربین‌ها می‌توانند این کار را به صورت داخلی یا از طریق تجهیزات جانبی انجام دهند و حتی برخی از دوربین‌ها می‌توانند اطلاعاتی از قبیل این‌که عکاس کجا ایستاده و از چه عکس می‌گیرد را ارائه کنند.

عکس‌ها سه‌بعدی می‌شوند

یکی از موضوعات داغ و پر سر و صدای فتوکینای 2010، تصاویر سه‌بعدی بود و دوربین‌های عکاسی و فیلمبرداری با قابلیت ضبط

تصاویر کیفیت بالایی سه‌بعدی، ابعاد جدید و متفاوتی به نمایشگاه بخشیدند. به همین دلیل هم دوربین‌های دارای قابلیت سه‌بعدی و لنزهای آنها و لنزهای کلوزآپی که به وسایل دوبرعدی قابلیت سه‌بعدی می‌بخشند در فتوکینای امسال در کانون توجه قرار داشتند. یکی از مشخصات پیشرفته نسل جدید دوربین‌های سه‌بعدی حاضر در نمایشگاه، تصاویری با تاخیر زمانی بودند که به بیننده اجازه می‌دادند با انتخاب نیمه‌های راست و چپ یک تصویر، کنترل تطابق تصویر سه‌بعدی را تنظیم کنند. کریستیان مولرریکر، مدیرعامل اتحادیه صنعت عکاسی درباره دستاوردهای جدید فتوکینا می‌گوید: «#171 یکی از زمینه‌های جدید نمایشگاه عکس‌های سه‌بعدی بودند. حتی می‌توان روی قاب عکس‌های دیجیتالی، نمایشگر کامپیوتر یا تلویزیون‌های سه‌بعدی، تصاویر سه‌بعدی را نمایش داد. اکنون فناوری‌های جدیدی نیز برای چاپ سه‌بعدی عکس‌ها عرضه شده‌اند.»

فوجی به عنوان یکی از پیشتازان این عرصه با ارائه دوربینی کوچک و سبک، بازدیدکنندگان غرفه خود را مبهوت کرد. به طوری که به اعتقاد بازدیدکنندگان غرفه فوجی با این تکنولوژی فاصله بین واقعیت و مجازی کمتر شده و تصاویر بعد و عمقی واقعی می‌یابند و بیننده را در حیرت فرو می‌برند. در این میان پاناسونیک بیشتر از دیگر بزرگان عرصه تصویر به این موضوع پرداخته بود و حدود نیمی از غرفه بزرگ خود را به نمایش توانایی‌های تصویرسازی سه‌بعدی اختصاص داده بود. دوربین‌های جدید این شرکت در واقع با اضافه کردن یک ماژول مخصوص قابلیت عکاسی و فیلمبرداری سه‌بعدی پیدا می‌کنند که نتیجه کار آنها را می‌توان روی تلویزیون‌های معمولی و با استفاده از عینک مخصوص تماشا کرد. حتی می‌توان با پروژکتور روی پرده نمایش انداخت و با عینک تماشا کرد. عملاً تصاویر این دوربین‌ها عمق هیجان‌انگیزی به تصاویر می‌دهد که دقیقاً همانند سینماهای سه‌بعدی بوده و گویی از صفحه نمایش خارج شده‌اند.

در کنار حضور دستاوردهای متنوع و متفاوت عرصه تصویر در نمایشگاه، تجهیزات جانبی دوربین‌های عکاسی و فیلمبرداری هم حجم قابل توجهی از فتوکینای امسال را به خود اختصاص داده بودند و تولیدکنندگان این‌گونه محصولات نیز از هرگونه تکنولوژی لازم برای تولید محصولات بیشتر و باکیفیت‌تر بهره می‌بردند. انواع و اقسام کیف و روکش‌های دوربین‌ها، باتری‌های عادی و قابل شارژ، فیلترهای الحاقی، سه پایه‌ها و... تنها مثال‌هایی از وسایلی بودند که تولیدکنندگان شان سعی داشتند برای جذب بازدیدکنندگان نمایشگاه، در قابلیت‌ها، امکانات، انعطاف‌پذیری و شکل و شمایل آنها تغییراتی ایجاد کنند.

بهاره صفوی / گروه دانش