

## هیجان زندگی با طعم سه بعدی

در نمایش تجهیزات الکترونیک مصرفی امسال آنچه بیش از همه توجه و تحسین کارشناسان حوزه‌های مختلف فناوری الکترونیک و تصویرسازی و همچنین شرکت‌های فیلمسازی و اصحاب رسانه را برانگیخت...



جام جم آنلاین: در نمایش تجهیزات الکترونیک مصرفی امسال آنچه بیش از همه توجه و تحسین کارشناسان حوزه‌های مختلف فناوری الکترونیک و تصویرسازی و همچنین شرکت‌های فیلمسازی و اصحاب رسانه را برانگیخت.

چیزی جز خودنمایی آخرین رهاوردهای گول‌های الکترونیک دنیا در زمینه لوازم نمایش سه‌بعدی نبود و به جرات می‌توان شوی الکترونیک امسال را میزبان درخشش خیره‌کننده فناوری سه‌بعدی معرفی کرد و این مهم به معنای ورود قریب‌الوقوع تلویزیون‌های سه‌بعدی به درون خانه‌ها و تغییر ذائقه تماشاگران خانگی از نمایش دو بعدی به عصر جدید نمایش سه‌بعدی است. در حالی که برای تماشاگران فیلم‌های سه‌بعدی صنعت رویاپرداز سینما و هضم هیجان آن، هنوز به عینک‌های مخصوص نیاز است، عینک‌های سه‌بعدی برای تماشاگران کانال‌های سه‌بعدی تلویزیون سر از خانه‌ها در می‌آورند تا از این پس تجربه منحصر به فرد اوج هیجان همراه با اعضای خانواده را رقم بزند.

طی نمایش الکترونیک امسال و در جریان نشست بزرگ دنیای خبر با شرکت‌های بزرگ حاضر، محور گفتگوها بیش از هر چیز حول فناوری سه‌بعدی دور می‌زند. گول‌های بزرگ الکترونیک همچون سامسونگ، توشیبا و پاناسونیک همگی یکصد درصد جلب مشتری برای محصولات سه‌بعدی جدیدشان از جمله تلویزیون‌های سه‌بعدی جدید و مسلمان پخش‌کننده‌های پرتو آبی و دوربین‌های ویدئویی سه‌بعدی هستند. اما نکته جالب توجه در این میان حضور جدی شرکت‌های بزرگ فیلمسازی در جایگاهی بود که در واقع ویتترین لوازم الکترونیک سه‌بعدی خانگی و تلویزیونی محسوب می‌شود.

البته توضیح این تناقض را می‌توان در اظهارات اصحاب سینما بخوبی دریافت؛ به نحوی که براساس گفته مدیرعامل شرکت دریم‌ورکز انیمیشن، مالک انیمیشن سه‌بعدی پرفروش دیوها علیه بیگانه‌ها، از میان 10 فیلم موفق سال 2009، چهارفیلم سه‌بعدی بودند و این در حالی است که از مجموع 170 فیلم سینمایی پخش شده، در مجموع تنها 10 فیلم با ویژگی سه‌بعدی در طول سال ساخته شده است.

این اظهار نظر در حالی از سوی روسای شرکت‌های عظیم رویاپردازی در کنفرانس مطبوعاتی نمایش بزرگ لوازم الکترونیک مصرفی امسال عنوان می‌شود که آنها حیرت و تحسین خود از خط جدید تولید تلویزیون‌های با قابلیت نمایش سه‌بعدی را آشکارا بیان کردند و این چرخش تازه‌ای است که از سوی شرکت‌های بزرگ فیلمسازی و برخلاف مسیر قدیمی و معمول جریان حرکت و رقابت میان دو رسانه سینما و تلویزیون مشاهده می‌شود.

البته تا اینجای کار نمی‌توان سامسونگ را تنها سازنده‌ای دانست که فارغ از رقبای مشهور، به موج‌سواری در قلمرو الکترونیک سه‌بعدی مشغول است. در همین رابطه شرکت پاناسونیک نیز نخستین گام‌ها برای فناوری نمایش سه‌بعدی تلویزیونی را با نسخه‌های ثبت شده‌ای از بهترین‌های دو پخش‌کننده جهانی DirectTV و Skype شروع کرده است.

در همین خصوص تهیه‌کننده فیلم تمام عیار سه‌بعدی و فناوریانه «171#&آواتار»، در نمایش آخرین فناوری‌های لوازم الکترونیک مصرفی عبور از مرز فروش یک میلیارد را خاطر نشان می‌سازد و همین مهم توجه گول‌های الکترونیک دنیا را برای مهیا کردن زمینه پخش خانگی این قبیل فیلم‌های سه‌بعدی از طریق ادواتی نظیر تلویزیون‌های سه‌بعدی جدید سخت به خود مشغول کرده است. به نحوی که شرکت پخش دایرکت‌تی‌وی هفته گذشته از آغاز پخش سه‌بعدی محصولات سینمایی برای مشتریان خبر داد و قرار است این کار جالب توجه را با تعدادی از مجموعه‌های جدید موجود در صدر فهرست برترین‌های خود و همچنین نرم افزار مخصوصی برای تطبیق دادن آن عملی سازد.

در این میان شرکت توشیبا نیز از غافله تجهیزات نمایش سه‌بعدی دور نمانده و مانور خبری عمده این شرکت در شوی سالانه تجهیزات الکترونیک خانگی حول محور چند خط جدید از تلویزیون‌هایی دور می‌زند که مدلی از ریزپردازشگرهای معروف خود موسوم به Cell را در آن کار گذاشته است؛ و صد البته آنچه که به طور ویژه‌ای این ریزپردازنده‌ها را مهم جلوه می‌دهد، طرق ارائه و انتقال مطلوب‌تر نمایش سه‌بعدی آنها نسبت به ریزپردازنده‌های عادی است و این همان تفاوت شاخصی است که از ابتدای سال 2006 و ضمن معرفی آن به عنوان برنده رقابت گول‌های چند رسانه‌ای، نشان داد که یک سر و گردن از تمام روش‌های انتقال سه‌بعدی موجود بالاتر است.

با این اوصاف، هم اکنون و به باور همه کارشناسان حوزه تجهیزات الکترونیک و فناوری تصویرسازی و نمایش سه‌بعدی، دیگر حد و مرزی برای فناوری نوین سه‌بعدی وجود ندارد و پر بیراه نیست با توجه به پیشرفت‌های خیره‌کننده این فناوری و فراگیر شدن و نفوذ آن در لایه‌های مختلف زندگی، حتی برای چیزی که هم اکنون از آن تحت عنوان شیدایی سه‌بعدی D mania 3 یاد می‌شود نیز محدودیتی نمی‌توان قائل شد.

گول‌های بزرگ الکترونیک درصد جلب مشتری برای محصولات سه‌بعدی جدیدشان از جمله تلویزیون‌های سه‌بعدی هستند این مهم در حالی است که فناوری نمایش سه‌بعدی بیش از آن که در قالب یک محصول ویژه سه‌بعدی، امکانات و مزایای خاص خود را به

نمایش می‌گذارد، از بعد فنی و الکترونیک نیز ملزومات خاصی را طلب می‌کند؛ تا جایی که نیاز به کابل‌هایی با امکان تأمین سرعت بالای ارسال داده (HD) برای فناوری نمایش سه‌بعدی و موضوع رسیدن به سرعت دیوانه‌وار 15/8 گیگا بایت بر ثانیه، بمب خبری شوی الکترونیک امسال بود که طی اعلام رسمی یکی از شرکت‌های پیشرو در این زمینه صورت گرفت.

در همین ارتباط، یک شرکت مرتبط با فناوری سه‌بعدی نیز از خط تولید عینک‌های حاضر به خدمت سه‌بعدی خود با قیمت 100 دلار خبر می‌دهد که آخرین و گران‌ترین مدل ریزپردازنده در آن به کار گرفته شده است.

در میان غوغایی که محصولات فناورانه و سه‌بعدی محور غول‌های الکترونیک یاد شده در نمایشگاه به پا کرده‌اند، تنها شرکت شارپ است که بیرون گود ایستاده و به رغم موجی که این محصولات سه‌بعدی به پا کرده‌اند، اندکی هم خیس نشده است.

اما در عوض، این شرکت با محصولی خودنمایی کرده است که از قرار معلوم حتی ابتکاری‌تر یا دست‌کم تا فراگیر شدن تلویزیون‌های اچ.دی سودمندتر به نظر می‌رسد.

مجموعه جدیدی از تلویزیون‌ها که از فناوری مخصوصی تحت عنوان تکنیک پیکسل چهارگانه استفاده می‌کنند، ره‌آورد شارپ برای شوی لوازم الکترونیک مصرفی امسال است. به عبارتی در این تلویزیون‌ها یک پیکسل فرعی چهارم زرد به مدل قبلی RGB (قرمز، سبز و آبی) اضافه شده است و چینش‌های پیکسلی به کار رفته در محصولات جدید شرکت RGBY (قرمز، سبز، آبی و زرد) هستند.

اما کارشناسان در قبال 7 مدل مختلف از تلویزیون‌هایی که شارپ با بهره‌گیری از این تکنیک جدید روی صحنه نمایش برده است، تنها به این اظهار نظر بسنده کرده‌اند که رنگ‌ها بسیار عالی و مبهوت‌کننده هستند و در ضمن به هیچ عینک مخصوصی برای تماشا احتیاج نیست.

با این اوصاف، کارشناسان و خبرگان صنعت الکترونیک و دنیای نمایش سه‌بعدی، از چرخش کانال‌های تلویزیونی به سوی سه‌بعدی شدن خبر می‌دهند.

البته با وجود فیلم آواتار که از قرار معلوم و تا این جایی کار فروش گیشه بیشتر از میلیارد را تجربه می‌کند، جای تعجب و غافلگیری ندارد که فناوری سه‌بعدی فکر و ذهن شرکت‌های پخش‌کننده تلویزیونی را سخت به خود مشغول کرده است. به نحوی که شرکت رسانه‌ای بزرگی مثل دیسکوری کامیونیکیشن از شراکت با شرکت‌های سونی و آیمکس برای راه‌اندازی یک شبکه تلویزیونی سه‌بعدی خبر می‌دهد و در همین اوضاع و احوال، ESPN نیز اعلام کرده است که شبکه سه‌بعدی خود را تنها در زمان برگزاری جام جهانی فوتبال 2010 راه‌اندازی خواهد کرد.

اما روی دیگر سکه پخش تلویزیونی و کانال‌های سه‌بعدی، از واقعیتی مبنی بر چشم‌انداز سه‌بعدی مصرف‌کننده خانگی حکایت دارد و به نوبه خود نیازمند آن است که افراد، مجموعه‌ای شامل یک تلویزیون سازگار با فناوری نمایش سه‌بعدی (1000 دلاری) و یک عینک مخصوص سه‌بعدی (200 دلاری) خریده و ضمن نشستن روی مبل و در خلوت خانه خود در دنیای رویاپردازی نمایش سه‌بعدی فرو روند.

مترجم: مهریار میرنیا / منبع: science daily