RNI No. : UPHIN/2017/74695

डाक पंजीकरण सं. :
एस.एस.पी./एल.डब्लू./एन.पी. - 558/2024-2026

स्टूडियो न्यूज

वर्ष : 8 अंक : 11 | लखनऊ, मंगलवार, 6 मई 2025 से 5 जून 2025 | पृष्ठ : 14 | मूल्य : 10 रूपये

PHOTO VIDEO ASIA 2025

29 30 31 AUGUST

PRAGATI MAIDAN, NEW DELHI
HALL NO. 8-9-10-11

225+ STALLS
30000+ VISITORS
100000+ PRODUCTS
NEW PRODUCTS LANCHES
LIVE PRODUCT DEMO
WORKSHOP & SEMINAR

FOR MORE INFORMATION : +91 63596 05804

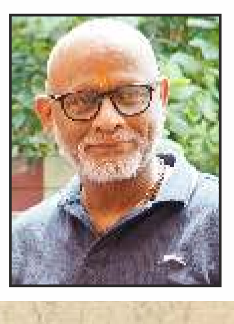
SPONSORS

REGISTRATION SPONSOR — DATA ENGINEERS
SILVER SPONSOR — GEE7 inspiring memories
SILVER SPONSOR — Lexar Live For The Memory
SILVER SPONSOR — KK JAIN COLOUR LAB

MEDIA PARTNER — संवाद

FOR FREE ENTRY GIVE MISS CALL ON
63573 91003
OR SCAN QR CODE

ORGANISED BY
AAKAR EXHIBITION
AAKAR EXHIBITION PVT LTD.



सम्पादक की कलम से ...

प्रिय फोटोग्राफर साथियों,

स्टूडियो न्यूज़ के मई 2025 अंक मे आप सभी का स्वागत है। आज के डिजिटल युग में फोटोग्राफी के क्षेत्र में दो महत्वपूर्ण क्रांतियाँ एक साथ हो रही हैं - एक तरफ आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) तकनीक का तेजी से विकास और दूसरी तरफ मनोविज्ञान के सिद्धांतों का व्यावसायिक उपयोग। ये दोनों ही कारक आधुनिक फोटोग्राफरों के लिए नए अवसर और चुनौतियाँ प्रस्तुत कर रहे हैं। AI तकनीक ने फोटोग्राफी के क्षेत्र में अभूतपूर्व क्रांति ला दी है। आज AI के माध्यम से ऐसी छवियाँ बनाई जा सकती हैं जो पारंपरिक फोटोग्राफी तकनीकों से संभव नहीं थीं। यह तकनीक न केवल समय की बचत करती है बल्कि रचनात्मकता के नए आयाम भी खोलती है। हालाँकि, इस तकनीक को लेकर फोटोग्राफी समुदाय में गहरी बहस छिड़ी हुई है। कई पारंपरिक फोटोग्राफर्स इसे 'कला में धोखा' मानते हैं। उनका तर्क है कि AI द्वारा निर्मित छवियों में वह आत्मा और वास्तविकता नहीं होती जो एक फोटोग्राफर अपने कैमरे के माध्यम से कैद करता है।

प्रसिद्ध फोटोग्राफर कोलिन स्मिथ के शब्दों में, "AI कभी भी मनुष्य की जगह नहीं लेगा, बल्कि वे फोटोग्राफर जो AI का प्रभावी ढंग से उपयोग करना जानते हैं, अन्य फोटोग्राफर्स से आगे निकल जाएँगे।" यह बात फोटोग्राफी के भविष्य की दिशा को स्पष्ट करती है - तकनीक और कला का सहअस्तित्व।

जहाँ एक ओर AI तकनीकी क्रांति ला रहा है, वहीं दूसरी ओर मनोविज्ञान के सिद्धांत फोटोग्राफी व्यवसाय को नई दिशा दे रहे हैं। वेडिंग फोटोग्राफी जैसे अत्यधिक प्रतिस्पर्धी क्षेत्र में 'Mere Exposure Effect' जैसे मनोवैज्ञानिक सिद्धांत व्यवसायिक सफलता की कुंजी साबित हो रहे हैं। 'Mere Exposure Effect' इसके बारे में इस अंक में हमारे सहयोगी विमल परमार जी ने विस्तृत से वर्णन किया है, सभी फोटोग्राफर्स साथियो को इस लेख को अवश्य पढ़ना चाहिए। यह सिद्धांत बताता है कि मनुष्य उन चीजों को पसंद करने लगता है जिनसे वह बार-बार सामना करता है। वेडिंग फोटोग्राफर्स के लिए इसका अर्थ है कि वे अपनी ब्रांड विजिबिलिटी बढ़ाकर संभावित ग्राहकों के मन में अपनी छाप छोड़ सकते हैं।

आधुनिक फोटोग्राफी उद्योग में सफलता के लिए तकनीकी ज्ञान और मानवीय कौशल के बीच सही संतुलन आवश्यक है। AI जहाँ तकनीकी सहायता प्रदान करता है, वहीं मनोविज्ञान के सिद्धांत मानवीय संबंधों को मजबूत बनाने में मदद करते हैं। फोटोग्राफी का भविष्य तकनीक और मानवीय कौशल के समन्वय में निहित है। AI जहाँ एक शक्तिशाली उपकरण है, वहीं मनोविज्ञान के सिद्धांत व्यवसायिक सफलता का मार्ग प्रशस्त करते हैं। आधुनिक फोटोग्राफर को चाहिए कि वह इन दोनों का सही मिश्रण करके न केवल तकनीकी रूप से सक्षम बने बल्कि ग्राहकों के मन में भी अपनी विशेष पहचान बनाए।

फोटोग्राफी का सच्चा सार अभी भी मानवीय संवेदनाओं, रचनात्मकता और कहानी कहने की कला में निहित है। तकनीक केवल एक सहायक उपकरण है, जिसका विवेकपूर्ण उपयोग ही सच्चे कलाकार को सफल बना सकता है।

जब इमेजिंग उद्योग धीरे-धीरे COVID के बाद के संकट से उबर रहा था, तभी अमेरिकी सरकार ने कुछ देशो को छोड़कर लगभग सभी देशों पर भारी टैरिफ लगा दिए हैं। चूंकि कैमरा और इमेजिंग उपकरणों का अधिकांश निर्माण चीन, जापान और वियतनाम में होता है, यह निर्णय पूरे उद्योग के लिए एक बड़ा झटका साबित हो रहा है। इन टैरिफ के कारण इमेजिंग उपकरणों की कीमतें बढ़ने की आशंका है। इससे मांग पर भी नकारात्मक प्रभाव पड़ सकता है। हमें उम्मीद करनी चाहिए कि जल्द ही इस मुद्दे का कोई समझदारी भरा हल निकलेगा और फोटोग्राफी उद्योग एक बार फिर प्रगति के पथ पर अग्रसर होगा।

आपके सुझावों और प्रतिक्रियाओं का हमें सदैव इंतज़ार रहेगा। आइए, साथ मिलकर फोटोग्राफी को एक नई ऊँचाई पर पहुँचाएँ।

आप और आपका परिवार सुखी एवं स्वस्थ रहे, ऐसी ईश्वर से कामना है। फोटोग्राफी से सम्बंधित किसी भी समस्या एवं जानकारी हेतु आप हमें 11 से 7 बजे तक इन दूरभाष 0522-4108575 / 0522-3654971 पर संपर्क कर सकते है।

सुरेंद्र सिंह बिष्ट, सम्पादक

Nikon ने Z5II मिररलेस कैमरा लॉन्च किया

निकॉन ने अपना नया फुल-फ्रेम मिररलेस कैमरा Z5II लॉन्च किया है। यह कैमरा खासतौर पर वीडियोग्राफी और फोटोग्राफी के शौकीनों और प्रोफेशनल के लिए बनाया गया है। इसमें 24.5 MP का सेंसर और EXPEED 7 इंजन है, जिससे शानदार तस्वीरें और तेज ऑटोफोकस मिलता है। साथ ही बेहतरीन वीडियो रिकॉर्डिंग (N-RAW, 4K/60p), तेज ऑटोफोकस और इन-बॉडी इमेज स्टेबिलाइजेशन जैसी खूबियां हैं।

Sony ने FX3 सिनेमा कैमरा का किया अपडेट - FX3a लाया एक छोटा हार्डवेयर बदलाव

Sony ने अपनी FX3 फुल-फ्रेम सिनेमा लाइन कैमरा का एक नया वर्जन FX3a पेश किया है। यह एक माइनर हार्डवेयर चेंज के साथ आया है, जो मौजूदा मैन्युफैक्चरिंग स्टैंडर्ड्स के साथ कंपैटिबिलिटी बनाए रखने के लिए है।

अन्तर्राष्ट्रीय और राष्ट्रीय खबरें

ब्लैकमैजिक डिज़ाइन ने DaVinci Resolve 20 की घोषणा की

ब्लैकमैजिक डिज़ाइन ने DaVinci Resolve 20 का ऐलान किया है, जो एक बड़ा नया अपडेट है। इस नए वर्ज़न में 100 से ज़्यादा नए फ़ीचर्स और AI टूल्स जोड़े गए हैं, जैसेः AI IntelliScript, AI एनिमेटेड सबटाइटल्सए AI मल्टीकैम स्मार्टस्विचए AI ऑडियो असिस्टेंट। इसके अलावा इसमें की-फ्रेम एडिटिंग, वॉइस ओवर के लिए नए टूल्स, मल्टी-लेयर कंपोज़िटिंग, नया ऑप्टिकल फ्लो वेक्टर टूल और Magic Mask व डेप्थ मैप में बड़े अपडेट शामिल हैं। DaVinci Resolve 20 का पब्लिक बीटा वर्जन अब Blackmagic Design की वेबसाइट से डाउनलोड किया जा सकता है।

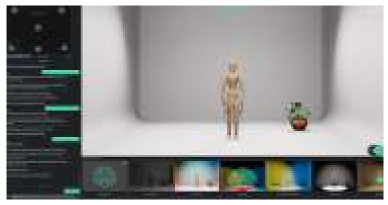
Nikon ने Nikon Zf फुल-फ्रेम मिररलेस कैमरा के लिए नया Firmware Version 2.00 जारी किया

Nikon ने अपनी फुल-फ्रेम / FX-फॉर्मेट मिररलेस कैमरा Nikon Zf के लिए नया Firmware Version 2.00 लॉन्च किया है। Firmware Version 2.00 में यह नई सुविधाएँ शामिल हैं: Nikon Imaging Cloud का सपोर्ट, फोटो को थर्ड पार्टी क्लाउड स्टोरेज पर ऑटोमैटिक ट्रांसफर करने की सुविधा, कैमरे का फर्मवेयर ऑटोमैटिकली अपडेट होने की सुविधा एवं ढेरों क्रिएटिव "Imaging Recipes" तक एक्सेस है।

इंस्टेंट फोटोग्राफी में स्टाइलिश अपडेटः Fujifilm ने लॉन्च किया Instax Mini 41 कैमरा

Fujifilm ने अपना नया Instax Mini 41 इंस्टेंट कैमरा पेश किया है, जो रेट्रो लुक और नए फ़ीचर्स के साथ आता है। कंपनी का कहना है कि यह कैमरा पिछले मॉडल की तुलना में ज्यादा स्टाइलिश डिज़ाइन और बेहतर परफॉर्मेंस के साथ तैयार किया गया है।

स्टूडियो लाइटिंग सीखना अब हुआ आसान - Google ने बनाया फ्री टूल "Learning Light"



फोटोग्राफी में लाइट को कंट्रोल करना एक चुनौती भरा हिस्सा होता है, जिसे समझने में समय लगता है। अब इस काम को आसान बना रहा है Google का नया और बिलकुल फ्री टूल - "Learning Light"। यह टूल Google की नई AI आधारित आर्ट्स एंड कल्चर एक्सपेरिमेंट्स सीरीज़ का हिस्सा है। इसमें आपको मिलेगाः एक AI चैटबॉट और एक वर्चुअल स्टेज, जहाँ आप अलग-अलग लाइट सेटअप्स को लाइव देख और समझ सकते हैं।

OMNIVISION ने लॉन्च किया नया 1-इंच Ultra High Dynamic Range इमेज सेंसर - अब स्मार्टफोन से ही होगी मूवी-ग्रेड वीडियो रिकॉर्डिंग!

OMNIVISION, जो सेमीकंडक्टर टेक्नोलॉजी और डिजिटल इमेजिंग में दुनिया की अग्रणी कंपनियों में से एक है, ने आज अपना नया OV50X CMOS इमेज सेंसर लॉन्च किया है। यह सेंसर खास तौर पर फ्लैगशिप स्मार्टफोन्स के लिए डिज़ाइन किया गया है और इसमें मोबाइल इंडस्ट्री का सबसे ऊंचा डायनामिक रेंज दिया गया है - जो मूवी जैसी क्वालिटी में वीडियो रिकॉर्डिंग को संभव बनाता है।

Viltrox ने लॉन्च किया अपना नया 35mm F1.2 LAB लेंस - जबरदस्त बोकै और शार्पनेस का कॉम्बो

Viltrox ने अपने LAB सीरीज़ का दूसरा फुल-फ्रेम, लार्ज-अपर्चर ऑटोफोकस प्राइम लेंस - AF 35mm F1.2 LAB लॉन्च किया। इसमें F1.2 अपर्चर के साथ अल्ट्रा-हाई रेजोल्यूशन और बेहतरीन बोके, Viltrox की एडवांस ऑप्टिकल टेक्नोलॉजी, प्रोफेशनल लेंस कंट्रोल सिस्टम, कस्टम कलर डिस्प्ले और स्टार्टअप एनीमेशन एवं पोर्ट्रेट्स, स्ट्रीट फोटोग्राफी या नाइटशॉट्स - हर स्टाइल में दमदार परफॉर्मेंस।

TAMRON ने Nikon Z Mount और Canon RF Mount के लिए नया All-In-One Zoom Lens लॉन्च किया

TAMRON ने अपनी नई 18-300mm F/3.5-6.3 Di III-A VC VXD (Model B061) ज़ूम लेंस की घोषणा की है, जो एक ही लेंस में वाइड-एंगल से लेकर अल्ट्रा-टेलीफोटो तक हर फोकल लेंथ कवर करता है। यह Nikon Z और Canon RF माउंट के लिए उपलब्ध है।

Insta360 ने लॉन्च किया X5 : अब तक का सबसे स्मार्ट और मजबूत 360° कैमरा

Insta360 ने अपनी नई X5 360-डिग्री एक्शन कैमरा का अनावरण किया है। पुराने मॉडल के मुकाबले X5 में बड़े सेंसर्स, बेहतर लो-लाइट परफॉर्मेंस और अपग्रेडेड ड्यूरबिलिटी फीचर्स दिए गए हैं। यह बेहतर लो-लाइट परफॉर्मेंस, बड़ा और शक्तिशाली सेंसर और सुपीरियर ड्यूरबिलिटी - अब और भी मजबूत।

Sony ने लॉन्च किया FE 50-150mm F2 GM: दुनिया का पहला टेलीफोटो ज़ूम लेंस

Sony ने अपनी नई FE 50-150mm F2 GM लेंस पेश किया है, जो 150mm की मैक्सिमम फोकल लेंथ और constant F2 अपर्चर के साथ आता है। यह लेंस खासतौर पर वेडिंग, पोर्ट्रेट, इंडोर स्पोर्ट्स, फोटो और वीडियो प्रोफेशनल्स के लिए डिज़ाइन किया गया है।

Samyang और Schneider-Kreuznach ने मिलकर लॉन्च किया नया कॉम्पैक्ट अल्ट्रा-वाइड ज़ूम लेंस Sony के लिए

LK Samyang (दक्षिण कोरिया) और जर्मन ऑप्टिक्स विशेषज्ञ Schneider-Kreuznach ने अपनी पहली को-ब्रांडेड लेंस की घोषणा की हैः AF 14-24mm F2.8 FEA यह लेंस खासतौर पर Sony फुल-फ्रेम मिररलेस कैमरों के लिए डिज़ाइन किया गया है। यह लेंस लैंडस्केप, आर्किटेक्चर, और वाइड-एंगल फोटोग्राफी के शौकिनों के लिए एक बेहतरीन विकल्प है।

Meta ने लॉन्च किया Instagram का नया वीडियो एडिटिंग ऐप "Edits" - TikTok के CapCut से होगी टक्कर!

Instagram ने अपना नया स्टैंडअलोन फ्री वीडियो एडिटिंग ऐप - Edits जारी किया है। यह ऐप पहले इस साल लॉन्च किया गया था, जब TikTok और उसके वीडियो एडिटिंग ऐप CapCut को कुछ समय के लिए US में iOS और Android ऐप स्टोर्स से हटा दिया गया था। Instagram अब अपने वीडियो एडिटिंग टूल्स के जरिए पूरी दुनिया में क्रिएटर्स के लिए और भी ज्यादा पावरफुल बन रहा है।

Adobe Lightroom, Final Cut Pro, DaVinci Resolve, और Figma अब MX Creative Console पर उपलब्ध!

फोटोग्राफर्स, वीडियोग्राफर्स और डिज़ाइनर्स के लिए एक खुशखबरी! अब MX Creative Console में Logi Marketplace पर नया सॉफ़्टवेयर अपडेट उपलब्ध है, जिसमें नई और पावरफुल इंटेग्रेशन्स और फंक्शनलिटी शामिल हैं। इसमें Final Cut Pro और Adobe Lightroom के लिए एक्सपैंडेड इंटीग्रेशन और DaVinci Resolve, Figma, और Affinity Photo के लिए नए प्लगइन्स हैं।

STUDIO NEWS
लखनऊ, मंगलवार, 6 मई 2025 से 5 जून 2025

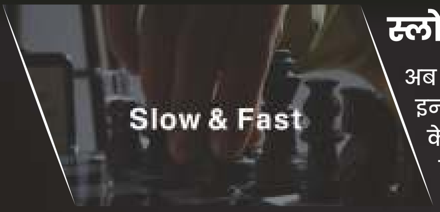
शटर को क्लिक करने से बेहतर है लोगों के साथ क्लिक किया जाए - अल्फ्रेड

Canon
Delighting You Always

सिनेमा-ग्रेड कैमरा
केवल क्रिएटर्स के लिए

Canon EOS R50V सिर्फ एक कैमरा नहीं है – ये एक पावरफुल टूल है, खास तौर पर क्रिएटर्स के लिए बनाया गया है। यह कंटेंट बनाने वालों, कहानी सुनाने वालों और विज़ुअल आर्टिस्ट्स के लिए डिज़ाइन किया गया है। इसका कॉम्पैक्ट साइज होने के बावजूद ये प्रोफेशनल क्वालिटी की वीडियो देता है। चाहे आप चलते-फिरते शूट कर रहे हों या कोई पूरा प्रोडक्शन सेटअप बना रहे हों, R50V आपको सिनेमा जैसा कंट्रोल और क्रिएटिव फ्रीडम देता है।

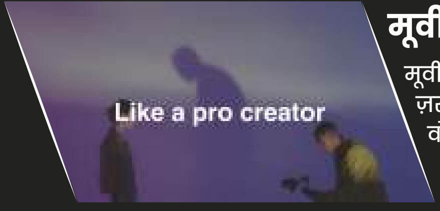
14 कलर फ़िल्टर्स
अपने स्टाइल को दिखाइए 14 इनबिल्ट क्रिएटिव फ़िल्टर्स के साथ। चाहे आपको गहरे और भावुक रंग चाहिए या चमकदार और ज़िंदादिल शेड्स, इन फ़िल्टर्स से आप बिना किसी LUTS या प्रीसेट के तुरंत अपना विज़ुअल टोन सेट कर सकते हैं।



स्लो-मो और फास्ट-मो
अब अपनी कहानी की रफ्तार आप तय कीजिए – इनबिल्ट स्लो मोशन और फास्ट मोशन कंट्रोल्स के साथ। इमोशंस को उभारना हो या एनर्जी भरनी हो – फ्रेम दर फ्रेम टेम्पो बदलना अब आसान है।

स्मूद मूवी-AF
अब फोकस वहीं रहेगा जहाँ ज़रूरी है। स्मूद मूवी ऑटोफोकस आपके सब्जेक्ट को क्लियर और शार्प बनाए रखता है, चाहे मूवमेंट हो रहा हो, फिर भी हर फ्रेम एकदम स्थिर और साफ़ दिखेगा।

कैनन लॉग 3
पोस्ट-प्रोडक्शन में पाएं ज़्यादा क्रिएटिव आज़ादी। Canon Log 3 के साथ आपको वाइड डायनामिक रेंज, बेहतरीन हाईलाइट डिटेल और प्रोफेशनल कलर ग्रेडिंग की सुविधा।



मूवी मोड डायल
मूवी मोड डायल से क्रिएटर्स को शूटिंग स्टाइल और ज़रूरी सेटिंग्स तक सीधा एक्सेस मिलता है, जिससे वो हर पल को तुरंत कैप्चर कर सकें।

रिच टोन 4:2:2 10-बिट
हर रंग को गहराई, सूक्ष्मता और परफेक्शन के साथ कैप्चर करें। EOS R50V 4:2:2 10-बिट में रिकॉर्ड कर सकता है, जिससे ग्रेडिएंट स्मूद होते हैं, एडिटिंग साफ होती है और हर वीडियो आपके विज़न को खूबसूरती से दर्शाता है।

मल्टी-कैम लाइव स्ट्रीमिंग
अपने सेटअप को एक लाइव स्टूडियो में बदल दीजिए। मल्टी-कैम लाइव स्ट्रीमिंग की मदद से आप आसानी से कैमरा एंगल और डिवाइस स्विच कर सकते हैं — और रियल टाइम में ब्रॉडकास्ट-क्वालिटी कंटेंट बना सकते हैं।

एक्सक्लूसिव लेंस किट
हर मास्टरपीस की शुरुआत एक सही लेंस से होती है। EOS R50V एक ख़ास लेंस किट के साथ आता है, जो पावर ज़ूम की सुविधा देता है, इससे परफॉर्मेंस और बेहतर बनाता है – हर फ्रेम में शार्पनेस, फ्लेक्सिबिलिटी और क्रिएटिव कंट्रोल के साथ।

अधिक जानकारी के लिए in.canon पर जाएं।

शार्पनेस (Sharpness)

अभिनीत मोहन सेठ
चाइल्ड फोटोग्राफर

साफ्ट इमेज

शार्प इमेज

नमस्कार दोस्तों। हमने पिछले टॉपिक में फोकसिंग के बारे में बताया था। चलिए एक छोटा और क्विक रिकैप लेते हैं। फोकसिंग एक बहुत ही आवश्यक और जरूरी पार्ट हैं फोटोग्राफी और कैमरे का। किसी भी फोटोग्राफी के लिए एक अच्छी बैलेंस्ड फोकस्ड और शार्पड इमेज अचीव करना ही सबसे टफ पार्ट होता है। बेसिकली फोकसिंग का मतलब है कि जब आप अपने लेंस को प्रॉपर एडजस्ट करते हैं किसी भी सब्जेक्ट को फुल्ली शार्पन, कन्ट्रास्टड और एकदम एक्यूरेट रिज़ॉल्यूशन के लिए। फोटोग्राफी में दो तरह की फोकसिंग होती हैं

1 मैन्युअल फोकसिंग Manual Focus (MF)

2 आटोमेटिक फोकसिंग Auto Focus (AF)

आइये चलते है इस बार के अपने नए टॉपिक "sharpness" को समझते हैं। फोटोग्राफी में शार्पनेस काफी इम्पोर्टेन्ट रोले प्ले करती हैं, क्यूंकि एक शार्प इमेज ही सब्जेक्ट्स की डिटेल्स को क्लियर दिखाती है और फोटो का इम्पैक्ट बदलती है। शार्पनेस का मतलब होता है कि इमेज में सब्जेक्ट के एजेज क्लियर हो, डिटेल्स क्रिस्प हो और ब्लर्र या सॉफ्टनेस न हो। शार्पनेस एक बहुत इम्पोर्टेन्ट पार्ट है किसी भी फोटोग्राफी सेशन का। अगर आपकी फोटो शार्प नहीं हुई तो उसमें फील तो बिलकुल आ ही नहीं सकता। जो इमेज शार्प नहीं होती उसे देखने में कोई मजा नहीं आता। ब्लर्र फोटोज आखिर किस काम की होती है। वैसे शार्पनेस का मतलब समझा जाए तो कितने फाइन तरीके से आपके फोटोज में डिटेल्स कैप्चर हुई है उसी को शार्पनेस कहेंगे। कुछ इम्पोर्टेन्ट फैक्टर्स है जो शार्पनेस पर इफ़ेक्ट डालते हैं :

- **सेंसर का रिसोल्यूशन**
- **लेंस टाइप**
- **फोटोग्राफी बेसिक्स - अपर्चर, शटर, आईएसओ**
- **पोस्ट प्रोसेसिंग**

फोटोग्राफी में शार्पनेस् का क्या रोल हैं। फोटोग्राफी में शार्पनेस का रोल है :

- डिटेल्स का एक्यूरेट कैप्चर होना :

शार्प इमेज सब्जेक्ट की फाइन डिटेल्स जैसे टेक्सचर या पैटर्न को एक्यूरेटली कैप्चर करती हैं।

- प्रोफेशनल लुक :

एक शार्प फोटो ज्यादा प्रोफेशनल या हाई क्वालिटी की लगती है। ये ज्यादातर commercial, पोर्ट्रेट या प्रोडक्ट फोटोग्राफी में इम्पोर्टेन्ट होता है।

- एडिटिंग और प्रिंटिंग में हेल्प :

शार्प इमेजेस को क्रॉप या एंलार्ज करने में उसकी क्वालिटी बनी रहती है जबकि सॉफ्ट इमेजेज जूम करने पर फट जाती है।

शार्पनेस कैसे अचीव की जाए :

- एक्यूरेट फोकस :

ऑटो फोकसिंग या मैन्युअल फोकसिंग का यूज़ करते हुए सही पॉइंट पर फोकस करना जरूरी है। अगर आपको सही पॉइंट पर फोकस करना आ गया तो आपकी इमेज में शार्पनेस एकदम परफेक्ट आएगी। अगर आप पोर्ट्रेट शूट कर रहे हैं तो इस बात का ध्यान रखें कि आपका फोकस पर्सन की आँखों में होना चाहिए ताकि आपको क्लियर और शार्प इमेज अचीव हो। वहीं अगर आप लैंडस्केप शूट कर रहे हैं तो आपका फोकस मिड फ्रेम पर किसी जगह पर या फिर इंफिनिटी पर होना चाहिए ताकि आपको शार्पेस्ट लैंडस्केप इमेज अचीव हो।

- ट्राइपॉड का यूज़ :

ट्राइपॉड फोटोग्राफी में इस्तेमाल होने वाला एक बेहतरीन इक्विपमेंट है। यह सबके पास होना चाहिए और सबको यूज़ करना चाहिए। ट्राइपॉड के इस्तेमाल से आपको बड़ी ही बैलेंस फोटो मिल जाती है। कैमरा क्लिक करते वक़्त तो कैमरा शेक प्रोडूस होता है उससे भी प्रिवेंशन होता है साथ ही जब आप लो लाइट सिचुएशन में फोटोग्राफी करते हैं या फिर आपको इंटेंशनली अगर फोटो को ब्लर्र करना होता है तो ट्राइपॉड का यूज़ होता है जिससे अत्यधिक शार्प इमेज निकल कर आती है।

- शटर स्पीड :

आपको फोटो ब्लर्र होने से बचने के लिए शटर स्पीड का भी ध्यान रखना पड़ता है। अगर आप बिना ट्राइपॉड के शूट कर रहे हैं तो आपके शटर की स्पीड कम से कम लेंस के फोकल लेंथ जितनी होनी चाहिए। मतलब यह कि अगर आप 50 mm लेंस का उपयोग कर रहे हैं तो आपकी शटर स्पीड 1/50 से. तो होनी ही चाहिए या फिर उससे ऊपर होनी चाहिए। फ़ास्ट मूविंग सब्जेक्ट्स के लिए हाई शटर स्पीड चाहिए होती है।

अपर्चर :

लेन्सेस में मैक्सिमम शार्पनेस के लिए एक स्वीट स्पॉट होता है। हर लेंस का अपना एक स्वीट स्पॉट होता है जिस पर आपको मैक्सिमम शार्पनेस मिलती है। ज्यादातर f/5.6 से f/8 के बीच ही स्वीट स्पॉट मिलता है। लेंस अब्रेशन्स या डिफ्रैक्शंस के चलते बहुत ज्यादा वाइड या नैरो अपर्चर पर इमेज थोड़ी सॉफ्ट हो सकती है।

आईएसओ :

अगर लो लाइट सिचुएशन में आप शूट करते हैं तो आपको आईएसओ की वैल्यू बढ़ानी पड़ती है। आईएसओ की वैल्यू जैसे-जैसे बढ़ाएंगे वैसे-वैसे आपके इमेज की शार्पनेस कम होने लगती है क्योंकि नॉइज़ बढ़ने लगती है। जैसे-जैसे नॉइज़ बढ़ेगी वैसे-वैसे फोटो दिखने में ख़राब होने लगती है।

तो दोस्तों इस अंक में इतना ही उम्मीद है आप लोगों को इस बार का आर्टिकल भी पसंद आया होगा अपना बहुत ख्याल रखें। बाए।

द जर्मन सोसाइटी फॉर नेचर फोटोग्राफी - 2025

Overall Winner: "Dipper flying through waterfall" *by Konrad Wothe*

Runner-up, Birds: "Common redstarts in meadow orchard" *by Christian Höfs*

Winner, Other Animals: "West coast dragon" by *Dr. Gerald Haas*

Winner, Nature's Studio: "Abstraction" *by Katja Manski*

Winner, Special Category, Both eerie and beautiful - Germany's mires: "Misty morning" *by Andreas Volz*

SIGMA

CONTEMPORARY
16–300mm F3.5–6.7
DC OS

महान विभूतियाँ

हेल्मट न्यूटन
(31 अक्टूबर 1920 - 23 जनवरी 2004)

हेल्मुट न्यूटन

हेल्मट न्यूटन एक जर्मन-ऑस्ट्रेलियाई फ़ोटोग्राफ़र थे। न्यूयॉर्क टाइम्स ने उन्हें एक "ऐसे फैशन फोटोग्राफर जिनकी तस्वीरों की बहुत लोग नकल करते थे" के रूप में वर्णित किया, जिनकी उत्तेजक और कामुकता से भरी ब्लैक एण्ड व्हाइट तस्वीरें वोग और अन्य पत्रिकाओं की प्रमुख विशेषता थीं।

न्यूटन का जन्म बर्लिन में हुआ था। उनकी मां का नाम क्लारा "क्लेयर" और पिता का नाम मैक्स न्यूस्टैड्टर था, जो बटन बनाने की फैक्ट्री के मालिक थे। उनका परिवार यहूदी था। न्यूटन ने बर्लिन के अमेरिकन स्कूल में पढ़ाई की। उन्हें फोटोग्राफी में रूचि 12 साल की उम्र से ही हो गई थी, जब उन्होंने अपना पहला कैमरा खरीदा। 1936 से उन्होंने जर्मन फोटोग्राफर ईवा (एल्सी सायमोन) के साथ काम करना शुरू किया।

9 नवम्बर 1938 को क्रिस्टलनाख्ट (यहूदियों के खिलाफ हिंसा की एक बड़ी रात) के दौरान न्यूटन के पिता को थोड़े समय के लिए एक यातना शिविर (कॉन्सेंट्रेशन कैंप) में बंद कर दिया गया था। इस घटना ने आखिरकार उनके परिवार को जर्मनी छोड़ने के लिए मजबूर कर दिया। न्यूटन के माता-पिता अर्जेंटीना चले गए। न्यूटन को 18 साल की उम्र पूरी करने के तुरंत बाद पासपोर्ट मिला, और उन्होंने 1938 में जर्मनी छोड़ दिया। वे करीब 200 अन्य लोगों के साथ नाज़ियों से बचने के लिए चीन जाने की योजना में थे। लेकिन जब वे सिंगापुर पहुँचे, तो उन्हें वहाँ रूकने की अनुमति मिल गई। पहले उन्होंने कुछ समय The Straits Times अख़बार के लिए फोटोग्राफर के रूप में काम किया, और फिर एक पोर्ट्रेट फोटोग्राफर के रूप में काम करने लगे।

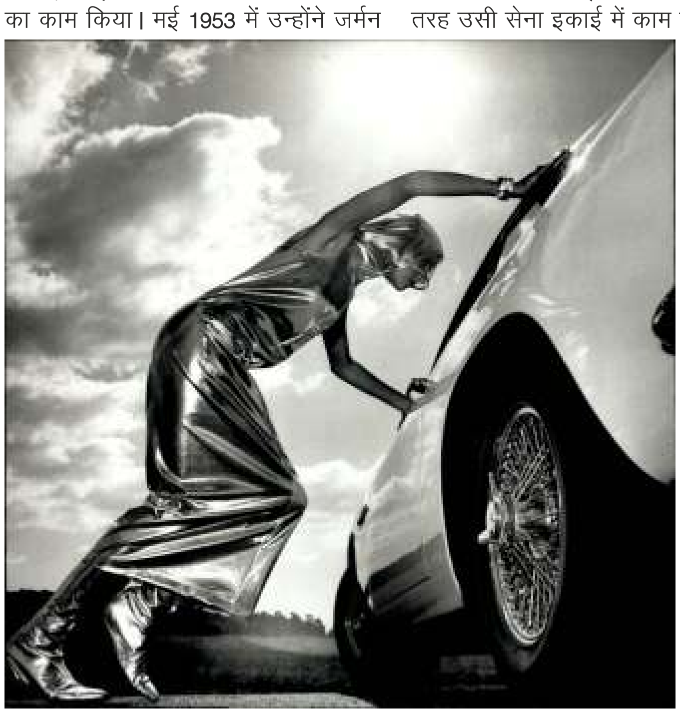
सिंगापुर में रहने के दौरान न्यूटन को ब्रिटिश अधिकारियों ने बंदी बना लिया और उन्हें ऑस्ट्रेलिया भेज दिया गया। वे 27 सितंबर 1940 को सिडनी पहुँचे। अगस्त 1942 में उन्होंने ऑस्ट्रेलियाई सेना में भर्ती ली और वहाँ ट्रक ड्राइवर के रूप में काम किया। 1945 में युद्ध खत्म होने के बाद वे ब्रिटिश नागरिक बन गए और 1946 में अपना नाम बदलकर "न्यूटन" रख लिया।

1948 में न्यूटन ने अभिनेत्री जून ब्राउन से शादी की, जो बाद में एक सफल फ़ोटोग्राफ़र बनीं। 1946 में न्यूटन ने मेलबर्न के प्रसिद्ध फ़्लिंडर्स लेन में अपना स्टूडियो

STUDIO NEWS
लखनऊ, मंगलवार, 6 मई 2025 से 5 जून 2025

जब लोग मुझसे पूछते हैं मैं कौन सा उपकरण प्रयोग करता हूँ, मैं कहता हूँ - अपनी आंखें। - अनजान

खोला और युद्ध के बाद के समृद्ध वर्षों में फैशन, थिएटर और औद्योगिक फोटोग्राफी का काम किया। मई 1953 में उन्होंने जर्मन शरणार्थी वोल्फगैंग सीवर्स के साथ अपनी पहली प्रदर्शनी लगाई। सीवर्स भी न्यूटन की तरह उसी सेना इकाई में काम कर चुके थे। यह प्रदर्शनी, "New Visions in Photography", कॉलिन्स स्ट्रीट के फेडरल होटल में लगाई गई थी और संभवतः यह

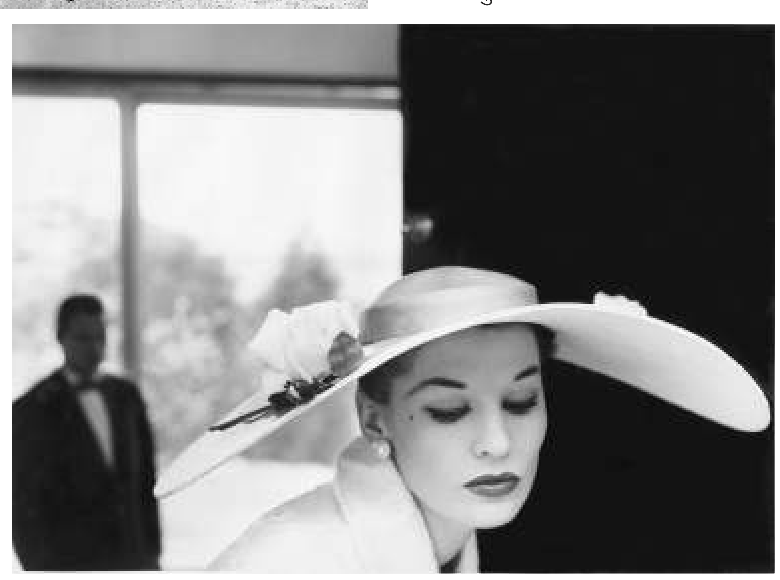


ऑस्ट्रेलिया में न्यू ऑब्जेक्टिविटी फोटोग्राफी की पहली सार्वजनिक प्रस्तुति थी। बाद में न्यूटन ने हेनरी टैलबोट के साथ साझेदारी की, जो एक अन्य जर्मन यहूदी थे और जिन्हें भी टैटूरा में बंदी बनाया गया था। न्यूटन के 1957 में लंदन चले जाने के बाद भी यह साझेदारी जारी रही, और स्टूडियो का नाम रखा गया : "Helmut Newton and Henry Talbot"।

फैशन फ़ोटोग्राफ़र के रूप में न्यूटन की बढ़ती प्रतिष्ठा तब और मजबूत हुई जब उन्हें वोग मैगज़ीन के लिए एक विशेष ऑस्ट्रेलियाई परिशिष्ट में फैशन फ़ोटोग्राफी करने का काम मिला, जो जनवरी 1956 में प्रकाशित हुआ था। इसके बाद उन्हें ब्रिटिश वोग के साथ 12 महीने का कॉन्ट्रैक्ट मिला, और वे फरवरी 1957 में लंदन चले गए। उन्होंने व्यवसाय की जिम्मेदारी हेनरी टैलबोट को सौंप दी। हालांकि, न्यूटन ने कॉन्ट्रैक्ट पूरा होने से पहले ही ब्रिटिश वोग छोड़ दिया और पेरिस चले गए, जहाँ उन्होंने फ्रेंच और जर्मन पत्रिकाओं के लिए काम किया। मार्च 1959 में वे मेलबर्न लौटे और ऑस्ट्रेलियन वोग के साथ एक नए कॉन्ट्रैक्ट पर काम शुरू किया।

न्यूटन और उनकी पत्नी ने अंततः 1961 में पेरिस में बसने का निर्णय लिया, और वहाँ उनका फैशन फ़ोटोग्राफ़र के रूप में काम जारी रहा। उनकी तस्वीरें फ्रेंच वोग और हार्पर्स बाज़ार जैसी प्रसिद्ध पत्रिकाओं में प्रकाशित होती रहीं।

अपने जीवन के अंतिम वर्षों में न्यूटन मोंटे कार्लो और लॉस एंजेलिस (कैलिफ़ोर्निया) में रहे। 23 जनवरी 2004 को, ड्राइविंग करते समय उन्हें गंभीर दिल का दौरा पड़ा। उन्हें तुरंत सीडर्स-सिनाई मेडिकल सेंटर ले जाया गया, लेकिन डॉक्टर उन्हें नहीं बचा सके और उन्हें मृत घोषित कर दिया गया। उनकी अस्थियाँ बर्लिन के Städtischer Friedhof III कब्रिस्तान में रखी हुई हैं।



अनिल रिसाल सिंह
MFIAP (France), ARPS (Great Britain), Hon.FIP (India), Hon.LCC (India), FFIP (India), AIIPC (India), Hon.FSoF (India), Hon.FPAC (India), Hon.TPAS (India), Hon.FSAP (India), Hon.FICS (USA), Hon.PSGSPC (Cyprus), Hon.FPSNJ (America), Hon. Master-TPAS (India), Hon. Master-SAP (India), Hon.FWPAI (India), Hon.FGGC (India), Hon.GA-PSGSPC (Cyprus)
पूर्व अध्यक्ष, फेडरेशन ऑफ इण्डियन फोटोग्राफी

झारखण्ड इमेजिंग एक्स्पो, रांची (8-10 अप्रैल 2025)

वर्कशाप एवं अन्य कार्यक्रम

10 अप्रैल 2025 को लखनऊ में कैनन द्वारा आयोजित प्री-वेडिंग फोटोग्राफी एवं सिनेमैटोग्राफी वर्कशाप का आयोजन किया।

10 अप्रैल 2025 को वाराणसी में फुजीफिल्म द्वारा फोटोग्राफी वर्कशाप का आयोजन किया।

जमशेदपुर में 12 अप्रैल 2025 को फोटोग्राफर सोसायटी आफ झारखंड की ओर से एकदिवसीय डिस्प्ले मेला का आयोजन किया गया

काठमांडू, 11 अप्रैल - नव वर्ष 2082 के अवसर पर काठमांडू फोटोग्राफ़र्स एसोसिएशन (KPA) ने एक भव्य शुभकामना आदान-प्रदान, चाय सत्कार और KPA कैलेंडर 2082 के विमोचन कार्यक्रम का सफल आयोजन किया।

14 अप्रैल 2025 को हरदोई में हरदोई फोटोग्राफर्स द्वारा पहलगाम (कश्मीर) में जघन्य सामूहिक हत्याकांड के विरोध में कैंडिल मार्च एवं श्रद्धांजलि सभा

STUDIO NEWS
लखनऊ, मंगलवार, 6 मई 2025 से 5 जून 2025

फोटोग्राफी को कहानी के साथ एकीकृत करना जरूरी है। -जेम्सी वॉन्गक होव

अपने वेडिंग फ़ोटोग्राफ़ी व्यवसाय को बढ़ावा देने के लिए "Mere Exposure Effect" का लाभ उठाएँ

Mere Exposure Effect को हिंदी में सही और प्रचलित शब्द **"निरंतर संपर्क प्रभाव"** या **"बार-बार दिखाई देने का प्रभाव"** कहा जा सकता है। यह प्रभाव बताता है कि **"जितनी बार कोई व्यक्ति किसी चीज़ (ब्रांड, व्यक्ति, वस्तु) को देखता या सुनता है, उतना ही उसे वह पसंद या परिचित लगने लगता है।"**

जहाँ कनेक्शन, भरोसा और पहचान सब कुछ है, वहाँ प्रोफेशनल वेडिंग फोटोग्राफर "Mere Exposure Effect" का सहारा लेकर बड़ा फायदा उठा सकते हैं। इस मनोवैज्ञानिक सिद्धांत के अनुसार, जब लोग बार-बार आपकी ब्रांड को देखते हैं, तो वे बिना जाने ही उसे ज्यादा पसंद करने और उस पर भरोसा करने लगते हैं। अगर आप लगातार ऑनलाइन दिखते रहेंगे, सही पार्टनरशिप बनाएंगे और अपने कम्युनिटी के साथ जुड़े रहेंगे, तो आप धीरे-धीरे ऐसा अपनापन बना सकते हैं जो असली बिज़नेस ग्रोथ लाएगा। सादा फॉर्मूला यही है: दिखो, याद रहो, चुने जाओ। जब आप यादगार पलों को कैमरे में कैद करने पर फोकस करेंगे, तब मनोविज्ञान चुपचाप अपना असर दिखाएगा।

प्रस्तावना

वेडिंग फोटोग्राफी की दुनिया में आज के समय में अलग दिखना और लगातार नए क्लाइंट्स को आकर्षित करना एक बड़ा चैलेंज बन गया है। जब हर तरफ कई फोटोग्राफर एक जैसी सर्विस दे रहे हों, तो सिर्फ टैलेंट या दाम ही आपको अलग नहीं बना सकते - यहाँ साइकोलॉजी भी बड़ी भूमिका निभा सकती है। एक बहुत ही ताकतवर मनोवैज्ञानिक सिद्धांत है - रॉबर्ट ज़ायॉन्स का "Mere Exposure Effect"। इस सिद्धांत के मुताबिक, लोग उन चीज़ों को ज़्यादा पसंद करने लगते हैं जिन्हें वे बार-बार देखते हैं या जिनसे वे बार-बार मिलते हैं, भले ही शुरूआत में कोई खास भावना न रही हो।

अगर आप इस सिद्धांत को सही तरीके से अपनी मार्केटिंग और ब्रांडिंग में अपनाते हैं, तो आप अपनी पहचान बढ़ा सकते हैं, संभावित क्लाइंट्स का भरोसा जीत सकते हैं और अपना बिज़नेस तेजी से बढ़ा सकते हैं। एक ऐसी इंडस्ट्री में जहाँ भरोसा, भावनाएँ और खूबसूरती सबसे अहम हैं, वहाँ "Mere Exposure Effect" आपके सबसे कीमती बिज़नेस टूल्स में से एक बन सकता है।

"Mere Exposure Effect" को समझना

1960 के दशक में मनोवैज्ञानिक रॉबर्ट ज़ायॉन्स द्वारा सबसे पहले स्टडी किया गया "Mere Exposure Effect" एक ऐसा मनोवैज्ञानिक अनुभव है, जिसमें लोग उन चीज़ों को ज़्यादा पसंद करने लगते हैं जिन्हें वे बार-बार देखते हैं या जिनसे वे बार-बार मिलते हैं। बार-बार दिखने से अपनापन और पसंद बढ़ती है। यह असर हमारे अवचेतन (सबकॉन्शियस) मन में काम करता है, यानी लोग खुद नहीं जानते कि क्यों उन्हें आपके नाम या आपके काम को देखकर एक अपनापन या भरोसा महसूस होता है - बस ऐसा होता है।

वेडिंग फोटोग्राफरों के लिए इसका मतलब यह है कि जितनी बार कोई कपल आपका काम देखेगा, आपका नाम सुनेगा या आपकी ब्रांड से जुड़ेगा, उतनी ही ज़्यादा संभावना होगी कि वे आपको पसंद करें और आखिरकार आपको फोटोग्राफी के लिये नियुक्त करे। सबसे खास बात यह है कि यह असर सिर्फ क्लाइंट्स पर ही नहीं, बल्कि दूसरे वेडिंग वेंडर्स, वेन्यू मैनेजर्स और वेडिंग प्लानर्स पर भी होता है - यानी उन सभी पर जो आपको काम दिला सकते हैं या आपके साथ सहयोग कर सकते हैं।

वेडिंग फोटोग्राफी में "Mere Exposure Effect" को कैसे अपनाएँ

1. लगातार ऑनलाइन मौजूदगी बनाए रखें

आज के डिजिटल दौर में आपकी पहली छाप ज्यादातर ऑनलाइन ही बनती है। अगर आप अपने ऑनलाइन प्लेटफॉर्म्स (जैसे इंस्टाग्राम, फेसबुक, वेबसाइट) को लगातार अपडेट करते रहेंगे, तो आप अपने लक्षित दर्शकों के सामने बार-बार नजर आएंगे। यह लगातार दिखना धीरे-धीरे आपके लिए अपनापन और फिर भरोसा तैयार करता है।

- **सोशल मीडिया :** Instagram, Facebook, LinkedIn और अगर आपकी ब्रांड के हिसाब से फिट बैठता है तो WhatsApp स्टेटस पर भी रेगुलर पोस्ट करें। फोकस रखें विजुअल स्टोरीटेलिंग पर - यानी सिर्फ बेहतरीन वेडिंग फोटोज़ ही नहीं, बल्कि बीहाइंड द सीन (परदे के पीछे के) पल, छोटे-छोटे रील्स, क्लाइंट्स के फीडबैक और आपके पर्सनल टच भी शेयर करें। अपनी प्रोसेस को भी दिखाइए - जैसे अचानक बारिश आ जाए तो आप कैसे हैंडल करते हैं, नर्वस दूल्हा-दुल्हन को कैसे शांत करते हैं, या कैसे एक इमोशनल विदाई के पल को पकड़ते हैं। लोकेशन-बेस्ड और वेडिंग से जुड़े हैशटैग्स का इस्तेमाल करें ताकि लोग आपको आसानी से ढूंढ सकें। और सबसे ज़रूरी बात - लोगों से जुड़ाव बनाएं रखें, कमेंट्स का जवाब दें, फॉलोअर्स की स्टोरीज पर रिएक्ट करें और दूसरे वेडिंग वेंडर्स को भी सपोर्ट करें।
- **वेबसाइट और ब्लॉग:** आपकी वेबसाइट सिर्फ एक पोर्टफोलियो नहीं, बल्कि आपका डिजिटल स्टोरफ्रंट है। हमेशा अपनी गैलरी को लेटेस्ट काम से अपडेट करते रहें। हर वेडिंग शूट (जहाँ क्लाइंट से परमिशन ली गई हो) पर एक डीटेल्ड ब्लॉग पोस्ट लिखें। उसमें वेन्यू, कपल की लव स्टोरी, आपका क्रिएटिव अप्रोच, और वो टेक्निकल चैलेंज भी शेयर करें जो आपने शूट के दौरान संभाले। ये ब्लॉग पोस्ट न सिर्फ आपके SEO (सर्च इंजन ऑप्टिमाइज़ेशन) को मजबूत बनाते हैं, बल्कि कपल्स जब बार-बार आपकी साइट पर लौटते हैं या दूसरों के साथ आपकी पोस्ट शेयर करते हैं, तो इससे आपकी मौजूदगी बार-बार नजर आने लगती है।

2. ईमेल मार्केटिंग:

ईमेल आपके ग्राहकों तक पहुँचने का एक सीधा और बेहद असरदार तरीका है। यह अब भी सबसे अच्छा रिटर्न ऑन इन्वेस्टमेंट (ROI) देने वाले मार्केटिंग चैनलों में से एक है। ईमेल के ज़रिए आप लोगों के दिमाग में बने रह सकते हैं, भले ही वे तुरंत बुकिंग करने के मूड में न हों।

- **न्यूज़लेटर:** एक आकर्षक मासिक या द्वि-मासिक न्यूज़लेटर बनाएँ। हाल ही में हुई शादियों की जानकारी साझा करें, विक्रेता सहयोग को हाइलाइट करें, योजना बनाने के सुझाव दें और यहाँ तक कि व्यक्तिगत कहानियाँ भी शामिल करें जो आपके व्यक्तित्व को दर्शाती हों। "फोटो ऑफ द मंथ" या क्लाइंट प्रशंसापत्र शामिल करें।
- **लगातार सम्पर्क में रहने की प्रक्रिया :** जब कोई आपकी सेवाओं के बारे में पूछताछ करता है, तो उसे अनदेखा न करें। एक फॉलो-अप ईमेल सीक्वेंस सेट करें जो उन्हें निर्णय लेने के लिए धीरे-धीरे प्रेरित करे। आप एक निःशुल्क डाउनलोड करने योग्य विवाह फ़ोटोग्राफ़ी चेकलिस्ट, क्लाइंट प्रशंसापत्र या सीमित समय के लिए ऑफ़र भी शामिल कर सकते हैं। इसका मकसद यह है कि आप बिना किसी दखल के, लगातार उनके दिमाग में बने रहें।

3. नेटवर्किंग और रणनीतिक साझेदारियां

वेडिंग इंडस्ट्री रिश्तों पर आधारित होती है। दूसरे वेंडर्स के साथ सच्चे और मजबूत कनेक्शन बनाने से ना सिर्फ आपका प्रोफेशनल सर्कल और मजबूत होता है, बल्कि क्रॉस-प्रोमोशन के जरिए आपकी पहचान भी काफी बढ़ जाती है।

- **वेन्डर पार्टनरशिप्स:** वेडिंग प्लानर्स, फूल विक्रेताओं, मेकअप आर्टिस्ट्स, डेकोरेटर, DJs, और ब्राइडल बुटिक्स (जो खासतौर पर शादी से जुड़े कपड़े और एक्सेसरीज़ बेचते हैं) से संपर्क करना सुनिश्चित करें। उनसे यह ऑफर करें कि आप उनके सेटअप्स की फोटोग्राफी करें या साथ में किसी प्रोजेक्ट पर काम करें। ये तस्वीरें मार्केटिंग के लिए आप दोनों के लिए फायदेमंद हो सकती हैं और अक्सर इससे लॉन्ग-टर्म रेफरल नेटवर्क बनते हैं।
- **स्टाइल्ड शूट्स:** स्टाइल्ड शूट्स में भाग लेना या इन्हें आयोजित करना रिश्ते बनाने और खूबसूरत, क्यूरेटेड कंटेंट क्रिएट करने का बेहतरीन तरीका है। यह शूट्स अक्सर वेडिंग ब्लॉग्स या मैगज़ीन में फीचर्ड होते हैं, जिससे आपकी पहचान और बढ़ती है। हमेशा सभी वेन्डर्स को टैग और क्रेडिट दें जो इस शूट में शामिल हों - हर एक उल्लेख आपके एक्सपोजर को बढ़ाता है।
- **पसंदीदा वेन्डर सूची :** लोकप्रिय स्थानों द्वारा अनुशंसित फ़ोटोग्राफ़र के रूप में सूचीबद्ध होने का लक्ष्य रखें। कपल्स अक्सर अपने स्थान के सुझाए हुए वेन्डर्स पर भरोसा करते हैं, और यह सूची पूरे वर्ष में वास्तविक और बार-बार आपको काम दिला सकती है।

4. ग्राहक रेफरल और प्रशंसापत्र

मुंह से मुंह का प्रचार (Word-of-mouth) अब भी सबसे पावरफुल मार्केटिंग टूल है, और Mere Exposure Effect इसे और भी ज्यादा प्रभावी बना देता है। किसी दोस्त का वेडिंग एल्बम या पुराने क्लाइंट से आई एक शानदार इंस्टाग्राम स्टोरी भविष्य में बुकिंग्स के लिए एक अवचेतन (सबकॉन्शियस) प्रेरणा बन सकती है।

- **रेफ़रल कार्यक्रम :** एक संरचित रेफ़रल प्रोत्साहन (इंसेंटिव) शुरू करें। उदाहरण के लिए, भविष्य के पारिवारिक शूट पर एक छोटी सी छूट या फ्रेमयुक्त प्रिंट की पेशकश करें यदि कोई क्लाइंट किसी ऐसे व्यक्ति को संदर्भित करता है जो एक पूर्ण विवाह पैकेज बुक करता है। ये छोटे इशारे क्लाइंट को आपकी सेवाओं को सक्रिय रूप से बढ़ावा देने के लिए प्रोत्साहित करते हैं।
- **प्रशंसापत्र और समीक्षाएँ :** अपनी वेबसाइट, सोशल मीडिया प्रोफाइल्स, और यहां तक कि प्रिंटेड ब्रॉशर्स पर प्रशंसापत्र को प्रमुखता से प्रदर्शित करें। आप छोटे वीडियो प्रशंसापत्र भी बना सकते हैं या क्लाइंट की वेडिंग से भावनात्मक तस्वीरों के साथ उनके कोट्स को जोड़ सकते हैं, ताकि सच्चाई और यादगारता को बढ़ावा मिले।

5. सामुदायिक भागीदारी और सार्वजनिक सहभागिता

लोग उन लोगों के साथ व्यापार करना पसंद करते हैं जो उनके समुदायों में मौजूद और दृश्यमान हैं। स्थानीय स्तर पर जुड़कर, आप अपनेपन और विश्वास की भावना पैदा करते हैं, जो Mere Exposure Effect को और मजबूत करता है।

- **सामुदायिक कार्यक्रम :** स्थानीय कार्यक्रमों, चैरिटी फंडरेज़र या त्यौहारों के लिए अपनी फ़ोटोग्राफ़ी सेवाएँ स्वैच्छिक रूप से दें। हालाँकि इससे सीधे तौर पर शादी की बुकिंग नहीं होती, लेकिन इससे सद्भावना और दृश्यता बढ़ती है। फ़ोटोग्राफ़र चुनने का समय आने पर उपस्थित लोग आपका नाम याद रख सकते हैं।
- **कार्यशालाएँ और सार्वजनिक भाषण :** नए फोटोग्राफरों के लिए फोटोग्राफी कार्यशालाएँ आयोजित करें या वेडिंग प्रदर्शनी, स्कूल के कार्यक्रमों या रचनात्मक मंचों पर बोलें। सार्वजनिक कार्यक्रम आपको अपनी विशेषज्ञता में एक स्थानीय विशेषज्ञ के रूप में स्थापित करते हैं और आपको लगातार, सार्थक प्रदर्शन प्रदान करते हैं।

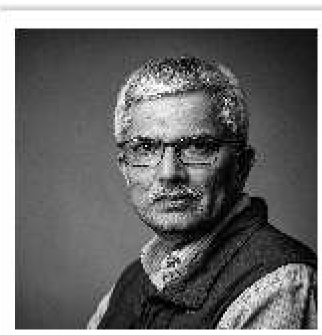
प्रोफेशनल वेडिंग फोटोग्राफर्स के लिए अतिरिक्त रणनीतियाँ

- **ब्रांडेड कोलैटरल :** खूबसूरती से डिज़ाइन किए गए गाइड, मूल्य निर्धारण ब्रोशर और वेलकम किट बनाएं जिन्हें आप ईमेल या प्रिंट कर सकते हैं। जब क्लाइंट इन्हें अपने पास रखते हैं, तो आप उनकी फोटोग्राफी की योजना बनाते समय आप उन्हें याद रहते हैं।
- **वेन्यू लॉबी में एल्बम के नमूने :** शादी के स्थानों या वेडिंग प्लानर को उच्च गुणवत्ता वाली सैंपल एल्बम पेश करें। वेन्यू का दौरा करने वाले कपल्स अक्सर इन एल्बमों को पलटते हैं, जो आपको उनसे मिलने से पहले ही बढ़त दिलाते हैं।
- **व्यक्तिगत ब्रांड विकास :** अपनी कहानी को अपने ब्रांड का हिस्सा बनाएँ। कपल्स लेंस के पीछे के व्यक्ति से जुड़ना चाहते हैं। साझा करें कि आपको शादियों की तरफ आकर्षित करने वाली बात क्या थी, आपकी रचनात्मक प्रक्रिया, या कोई पसंदीदा शादी का पल। जितना अधिक वे आपको जानेंगे, उतनी ही अधिक संभावना है कि वे आप पर भरोसा करेंगे और आपको चुनेंगे।

निष्कर्ष

Mere Exposure Effect एक सूक्ष्म लेकिन बेहद प्रभावी टूल है जो विश्वास और परिचितता बनाने में मदद करता है - जो भावनात्मक रूप से संचालित वेडिंग फोटोग्राफी की दुनिया में महत्वपूर्ण है। अपना काम, व्यक्तित्व और ब्रांड लगातार विभिन्न चैनलों के माध्यम से - सोशल मीडिया, ब्लॉग्स, वेन्डर भागीदारी, ईमेल्स और सामुदायिक भागीदारी के माध्यम से संभावित ग्राहकों के सामने बार-बार रखकर - आप खुद को उस समय पसंदीदा विकल्प के रूप में स्थापित करते हैं, जिसे वे बुकिंग के लिए तैयार होते समय सबसे पहले चुनेंगे।

निरंतरता सबसे महत्वपूर्ण है। हालांकि इन रणनीतियों के लिए योजना और धैर्य की आवश्यकता होती है, लेकिन आपके ब्रांड जागरूकता और ग्राहक रूपांतरण दर पर इसका लॉन्ग-टर्म प्रभाव अवश्य ही महत्वपूर्ण है। एक ऐसे व्यवसाय में जो मानवीय संबंध और विश्वास पर निर्भर है, मनोविज्ञान की शक्ति का सही उपयोग न केवल आपको सफलता दिला सकता है, बल्कि आपके ब्रांड को सचमुच अविस्मरणीय बना सकता है।



विमल परमार
Independent Marketing Consultant
Digital Print Evangelist
@vimalparmar

स्टूडियो न्यूज

फोटोग्राफर साथियो, आप अपने जिले में होने वाली फोटोग्राफी वर्कशॉप, संगोष्ठी या फोटोग्राफी से सम्बन्धित अन्य किसी कार्यक्रम का विवरण एवं फोटो "स्टूडियो न्यूज" में छपवाने के लिये, **mailtostudionews@gmail.com** पर मेल करें।

STUDIO NEWS
लखनऊ, मंगलवार, 6 मई 2025 से 5 जून 2025

मेरी पसंदीदा फोटो कौन सी है? वह जो मैं कल लेने जा रहा हूँ। -इमोजेन कनिंगहैम

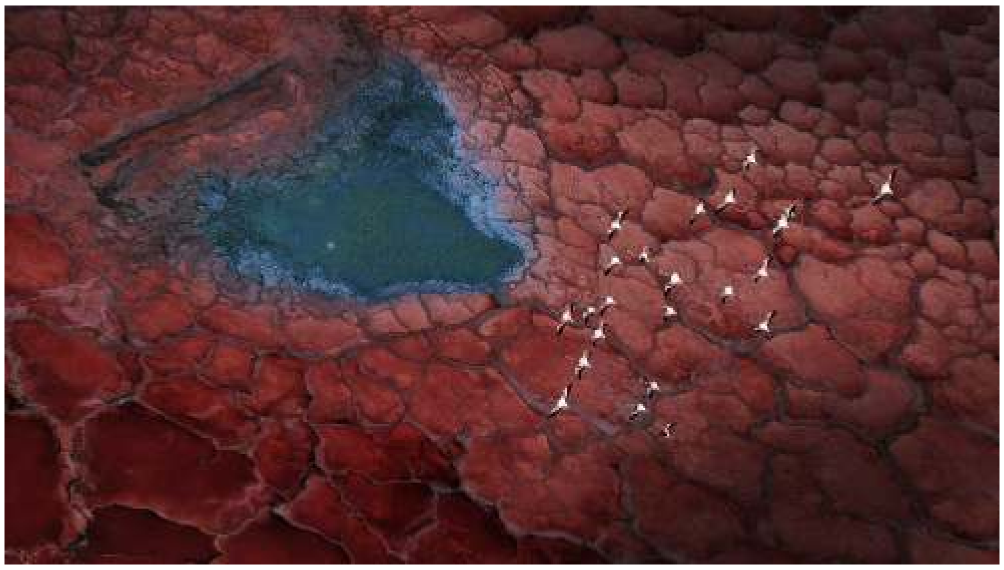
बोल्ड एण्ड वाइब्रेंट कलर फोटोग्राफी - 2025

1st Place Professional Overall Winner
"Morocco, Sentimental Atlas" *by Nicola Fioravanti*

2nd Place Professional Overall Winner
"TSAM · The Dance of Gods" *by Jatenipat Ketpradit*

3rd Place Professional Overall Winner
"Unbroken Spirit: Worship Amid Destruction" *by Abdelrahman Alkahlout*

1st Place Non-Professional Overall Winner
"Mother Earth" *by Diana Cheren Nygren*



2nd Place Non-Professional Overall Winner
"Journey of Life 20" *by Xuejun Long*

3rd Place Non-Professional Overall Winner
"Flowers for Caravaggio" *by Trina O'Hara*

Gold - Architecture, Professional
"Doha" *by Svetlana Fadeeva*

Gold - Film/Analog, Professional
"Pink Donut" *by William Mark Sommer*

Gold - Landscapes, Professional
"Glacial blue" *by Stuart Chape*

Gold - People, Non-Professional
"In the net" *by Arkadiusz Wójcik*

Gold - Nature, Professional
"Dancing In The Moonlight" *by Carla Rhodes*

Gold - Animals, Non-Professional
"Family Portrait" *by David Vaughn*

Gold - Event, Non-Professional
"Fire Gods of The Malabar Coast" *by Dylan Tom*

RNI No. : UPHIN/2017/74695, **स्वामी, प्रकाशक एवं मुद्रक** - सुरेंदर सिंह बिष्ट, शॉप नं. 3, शान्ति मार्केट, लक्ष्मणपुरी गेट, फैजाबाद रोड, इन्दिरा नगर, लखनऊ - 226016 द्वारा ज्ञान प्रिंटर्स, 207, 208 लेखराज मार्केट-2, इन्दिरा नगर, लखनऊ-226016 से प्रकाशित।
सम्पादक - सुरेंदर सिंह बिष्ट, फोन - 9335915600, 0522-4108575, ई-मेलः mailtostudionews@gmail.com, वेबसाइट : www.studionews.co.in