



فناوری تأثیر زیادی بر ارتقای کیفیت دوربین‌ها گذاشته است، اما به عقیده دو شرکت بزرگ Getty Images و VideoBlocks فناوری در سبک و نگاه مردم به عکاسی هم تغییراتی ایجاد کرده است.

اکنون بسیاری از عکاسان حرفه‌ای ترجیح می‌دهند، آثارشان شبیه عکس‌های منتشر شده در فضاهای مجازی نظیر اینستاگرام یا فیس‌بوک باشد و سعی می‌کنند به جای نمایش خانواده‌هایی که به دوربین لبخند می‌زنند یا افراد شیک‌پوشی که در مقابل دوربین ژست می‌گیرند، تصاویری مستند و در حالت‌های طبیعی را به نمایش بگذارند.

## مطلب پیشنهادی



دنیای دوربین شماره 189  
لایت: دوربینی با چندین لنز

رسانه‌های اجتماعی تحولی در سبک تبلیغات ایجاد کرده است و اکنون بیشتر شرکت‌های تبلیغاتی و مشتریان کوچک‌تر مؤسسه‌های عکاسی، به دنبال تولید محتواهایی هستند که بیشتر یادآور محتوای صفحات فیس‌بوک و اینستاگرام است تا نمونه‌های شسته‌رفته‌تری که به طور معمول در مجلات می‌بینیم. فرقی نمی‌کند تولیدکننده محتوا یک شرکت تبلیغاتی باشد یا یک فرد مستقل، اکنون غالب افراد ترجیح می‌دهند نتیجه کارشان در حوزه تصویر شبیه محتوای شبکه‌های مجازی به نظر برسد، چیزی که گویی در لحظه و بدون برنامه‌ریزی تصویربرداری شده است.



VideoBlocks اعلام کرده است جست‌وجو برای عکس‌های سلفی 270 درصد، برای اسمارت‌فون 207 درصد، تلفن همراه 140 درصد و آیفون 130 درصد رشد داشته است. افزایش تقاضا برای عکس‌هایی که با تلفن همراه گرفته شده‌اند نشان می‌دهد عکاسان حرفه‌ای در حال تقلید از آن نوع محتوایی هستند که در رسانه‌های اجتماعی غالب شده است. زیرا عکس‌هایی که کمتر دستکاری شده باشند و واقعی‌تر به نظر برسند توجه بیشتری را جلب می‌کنند. افراد عادی که عکس‌ها و ویدیوها را از طریق رسانه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند، عموماً از دیدگاه شخصیشان به موضوع نگاه کرده و به شیوه‌های مختلف و خلاقانه‌ای از دوربین استفاده می‌کنند. بر همین اساس پیش‌بینی می‌شود اینکه دوربین در کجا نصب شده باشد (روی یک پهپاد یا پایه‌ای برای تهیه تصاویر 360 درجه) یکی از روندهای اصلی سال 2017 خواهد بود.

**تاریخ انتشار:**  
05 اسفند 1395

---

نشانی منبع: <https://www.shabakeh-mag.com/information-feature/6870>