

# सूडियो न्यूज

वर्ष : 9 अंक : 04

लखनऊ, सोमवार, 6 अक्टूबर 2025 से 5 नवम्बर 2025

पृष्ठ : 16


मूल्य : 10 रुपये



# SIGMA

ART  
135mm F1.4 DG

  
LK SAMYANG

 **Schneider**  
KREUZNACH × LK SAMYANG



# Wide & Standard Compact Zoom

AF 14-24mm F2.8 FE  
Super - Wide Zoom

**NEW** AF 24-60mm F2.8 FE  
Standard Zoom

COMING SOON





[www.lksamayang.com](http://www.lksamayang.com)

 **INNOVATIVE TECH**  
DISTRIBUTION PVT LTD

Importer and Distributor for North India

308 A, 3rd Floor, NDM 1 Tower,  
Netaji Subhash Place, Pitampura, Delhi - 110034

Web: [www.intechdistribution.com](http://www.intechdistribution.com), Email: [intechdelhi@gmail.com](mailto:intechdelhi@gmail.com)

Follow SAMYANG - INDIA NORTH on  

Information & Sales - 011-43082205, 9050806575, Service Centre- 9871272689

EOS



STUDIO  
LIKE  
VIDEOS

MARK II

**Canon**

Delighting You Always



UNCROPPED

**4K**

60p



CANON  
COLOR SCIENCE



#### Uncropped 4K 60P Video

पूरा सेंसर इस्तेमाल कर चौड़े एंगल के वीडियो लें - बिना किसी कट के और पूरे व्यू कवरेज के साथ।



#### 24.2 Megapixel Full-Frame Sensor

तेज़, हाई-रिज़ॉल्यूशन रिज़ल्ट देता है, जिसमें रंग सटीक और डिटेल्स असली जैसे दिखते हैं।



#### Canon Color Science

हर रोशनी और शूटिंग कंडीशन में सटीक, प्राकृतिक और फिल्म जैसी गहराई वाले रंग।



#### Upto 8-Stops In-Body Image Stabilization

हाथ में कैमरा पकड़कर भी आसानी से रिकॉर्डिंग करें - बिना गिम्बल के भी स्थिर वीडियो।



#### Straight-Out-of-Studio Quality

कैमरे से सीधे गहरे रंग और संतुलित टोन मिलते हैं, जिससे कलर एडिटिंग का समय और मेहनत कम हो जाती है।



#### Lighter File Sizes

कम साइज की फाइल में लंबे समय तक रिकॉर्ड करें, फिर भी वीडियो क्वालिटी पर कोई असर नहीं।



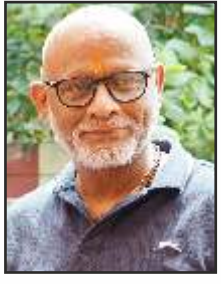
#### Superb Low-Light Performance

हाई-सेंसिटिविटी सेंसर के साथ कम रोशनी में भी साफ और डिटेल्स वाला वीडियो रिकॉर्ड करें।



#### Affordable Ecosystem

लोकप्रिय LP-E6 बैटरी और आम तौर पर इस्तेमाल होने वाले SD कार्ड के साथ कम्पैटिबल - ताकि आपको मिले बेहद किफायती सेंटअप।



## सम्पादक की कलम से ...

प्रिय फोटोग्राफर्स साथियो,

स्टूडियो न्यूज के अक्टूबर 2025 अंक के साथ हम आपके समक्ष है। आठ वर्षों की निरंतर यात्रा, असंख्य संवादों, अनगिनत लेखों की नजर से देखी दुनिया और हजारों फोटोग्राफर्स के जज्बे को समर्पित "स्टूडियो न्यूज" आज अपने 100वें संस्करण पर पहुँचा है। यह सिर्फ एक संख्या नहीं, बल्कि फोटोग्राफी जगत के उस विश्वास, समर्थन और प्रेम का प्रतीक है जो हमें हर महीने प्रेरणा देती है। इस अवसर पर हम अपने सभी फोटोग्राफर साथियों, कंपनियों, वितरकों और शुभचिंतकों के प्रति हृदय से आभार व्यक्त करते हैं, जिनके समर्थन के बिना यह सफर संभव नहीं था। आपके सुझाव, संवाद और प्रोत्साहन ही हमारी ऊर्जा रहे हैं।

इन आठ वर्षों में हमने फोटोग्राफी जगत के बदलते स्वरूप को करीब से देखा है। विशेषकर भारतीय वेडिंग इमेजिंग इंडस्ट्री एक गहरे परिवर्तन के दौर से गुजर रही है। आज शादी की फोटोग्राफी केवल तस्वीरें खींचने तक सीमित नहीं रही, बल्कि यह कहानी कहने की कला बन चुकी है। नए युग के जोड़े अब पोज़ की हुई तस्वीरों से अधिक, अपने रिश्ते की भावनात्मक यात्रा को कैमरे में देखना चाहते हैं। यही कारण है कि कैंडिड और डॉक्यूमेंट्री स्टाइल फोटोग्राफी की लोकप्रियता लगातार बढ़ रही है, जो सच्चे पलों और स्वाभाविक भावनाओं को उसी सहजता से कैद करती है।

वहीं पारंपरिक वीडियोग्राफी अब सिनेमैटिक वेडिंग फिल्मों में बदल चुकी है, जिनमें ड्रोन शॉट्स, मूवी-स्टाइल नैरेटिव और कपल की आवाजें मिलकर एक जीवंत अनुभव पैदा करती हैं। कुछ जोड़े हाई-फैशन एडिटोरियल लुक को प्राथमिकता दे रहे हैं, जबकि कुछ अपने विवाह के "वाइब" या मूड को कलात्मक ढंग से सहेजना चाहते हैं। भारत की विविध सांस्कृतिक पृष्ठभूमि ने इस क्षेत्र में कल्चरल फ्यूजन फोटोग्राफी को जन्म दिया है, जिसमें परंपरा और आधुनिकता का सुंदर संतुलन दिखाई देता है।

तकनीक ने इस बदलाव को और भी गति दी है। एआई आधारित एडिटिंग, ड्रोन फोटोग्राफी, सोशल मीडिया रेडी कंटेंट और हाइब्रिड सर्विस पैकेज अब आधुनिक वेडिंग फोटोग्राफर की पहचान बन चुके हैं। डिजिटल युग के बावजूद प्रिंट एल्बम और वॉल आर्ट्स की मांग फिर से बढ़ रही है, क्योंकि ये केवल तस्वीरें नहीं बल्कि भावनाओं का स्थायी दस्तावेज है। अनुभवी फोटोग्राफर्स अब अपने अनुभव को वर्कशॉप्स और ऑनलाइन प्रशिक्षणों के माध्यम से नई पीढ़ी तक पहुँचा रहे हैं, जिससे यह पेशा न केवल व्यावसायिक रूप से, बल्कि ज्ञान के स्तर पर भी समृद्ध हो रहा है।

आज की प्रतिस्पर्धी दुनिया में सफलता का अर्थ केवल बेहतर तस्वीरें खींचना नहीं, बल्कि अपनी विशिष्ट पहचान बनाना है। जो फोटोग्राफर अपने काम में मौलिकता और संवेदनशीलता लाते हैं, और अपने क्लाइंट की कहानी को दिल से समझकर उसे प्रस्तुत करते हैं, वही लंबे समय तक याद रखे जाते हैं। आने वाला समय उन कलाकारों का है जो कैमरे से नहीं, दिल से कहानी कहेंगे।

स्टूडियो न्यूज की यात्रा भी इसी भावना से प्रेरित रही है, फोटोग्राफी समुदाय को जोड़ने, नवीनतम जानकारी साझा करने और इस उद्योग की वास्तविक दिशा को सच्चाई और निष्ठा के साथ प्रस्तुत करने की। हम आने वाले वर्षों में भी यही वादा दोहराते हैं कि हम आपके साथ रहेंगे, आपकी आवाज़ बनकर, आपकी रचनात्मकता का हिस्सा बनकर और फोटोग्राफी की इस सुंदर यात्रा को नई ऊँचाइयों तक ले जाते हुए।

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 हैं।

सुरेंद्र सिंह बिष्ट, सम्पादक

## अन्तर्राष्ट्रीय और राष्ट्रीय खबरें

### 7artisans का किफायती 35mm F1.8 फुल-फ्रेम लेंस लॉन्च

7artisans ने Sony E माउंट के लिए AF 35mm F1.8 फुल-फ्रेम प्राइम लेंस लॉन्च किया है। यह किफायती लेंस मेटल बॉडी, क्लिकलेस अपचर रिंग, AF/MF स्विच, और कस्टमाइजेबल फंक्शन बटन जैसी सुविधाएँ प्रदान करता है। इसमें 11 एलिमेंट्स और 11-ब्लेड अपचर है। ऑटोफोकस के लिए इसमें स्टेपल मोटर का उपयोग किया गया है।

### LK Samyang ने Schneider-Kreuznach के साथ AF 24-60mm F2.8 FE लेंस किया लॉन्च



LK Samyang ने IBC 2025 में Schneider-Kreuznach के साथ मिलकर विकसित दूसरा जूम लेंस AF 24-60mm F2.8 FE लॉन्च करने की घोषणा की है। यह कॉम्पैक्ट और हल्का लेंस फुल-फ्रेम Sony E माउंट के लिए है। यह 24-60mm की रेंज और स्थिर F2.8 अपचर के साथ आता है, जो वीडियोग्राफी और फोटोग्राफी के लिए बेहतरीन परफॉर्मेंस देता है।

### SIGMA ने लॉन्च किया पहली AF सिने लेंस: 28-45mm T2 FF



SIGMA ने अपनी नई AF Cine Line का पहला लेंस 28-45mm T2 FF पेश किया है। यह फुल-फ्रेम सिनेमा लेंस ऑटोफोकस क्षमता के साथ आता है। यह High-response Linear Actuator (HLA) मोटर द्वारा संचालित है, जो तेज और सटीक फोकस देता है। प्रीमियम सिनेमा लेंस की तरह इसे डस्ट-रेसिस्टेंट और स्प्लैश-रेसिस्टेंट बनाया गया है। यह लेंस L-माउंट और Sony E-माउंट में उपलब्ध होगा।

### SIGMA ने लॉन्च किया दुनिया का पहला AF 135mm F1.4 प्राइम लेंस

SIGMA ने फुल-फ्रेम मिररलेंस कैमरों के लिए 135mm F1.4 DG | Art लेंस की घोषणा की है। यह दुनिया का पहला ऑटोफोकस 135mm F1.4 प्राइम लेंस है। यह लेंस बेहतरीन बोकेह (पृष्ठभूमि को धुंधला करने वाला प्रभाव) और उच्च रिज़ॉल्यूशन प्रदान करता है। इसमें तेज और सटीक HLA मोटर का उपयोग किया गया है। यह पोर्ट्रेट, वेडिंग और फैशन फोटोग्राफी के लिए आदर्श है।

### Canon ने लॉन्च किया EOS C50: सबसे छोटा 7K सिनेमा कैमरा

Canon ने अपनी सिनेमा कैमरा लाइनअप में EOS C50 को जोड़ा है, जो कंपनी का अब तक का सबसे छोटा और हल्का सिनेमा कैमरा है। इसमें नया फुल-फ्रेम सेंसर है जो



7K 60p तक रिकॉर्डिंग कर सकता है। यह कॉम्पैक्ट कैमरा इंटरनल रॉ रिकॉर्डिंग, फुल साइज HDMI पोर्ट और एक्टिव कूलिंग फैन जैसी प्रो-फीचर्स से लैस है।

### Canon ने F1.4 लाइनअप में जोड़ा क्लासिक पोर्ट्रेट लेंस: RF 85mm F1.4 L VCM

Canon ने RF 85mm F1.4 L VCM प्राइम लेंस लॉन्च किया है। यह क्लासिक पोर्ट्रेट फोकल लेंथ और तेज अपचर वाला लेंस है। वीडियो और स्टिल्स दोनों के लिए डिज़ाइन किए गए इस लेंस में वॉयस कॉइल ऑटोफोकस मोटर (VCM) है। यह अन्य F1.4 L VCM प्राइम लेंसों के समान आकार और 67mm फिल्टर साइज के साथ आता है, जो इसे पेशेवर फोटोग्राफरों के लिए आदर्श बनाता है।

### Nikon का बड़ा कदम: Red के साथ लॉन्च किया 6K सिनेमा कैमरा 'ZR'



Nikon ने अपनी सिनेमैटिक महत्वाकांक्षाओं को दर्शाते हुए Red सिनेमा डिवीजन के लोगो के साथ ZR नामक एक कॉम्पैक्ट फुल-फ्रेम वीडियो कैमरा लॉन्च किया है। यह कैमरा 6K/60 रिज़ॉल्यूशन पर रॉ (Raw) रिकॉर्डिंग करने में सक्षम है। यह नया ZR कैमरा Nikon और Red के बीच बढ़ते सहयोग और पेशेवर वीडियो बाजार में Nikon की मजबूत उपस्थिति को दिखाता है।

### OM System ने पेश किया बहुप्रतीक्षित 50-200mm F2.8 IS Pro लेंस



OM System ने अपना M.ZUIKO DIGITAL ED 50-200mm F2.8 IS PRO सुपर टेलीफोटो जूम लेंस लॉन्च किया है। यह लेंस 100-400mm (35mm समतुल्य) की व्यापक फोकल रेंज को स्थिर F2.8 अपचर के साथ कवर करता है। यह 5-एक्सिस सिंक IS (7.0 स्टॉप्स तक) सपोर्ट करता है। IP53 डस्ट और स्प्लैश प्रूफ डिज़ाइन इसे चुनौतीपूर्ण वातावरण में भी शूटिंग के लिए आदर्श बनाता है।

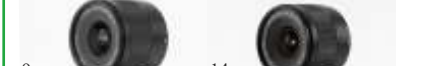
### Fujifilm ने लॉन्च किया GFX सिस्टम के लिए पहला मोटराइज्ड जूम लेंस

Fujifilm ने GFX सिस्टम के लिए अपना पहला मोटराइज्ड पावर जूम लेंस FUJINON GF32-90mm T3.5 PZ OIS WR पेश किया है। यह लेंस GFX ETERNA 55 और GFX100 II कैमरों के लिए डिज़ाइन किया गया है। यह वाइड से स्टैंडर्ड फोकल रेंज और स्थिर T3.5 अपचर प्रदान करता है, जो फिल्म निर्माताओं को कॉम्पैक्ट डिज़ाइन में सिनेमैटिक सुविधाएँ देता है।

### Fujifilm ने लॉन्च किया GFX ETERNA 55 सिनेमैटिक कैमरा

Fujifilm ने पेशेवर फिल्म निर्माण के लिए अपना पहला कैमरा, GFX ETERNA 55 लॉन्च किया है। यह कैमरा 102-मेगा पिक्सल लार्ज-फॉर्मेट सेंसर और 7K ओपन गेट रिकॉर्डिंग क्षमता के साथ आता है। यह 20 बिल्ट-इन फिल्म सिमुलेशन और इंटरनल इलेक्ट्रॉनिक वेरिबल ND फिल्टर जैसी उन्नत सुविधाएँ प्रदान करता है, जो फिल्म निर्माताओं को बेहतरीन सिनेमैटिक आउटपुट देता है।

### Viltrox ने 'Air' सीरीज में जोड़े दो नए हल्के लेंस



Viltrox ने अपनी कॉम्पैक्ट Air सीरीज का विस्तार करते हुए दो नए लेंस लॉन्च किए हैं: फुल-फ्रेम के लिए AF 14mm F4.0 Air और APS-C के लिए AF 9mm F2.8 Air। ये दोनों लेंस अल्ट्रा-वाइड एंगल और STM ऑटोफोकस मोटर के साथ आते हैं। 170 ग्राम तक हल्के ये लेंस वीडियोग्राफी के लिए शांत और स्मूथ प्रदर्शन देते हैं।

### DJI ने लॉन्च किया Osmo Nano : हैंड्स-फ्री वियरेबल कैमरा

DJI ने Osmo Nano लॉन्च किया है, जो एक कॉम्पैक्ट और हल्का वियरेबल एक्शन कैमरा है। इसमें 1/1.3-इंच सेंसर और हाई-परफॉर्मेंस इमेज प्रोसेसर है, जो 4K/60fps वीडियो और 13.5 स्टॉप की डायनामिक रेंज प्रदान करता है। इसे मैग्नेटिक डिज़ाइन से हेलमेट या टोपी पर आसानी से माउंट किया जा सकता है, जो क्रिएटर्स को हैंड्स-फ्री शूटिंग की सुविधा देता है।

### Panasonic ने लॉन्च किया LUMIX S सीरीज का पहला अल्ट्रा-टेलीफोटो जूम लेंस



Panasonic ने LUMIX S 100-500mm F5.7-1 O.I.S. (S-R100500) लेंस पेश किया है। यह LUMIX S सीरीज का पहला अल्ट्रा-टेलीफोटो जूम लेंस है जो 500mm तक फोकल लेंथ कवर करता है। यह लेंस Dual I.S. 2 स्टेबिलाइजेशन (7.0 स्टॉप्स तक) और हाई-स्पीड AF से लैस है। यह कॉम्पैक्ट लेंस 1000mm तक शूटिंग के लिए टेलीकन्वर्टर को भी सपोर्ट करता है।

### Sony ने पेश किया FE 100mm F2.8 Macro GM लेंस



Sony ने नया FE 100mm F2.8 Macro GM फुल-फ्रेम लेंस लॉन्च किया है, जो 1.4x तक की मैक्रो रिप्रोडक्शन क्षमता प्रदान करता है। XD लीनियर मोटर्स से लैस यह लेंस 120fps तक ट्रेकिंग को सपोर्ट करता है। इसमें बेहतर स्थायित्व के लिए डस्ट और नमी प्रतिरोधी डिज़ाइन, फ्लोरीन कोटिंग और ऑप्टिकल स्टेबिलाइजेशन भी शामिल है, जो इसे पोर्ट्रेट और क्लोज-अप शूटिंग के लिए बेहतरीन बनाता है।

## इंडिया फोटो वीडियो एक्सपो 2025, लखनऊ



निकॉन स्टॉल पर स्टूडियो न्यूज की प्रतियाँ भेंट करते हुए



पैनासोनिक स्टॉल पर स्टूडियो न्यूज की प्रतियाँ भेंट करते हुए

## Panasonic

## LUMIX

# Introducing the

Latest additions to the

## LUMIX S1 series



LUMIX S1R



LUMIX S1H



LUMIX S1E

# उचित मूल्य निर्धारण क्यों हर किसी की सुरक्षा करता है



हृदगंधा गिरीश मिस्त्री

एडवर्टाइजिंग एवं कमर्शियल फोटोग्राफर, डीन और निदेशक, शारी अकादमी, मुंबई  
@shari\_academy | @thewayhridsees

फोटोग्राफी सिर्फ बटन क्लिक करने का काम नहीं है, यह सालों की सीख, असफलताओं से सबक, बदलाव और लगातार आगे बढ़ने की यात्रा है। एक प्रोफेशनल फोटोग्राफर सिर्फ तस्वीरें नहीं खींचता, बल्कि वे एक सोच को साकार करते हैं, पहचान को आकार देते हैं और अनुभवों को रचते हैं। फिर भी, आज की प्रतिस्पर्धी दुनिया में ज्यादातर फोटोग्राफरों को एक ही बड़ी चुनौती का सामना करना पड़ता है: कम मूल्यांकन।

जब क्लाइंट्स डिस्काउंट माँगते हैं या कहते हैं "बस एक एक्स्ट्रा रील बना दीजिए", तो वे अक्सर भूल जाते हैं कि वे असल में किसके लिए भुगतान कर रहे हैं। यह सिर्फ कुछ घंटों की शूटिंग या एडिटिंग नहीं है, बल्कि यह है एक पूरी जिंदगी का अनुभव, सालों का प्रशिक्षण, हजारों प्रयोग और महँगे उपकरण, सॉफ्टवेयर तथा लगातार सीखने की लागत। जो बात क्लाइंट्स को "छोटी-सी रिक्वेस्ट" लगती है, वह वास्तव में कई घंटों की अतिरिक्त एडिटिंग, कलर करेक्शन और रीटचिंग में बदल जाती है।

इसी तरह "सारे रॉ इमेजेज़ दे दीजिए" कहना इस सच्चाई को नज़रअंदाज़ करना है कि वे अधूरे ड्राफ्ट होते हैं, जिनकी सावधानी से छंटाई और चयन ज़रूरी है। "एक और एडिटेड तस्वीर से क्या फर्क पड़ेगा" कहना यह मान लेना है कि हर परफेक्ट इमेज के पीछे कितनी मेहनत और समय लगता है।

और जब क्लाइंट्स लापरवाही से सुझाव देते हैं, "आप स्टाइलिंग भी कर सकते हैं, है ना?", तो वे इस बात को नज़रअंदाज़ करते हैं कि स्टाइलिंग एक अलग पेशा है जिसके

लिए अपनी विशेषज्ञता की ज़रूरत होती है। सच तो यह है कि अगर फोटोग्राफर खुद इन अहम्य परतों की कीमत नहीं समझेंगे, तो क्लाइंट्स से सम्मान और मूल्य की उम्मीद करना कठिन हो जाएगा।

कम आँके जाने का यह सिलसिला न केवल किसी एक फोटोग्राफर को नुकसान पहुँचाता है, बल्कि पूरी फोटोग्राफी इंडस्ट्री को भी प्रभावित करता है।

## फोटोग्राफर खुद को कम क्यों आँकते हैं?

कई फोटोग्राफर कम चार्ज करते हैं क्योंकि उन्हें डर होता है कि ग्राहक कम कीमत लेने वाले प्रतियोगियों के पास चले जाएँगे। मैंने एक युवा फोटोग्राफर को कहते सुना, "मैंने बस काम पाने के लिए सबसे कम कीमत बताई, लेकिन मेरे यात्रा का खर्च निकल पाया।" पहले उसे लगा कि यह सही था। लेकिन वही क्लाइंट फिर आया और उसी कम कीमत पर और काम मांगने लगा। यही होता है जब आप गलत मिसाल सेट कर देते हैं। अपनी कीमत कम करने से आपको शायद कुछ समय के लिए काम मिल जाए, लेकिन यह ग्राहक को यह भी बताता है कि आपके कौशल (skill) की कीमत ज़्यादा नहीं है।

एक और बड़ी वजह है व्यावसायिक शिक्षा की कमी। ज़्यादातर फोटोग्राफर लाइटिंग, एडिटिंग या कम्पोज़िशन तो सीखते हैं, लेकिन बहुत कम लोग कॉन्ट्रैक्ट्स, मूल्य निर्धारण या मोल-भाव के बारे में सीखते हैं। इस ज्ञान के बिना, वे मार्केट में उतर तो जाते हैं लेकिन यह समझ नहीं पाते कि अपनी अलग-अलग सेवाओं की सही कीमत कैसे तय करें।

प्रतिस्पर्धा इस स्थिति को और बिगाड़ देती है। जब सबके काम में तस्वीरें एक जैसी दिखने लगती हैं, तो क्लाइंट्स सिर्फ कीमत की तुलना करने लगते हैं। फोटोग्राफर फिर रेट कम करते हैं ताकि मार्केट में टिक सकें, और यह सिलसिला चलता रहता है। लेकिन यह "रेट की दौड़" किसी के लिए फायदेमंद नहीं होती।

## क्लाइंट्स फोटोग्राफर्स को कम क्यों आँकते हैं

कई क्लाइंट्स मानते हैं कि फोटोग्राफी आसान है, बस कैमरा उठाइए और क्लिक कर दीजिए।

लेकिन वे यह नहीं देख पाते कि इसके पीछे कितनी तैयारी होती है - प्री-प्रोडक्शन प्लानिंग, कास्टिंग, लाइटिंग सेटअप, उपकरण किराये पर लेना, यात्रा, एडिटिंग, रीटचिंग, कलर ग्रेडिंग, स्टोरेज और डिलीवरी।

यह सोच अक्सर "छोटी-छोटी मांगों" में दिखती है:

- "सारे रॉ इमेजेज़ भेज दीजिए, आपने वैसे भी खींचे हैं।"
- "एक और एडिटेड तस्वीर से क्या फर्क पड़ेगा।"
- "एडिटिंग कॉस्ट कम कर दीजिए, बस फ़िल्टर ही तो लगाना है।"
- "स्टाइलिंग भी आप ही कर लीजिए, हमें किसी को हायर नहीं करना पड़ेगा।"

ये बातें सुनने में मामूली लगती हैं, लेकिन हर रिक्वेस्ट की अपनी छिपी हुई लागत होती है। रॉ इमेजेज़ को छाँटना और स्टोर करना मेहनत मांगता है। एक एक्स्ट्रा एडिट का मतलब है कई घंटे का अतिरिक्त काम। स्टाइलिंग एक अलग प्रोफेशन है, जिसकी अपनी विशेष जानकारी चाहिए। हर कैंजुअल रिक्वेस्ट धीरे-धीरे फोटोग्राफर का समय और संसाधन खा जाती है। और जब फोटोग्राफर बिना समझाए "हाँ" कह देते हैं, तो वे इस गलतफहमी को और मजबूत कर देते हैं कि क्रिएटिव लेबर असीमित और मुफ्त है।

## फोटोग्राफी की असली कीमत

सिर्फ एक कैमरे के अलावा एक प्रोजेक्ट में बहुत कुछ लगता है। उपकरणों में निवेश होता है, जिसमें लेंस और लाइटिंग सिस्टम से लेकर कंप्यूटर और लाइसेंस वाला सॉफ्टवेयर शामिल है। नए कौशल सीखने, टेक्नोलॉजी को अपग्रेड करने और वर्कशॉप में जाने में समय खर्च होता है। मूड बोर्ड, कॉन्सेप्ट बनाना और सुधार करने में रचनात्मक काम के कई घंटे लगते हैं।

जब क्लाइंट एक प्रोफेशनल फोटोग्राफर को भुगतान करता है, तो वह सिर्फ शूट के लिए भुगतान नहीं कर रहा। वह वर्षों की मेहनत, अनुभव और मास्टरी के लिए भुगतान कर रहा है।

कम आँकना इंडस्ट्री को कैसे नुकसान पहुँचाता है

अंडरवैल्यूएशन का सबसे बड़ा नुकसान केवल आर्थिक नहीं है, यह सांस्कृतिक है।



जब फोटोग्राफी को सस्ती या आसानी से बदलने योग्य समझा जाता है, तो ब्रांड पहचान बनाने, कहानी कहने और मानवीय कनेक्शन बनाने में इसके योगदान को नज़रअंदाज़ किया जाता है।

नए फोटोग्राफरों के लिए मुफ्त में काम करना अक्सर अवसर की तरह लगता है। लेकिन वास्तव में, यह एक खतरनाक मिसाल सेट करता है। अगर सभी लागत से कम पर काम करेंगे, तो इंडस्ट्री का सम्मान कम होगा। प्रतिभाशाली लोग टिक नहीं पाएँगे और बाहर निकल जाएँगे। क्लाइंट्स हमेशा कम में ज्यादा उम्मीद करेंगे, और कुल मिलाकर क्वालिटी गिर जाएगी।

## फोटोग्राफर इस स्थिति को कैसे बदल सकते हैं

1. **अपनी कीमत जानें** : अपनी स्क्रिप्स, खर्चों, ऑफर की प्रकृति और मार्केट रिसर्च के आधार पर रेट कार्ड बनाएं। गलत या अनुचित ऑफर को न कहने में हिचकिचाएँ नहीं।
2. **क्लाइंट्स को समझाएँ** : अपनी कीमत के पीछे का मूल्य समझाएँ। कॉन्सेप्ट, प्रोडक्शन, एडिटिंग और डिलीवरी का ब्रेकडाउन साझा करें। जब क्लाइंट प्रयास को समझते हैं, तो वे उसका अधिक सम्मान करते हैं।
3. **अपने काम में सुधार करें** : केवल कीमत पर प्रतिस्पर्धा न करें। गुणवत्ता पर प्रतिस्पर्धा करें। अद्वितीय स्टाइल, भरोसेमंद सेवा और प्रोफेशनल बिहेवियर दें। क्लाइंट्स अधिक कीमत देने के लिए तैयार रहते हैं यदि उन्हें मानसिक शांति और भरोसा मिलता है।
4. **शिक्षा में निवेश करें** : अपनी स्क्रिप्स लगातार अपग्रेड करें। केवल फोटोग्राफी तकनीक ही नहीं, बल्कि बिज़नेस, मार्केटिंग, ब्रांड बिल्डिंग, कॉन्ट्रैक्ट्स और कम्प्यूटेशन भी सीखें।

## क्लाइंट के नज़रिए से

1. **विशेषज्ञता का सम्मान करें** : जब वे फोटोग्राफर को हायर करते हैं, तो उन्हें यह समझाया जाना चाहिए कि वे सिर्फ एक दिन की शूटिंग नहीं खरीद रहे, बल्कि वर्षों की प्रशिक्षण और अनुभव का मूल्य ले रहे हैं।
2. **गुणवत्ता को मात्रा पर प्राथमिकता दें** : क्लाइंट्स को यह समझना चाहिए कि एक बेहतरीन फोटो उनके ब्रांड, कैंपेन

या प्रोडक्ट को दर्जनों औसत तस्वीरों से कहीं अधिक बेहतर कर सकता है।

3. **उचित मूल्य का समर्थन करें** : क्लाइंट्स को यह महसूस करना चाहिए कि कम कीमत में काम करना बचत जैसा दिख सकता है, लेकिन खराब परिणामों, देरी या दोबारा शूट के कारण लंबे समय में यह आमतौर पर ज़्यादा महंगा पड़ता है।

## बेहतर और संतुलित फोटोग्राफी मार्केट का निर्माण

समाधान संतुलन में है। फोटोग्राफरों को खुद को कम आँकना बंद करना होगा, और क्लाइंट्स को फोटोग्राफी को एक मुफ्त अतिरिक्त चीज़ के रूप में समझना छोड़ना होगा। जब दोनों पक्ष इस प्रक्रिया का मूल्य समझेंगे, तभी यह व्यवसाय और मजबूत बनेगा।

शिक्षा यहाँ सेतु का काम करती है। फोटोग्राफरों को लगातार अपनी स्क्रिप्स अपग्रेड करनी चाहिए, बिज़नेस प्रोसेस और कम्प्यूटेशन स्क्रिप्स सीखनी चाहिए। क्लाइंट्स को कला के प्रति सम्मान सीखना चाहिए। दोनों मिलकर एक ऐसा निष्पक्ष सिस्टम बना सकते हैं, जहाँ सबका लाभ हो।

## निष्कर्ष

फोटोग्राफी सिर्फ शटर दबाने का नाम नहीं है। यह विज़न, भरोसा और प्रोफेशनलिज़्म की कला है। जब फोटोग्राफर खुद को कम आँकते हैं, तो वे क्लाइंट्स को भी उन्हें कम आँकने का न्योता देते हैं। और जब क्लाइंट्स सबकुछ मुफ्त में चाहते हैं, तो वे उसी इंडस्ट्री को कमजोर करते हैं जो उन्हें सबसे बेहतरीन विज़ुअल्स देती है।

आपकी फीस सिर्फ एक संख्या नहीं है, यह आपका आत्मसम्मान है। यही वह सीमा है जो दुनिया को बताती है कि आप अपने काम को गंभीरता से लेते हैं।

तो अगली बार जब कोई कहे "कुछ एक्स्ट्रा तस्वीरें दे दीजिए," या "एडिटिंग का खर्च थोड़ा कम कर दीजिए, फर्क नहीं पड़ेगा," या "स्टाइलिंग भी आप ही कर लीजिए न?" तब ठहरकर समझाइए। अपनी कीमत पर अडिग रहिए। खुद को महत्व दीजिए। क्वालिटी दीजिए। और साथ मिलकर, फोटोग्राफर और क्लाइंट एक ऐसी इंडस्ट्री बनाएँ जहाँ क्रिएटिविटी का सम्मान हो, सीखने की कीमत समझी जाए और प्रोफेशनलिज़्म कभी सस्ता न बिके।



# SONY



on  
**Select Full-frame Camera & Lenses**



**SPECIAL FESTIVE OFFERS\***

Benefit worth up to **Rs. 1,14,890/-\***



**Additional Battery**  
(NP-FZ100)

worth **Rs. 5,890/-**

\*on select Full Frame and Cinema Line cameras



**Battery Charger**  
(BC-QZ1)

worth **Rs. 6,790/-**

\*on select Full Frame and Cinema Line cameras

**2+1<sup>^</sup> YEAR**  
Standard Additional WARRANTY

<sup>^</sup>ON REGISTRATION  
Register at  
[www.alphacommunity.in](http://www.alphacommunity.in) to  
get 1 year additional warranty.

**ATTRACTIVE  
EMI OFFER**

**18/0<sup>#</sup> 24/0<sup>\$\$</sup>**

<sup>#</sup> On select Full Frame Camera & G Master Lenses  
<sup>\$\$</sup> On select G Master Lenses

**SAVE  
Rs. 20,000/-**

on body MRP, when purchase  
with select lenses

**EASY EMI  
OPTIONS**

**24/0<sup>\$\$</sup>**

**18/0<sup>#</sup>, 24/7, 16/4,  
18/4, 18/6<sup>\*\*\*</sup>**

<sup>#</sup>Applicable with select Full Frame Camera & G Master Lenses  
<sup>\*\*\*</sup>1 EMI FREE applicable on select FF Camera & Lenses

**Offer applicable from 11<sup>th</sup> Sep - 31<sup>st</sup> Oct' 25**

**1EMI FREE and Instant Cashback offers are applicable from 15<sup>th</sup> Sep to 31<sup>st</sup> Oct'25**

\*T&C apply. The benefit value shown is applicable only with the purchase of ILCE-1 along with the cashback offer. Festive and finance offers (including 1 EMI FREE with Bajaj, IDFC & HDBFS under the 18/6 EMI scheme, and Fixed EMI refund via Bajaj Finance on Easy EMI schemes) are valid for a limited period or until stocks last. Prices/MRP are per unit and inclusive of all taxes. Product visuals are indicative; actual products may differ in appearance and features. For complete details on product features and offers, please visit: [www.alphacommunity.in/latest-offers/](http://www.alphacommunity.in/latest-offers/)

## महान विभूतियाँ



डायने अर्बस

डायने अर्बस एक अमेरिकी फोटोग्राफर थीं, जिनका जन्म 14 मार्च 1923 को हुआ था। उन्होंने कई तरह के विषयों की तस्वीरें खींचीं, जैसे स्ट्रिपर कलाकार, मेले में काम करने वाले लोग, नग्नतावादी, बौनेपन से ग्रस्त लोग, बच्चे, माताएँ, जोड़े, बुजुर्ग और मध्यमवर्गीय परिवार। वह अपने विषयों की तस्वीरें उनके परिचित माहौल में लेती थीं, जैसे उनके घरों में, सड़कों पर, काम की जगहों पर या पार्कों में। सबसे बड़ी बात यह थी कि उन्होंने अपने विषयों को वस्तु की तरह नहीं देखा, बल्कि उनसे दोस्ती की। इसी कारण उनकी तस्वीरों में गहरी मनोवैज्ञानिक भावना झलकती थी, जो बहुत दुर्लभ है।

डायने अर्बस को उन लोगों में खास दिलचस्पी थी जो अपनी पहचान खुद बना रहे थे, जैसे क्रॉस-ड्रेसर (लड़के जो लड़कियों के कपड़े पहनते हैं या इसके उलट), नग्नतावादी, मेले-तमाशे में काम करने वाले लोग, टैटू बनवाए हुए लोग, नए-नए अमीर बने लोग, फ़िल्मी सितारों के दीवाने, और वे लोग जो किसी ऐसी एकरूपता में फँसे हुए थे जो अब उन्हें न सुरक्षा देती थी और न ही आराम। माइकल किमेलमैन ने डायने अर्बस के काम पर लिखी अपनी समीक्षा में कहा कि अर्बस के काम ने फोटोग्राफी की कला को बदल कर रख दिया। उनकी तस्वीरों ने समाज से अलग-थलग माने जाने वाले समूहों को सामान्य बनाने में मदद की और यह दिखाया

# डायने अर्बस

(14 मार्च 1923 - 26 जुलाई 1971)



कि हर इंसान का सही तरह से प्रतिनिधित्व कितना ज़रूरी है।

डायने अर्बस का जन्म डायने नेमेरोव के रूप में हुआ था। उनके माता-पिता डेविड नेमेरोव और गर्टूड रस्सेक नेमेरोव थे, जो सोवियत रूस और पोलैंड से आए यहूदी प्रवासी थे। वे न्यूयॉर्क सिटी में रहते थे और वहाँ उन्होंने रसेक्स नाम से फ़िफ़थ एवेन्यू पर

महिलाओं के कपड़ों का एक बड़ा डिपार्टमेंट स्टोर चलाया। अर्बस के माता-पिता अपने बच्चों की परवरिश में ज़्यादा शामिल नहीं रहते थे। बच्चों की देखभाल नौकरानियों और गर्वनेस (बच्चों की देखरेख करने वाली महिलाएँ) करती थीं। उनकी माँ सामाजिक कार्यक्रमों में व्यस्त रहती थीं और लगभग एक साल तक क्लीनिकल डिप्रेशन से गुज़रीं, लेकिन बाद में ठीक हो गईं। उनके

पिता काम में बहुत व्यस्त रहते थे। डायने ने धीरे-धीरे अपने परिवार और अपने आलीशान बचपन से खुद को अलग कर लिया।

अर्बस ने एथिकल कल्चर फ़िल्डसटन स्कूल में पढ़ाई की, जो एक कॉलेज की तैयारी कराने वाला स्कूल था। 1941 में, 18 वर्ष की उम्र में, उन्होंने अपने बचपन के दोस्त एलेन अर्बस से शादी कर ली, जिनसे

वह 14 साल की उम्र से ही मिलती-जुलती और डेट करती थीं। शादी के बाद, 1946 से 1956 तक, अर्बस और उनके पति ने मिलकर कमर्शियल फोटोग्राफी में काम किया। जब डायने ने यह व्यवसाय छोड़कर स्वतंत्र रूप से फोटोग्राफी करना शुरू किया, तब भी एलेन उनके काम में हमेशा सहायक और सहयोगी बने रहे। 1959 में दोनों अलग हो गए, लेकिन उनकी घनिष्ठ दोस्ती बनी





रही। दोनों एक ही डार्करूम का उपयोग करते थे, जहाँ एलेन के स्टूडियो असिस्टेंट उनके निगेटिव्स प्रोसेस करते थे और डायने वहाँ अपनी तस्वीरें प्रिंट करती थीं। आखिरकार, इस दंपति ने 1969 में आधिकारिक रूप से तलाक ले लिया।

शादी के कुछ समय बाद, एलेन ने डायने अर्बुस को उनका पहला कैमरा ग्राफलेक्स दिया। इसके थोड़े ही समय बाद, डायने ने फोटोग्राफर बेरेनाइस एबॉट की क्लासेज़ में दाखिला लिया। फोटोग्राफी में दिलचस्पी के चलते, 1941 में अर्बुस दंपति ने अल्फ्रेड स्टिग्लिटज़ की गैलरी का दौरा किया, जहाँ उन्होंने प्रसिद्ध फोटोग्राफ़ों जैसे मैथ्यू ब्रैडी, टिमोथी ओ'सुलिवन, पॉल स्ट्रैंड, बिल ब्रांट, और यूजीन एटजे के काम को जाना। 1940 के शुरुआती वर्षों में, डायने के पिता ने डायने और एलेन को उनके डिपार्टमेंटल स्टोर के विज्ञापनों के लिए तस्वीरें खींचने का काम दिया। दूसरे विश्व युद्ध के दौरान, एलेन अर्बुस यू.एस. आर्मी सिग्नल कॉर्प्स में फोटोग्राफ़र के रूप में काम किया।

डायने अर्बुस को अपने जीवनकाल में काफी मान्यता और प्रसिद्धि मिली। उनके काम एस्क्वायर (Esquire), हार्पर्स बाज़ार (Harper's Bazaar), लंदन संडे टाइम्स मैगज़ीन (London's Sunday Times Magazine), और आर्टफोरम (Artforum) जैसी कई प्रसिद्ध पत्रिकाओं में प्रकाशित हुए। 1963 में, गगनहाइम फ़ाउंडेशन ने उनके प्रोजेक्ट "American Rites, Manners and Customs" के लिए उन्हें फेलोशिप प्रदान की। 1966 में यह फेलोशिप दोबारा भी मिली। न्यूयॉर्क सिटी के म्यूज़ियम ऑफ मॉडर्न आर्ट (MoMA) में फोटोग्राफी विभाग के निदेशक जॉन रज़ार्कोव्स्की उनके काम के प्रबल समर्थक रहे। उन्होंने 1967 की प्रदर्शनी "New Documents" में डायने अर्बुस की तस्वीरों को शामिल किया, जहाँ उनके साथ ली फ़्रीडलैंडर और गैरी विनोग्रैंड के कार्य भी प्रदर्शित किए गए। उनकी फोटोग्राफी को कई अन्य बड़े समूह प्रदर्शनों में भी शामिल किया गया।

1972 में, उनकी आत्महत्या के एक साल बाद, डायने अर्बुस वेनिस बिएनले में शामिल की जाने वाली पहली फोटोग्राफ़र बनीं। वहाँ उनकी तस्वीरों को "अमेरिकन पवेलियन की सबसे प्रभावशाली झलक" और "बेहद शक्तिशाली और बिल्कुल अलग" कहा

गया। उसी वर्ष, म्यूज़ियम ऑफ मॉडर्न आर्ट (MoMA), न्यूयॉर्क में अर्बुस के काम का पहला बड़ा रिट्रोस्पेक्टिव (कार्य की विस्तृत प्रदर्शनी) आयोजित किया गया, जिसका आयोजन जॉन रज़ार्कोव्स्की ने किया था। यह प्रदर्शनी अब तक MoMA के इतिहास में सबसे अधिक दर्शकों वाली प्रदर्शनी बनी। 1972 से 1979 तक, अर्बुस के काम की यात्रा प्रदर्शनी ने दुनियाभर में लाखों दर्शकों को आकर्षित किया।

डायने अर्बुस को अपने जीवनकाल में, अपनी माँ की तरह ही, "अवसाद के दौर" आते थे। माना जाता है कि हेपेटाइटिस के लक्षणों ने इन्हें और गंभीर बना दिया था। 26 जुलाई 1971 को, न्यूयॉर्क सिटी के वेस्टबेथ आर्टिस्ट्स कम्युनिटी में रहते हुए, अर्बुस ने आत्महत्या कर ली। उन्होंने रेज़र ब्लेड से अपनी कलाई काट ली। अपनी डायरी में उन्होंने "लास्ट सपर" शब्द लिखा और बाथरूम की ओर जाती सीढ़ियों पर अपनी अपॉइंटमेंट बुक रख दी। दो दिन बाद, कलाकार मार्विन इज़राइल ने उनका शरीर बाथटब में पाया। उस समय उनकी उम्र 48 वर्ष थी।



## 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.FWPAL (India), Hon.FGGC (India), Hon.GA-PSGSPC (Cyprus)

पूर्व अध्यक्ष, फेडरेशन ऑफ इण्डियन फोटोग्राफी

# वेडिंग फोटोग्राफ़रों की भूमिका का नया स्वरूप

हम खुद को जिस नाम से बुलाते हैं, वही तय करता है कि दुनिया हमें कैसे देखती है और हम अपनी कीमत को कैसे महसूस करते हैं।

## परिभाषा का महत्व

जैसा कि चार्ल्स रेवसन, Revlon (अमेरिकी मल्टीनेशनल कंपनी जो कॉस्मेटिक्स, स्किन केयर, परफ्यूम और पर्सनल केयर में काम करती है) के संस्थापक ने प्रसिद्ध रूप से कहा: "फ्रैन्चिज़ में हम कॉस्मेटिक्स बनाते हैं; स्टोर में हम उम्मीद बेचते हैं।" यह एक ही पंक्ति इस आर्टिकल का सार कह देती है। शब्द शक्तिशाली होते हैं। वे हमारी पहचान बनाते हैं और अपेक्षाएँ तय करते हैं। अगर आप अपने आप को वेडिंग फोटोग्राफ़र के रूप में पेश करते हैं, तो लोग केवल बड़े दिन पर तस्वीरें खींचने वाले व्यक्ति के बारे में सोच सकते हैं। यह उपयोगी है, हाँ, लेकिन सीमित है। अन्य उद्योगों में कई लोगों ने देखा है कि भाषा के माध्यम से अपनी पहचान को नया रूप देना कितना प्रभावशाली होता है। एक होटल कहता है: "हम कमरे नहीं बेचते; हम अविस्मरणीय पल बेचते हैं।" एक बेकरी घोषणा करती है: "हम केक नहीं बेचते; हम उत्सव बेचते हैं।" एक लकड़ारी कार ब्रांड गर्व से कहता है: "हम कारों नहीं बेचते; हम प्रतिष्ठा बेचते हैं।" सबक स्पष्ट है: शब्द, यदि सोच-समझकर चुने जाएँ, तो दुनिया हमें कैसे देखती है और हम खुद को कैसे देखते हैं, यह बदल सकते हैं।

अब कल्पना कीजिए कि आप कहते हैं: "मैं एक मेमोरी कीपर हूँ। मैं परिवारों के महत्वपूर्ण क्षणों को संजोता हूँ और ऐसी विरासत बनाता हूँ जो पीढ़ियों तक रहे।" अचानक, आपकी भूमिका बदल जाती है। अब आप सिर्फ़ कैमरे के पीछे वाला व्यक्ति नहीं रह जाते; आप भावनाओं के संरक्षक और विरासत के रक्षक बन जाते हैं।

यह केवल शब्दों का खेल नहीं है। यह आपकी स्थिति में एक शक्तिशाली बदलाव है। हमारी पहचान का चयन वह लेंस बन जाता है, जिसके माध्यम से क्लाइंट्स हमारे काम को महत्व देते हैं और जिसके माध्यम से हम खुद को महत्व देते हैं। मार्केटिंग में, पोजिशनिंग ही सब कुछ है। यह तय करता है कि कोई ब्रांड भीड़ में भुला दिया जाए या आइकॉनिक के रूप में याद रखा जाएगा। उदाहरण के लिए, Apple सिर्फ़ फोन या कंप्यूटर बनाने वाली कंपनी के रूप में पेश नहीं करता। इसने खुद को सपने देखने वालों और नवप्रवर्तकों के लिए उपकरण बनाने वाला के रूप में स्थापित किया है, और अपने प्रोडक्ट्स को कल्पना और प्रतिष्ठा के

वेडिंग फोटोग्राफी हमेशा सिर्फ़ तस्वीरें खींचने से कहीं ज्यादा रही है। फिर भी, अक्सर हम खुद को उस तरीके से सीमित कर देते हैं, जिस तरह हम अपने काम को परिभाषित करते हैं। अगर हम खुद को केवल प्रोफेशनल वेडिंग फोटोग्राफ़र के रूप में परिभाषित करें, तो हमारी भूमिका तकनीकी और लगभग लेन-देन जैसी लगती है। लेकिन अगर हम अपनी परिभाषा बदलें तो क्या होगा? अगर हम खुद को मेमोरी कीपर, कहानी कहने वाले, भावनाओं के क्यूरेटर, या विरासत बनाने वाले के रूप में देखें तो क्या होगा? यह फर्क भले ही मामूली लगे, लेकिन इसका प्रभाव गहरा है। इसमें न केवल क्लाइंट्स के हमें देखने के तरीके को, बल्कि हमारे बिज़नेस को बढ़ाने के तरीके को भी बदलने की शक्ति है।

प्रतीक में बदल दिया है। Coca-Cola भी केवल पेय पर ध्यान नहीं देती। इसकी पोजिशनिंग ब्रांड को खुशी, साझा करने और एक साथ होने के अनुभवों से जोड़ती है। ये दोनों उदाहरण दिखाते हैं कि कैसे धारणा को तैयार किया जाता है और पोजिशनिंग के माध्यम से मूल्य बनाया जाता है। ठीक इसी तरह, हमारे लिए भी, अपनी पहचान को जिस तरह से फ्रेम करते हैं, वह केवल एक विवरण नहीं है। यह अर्थपूर्ण बयान है। यह क्लाइंट्स को बताता है कि वे हमें कैसे देखें, और यह हमें बताता है कि हम खुद को कैसे देखें।

## भूमिकाएँ जिन्हें हम अपना सकते हैं

खुद को फिर से परिभाषित करने से हमें नए आयाम खोजने का अवसर मिलता है। कुछ उदाहरण साझा करने के लिए:

- **मेमोरी कीपर (यादें संजोने वाले):** हम सिर्फ़ चेहरे नहीं कैप्चर करते; हम उन गुज़रते पलों, हँसी, आँसुओं और उन रीति-रिवाजों को सुरक्षित रखते हैं जो परिवारों की सामूहिक यादों का हिस्सा बनाते हैं।
- **कहानी कहने वाले:** हर शादी एक कहानी होती है। पहली नर्वस नज़र से लेकर आख़िरी खुशी के डांस तक, हम एक विजुअल स्टोरी बनाते हैं जिसे पीढ़ियों तक फिर से जिया जा सकता है।
- **भावनाओं के क्यूरेटर:** हम उन भावनाओं को उजागर करते हैं जो उस दिन की पहचान बनाती हैं: पिता का आँसू, दुल्हन की उत्सुकता, माँ का गर्व, दोस्तों की हँसी। ये पल अनमोल होते हैं।
- **विरासत निर्माता:** हमारे एल्बम, प्रिंट्स और छाँटकर रखी गई यादें केवल प्रोडक्ट्स नहीं हैं। ये परिवार की विरासत हैं, जिन्हें बच्चों और पोतों तक

आगे बढ़ाया जाता है।

जब हम इन भूमिकाओं को अपने अंदर उतार लेते हैं, तो फोटोग्राफी केवल एक सेवा से अनुभव बन जाती है, और तस्वीरों से अर्थ निकलता है।

## क्लाइंट्स पर सकारात्मक प्रभाव

यह पहचान बदलना सिर्फ़ हमारे बारे में नहीं है; यह क्लाइंट्स के हमारे साथ जुड़ने के तरीके को भी बदल देता है।

जब जोड़े हमें सिर्फ़ फोटोग्राफ़र के बजाय मेमोरी कीपर के रूप में देखते हैं, तो उनका भरोसा और गहरा हो जाता है। वे न केवल तस्वीरों को, बल्कि उन यादों को कितनी मजबूती से संजोया गया है, उसे भी महत्व देने लगते हैं। वे अब "शूट पैकेज" के रूप में सोचने के बजाय, अनुभवों और विरासत के रूप में सोचना शुरू कर देते हैं।

यही वह समय होता है जब एल्बम केवल ऐड-ऑन नहीं, बल्कि अनिवार्य विरासत बन जाते हैं। यही वह समय होता है जब क्लाइंट्स क्यूरेटेड फोटो बुक्स, घर के लिए वॉल प्रिंट्स, या एनिवर्सरी कलेक्शंस मांगने लगते हैं, जो शादी के दिन से आगे की कहानी कहते हैं। अपनी भूमिका को फिर से परिभाषित करने से, हम क्लाइंट का ध्यान लागत से मूल्य की ओर, उत्पाद से अर्थ की ओर ले जाते हैं।

## हम और हमारी टीम पर सकारात्मक प्रभाव

हालाँकि, यह बदलाव केवल नए विज़िटिंग कार्ड छापने और प्रेरक शीर्षक जोड़ने जितना सरल नहीं है।

"नया शीर्षक बिना नए दृष्टिकोण के सिर्फ़ कागज़ पर स्याही है।"

यह बदलाव अंदर से शुरू होना चाहिए। यह हमारे टीम, प्रक्रियाओं और मानसिकता में समाया होना चाहिए।

हर एक संपर्क प्वाइंट चाहे वह प्री-वेडिंग कंसल्टेशन का तरीका हो या

फाइनल एल्बम डिलीवर करने का तरीका, हमें अपनी चुनी हुई पहचान को प्रतिबिंबित करना चाहिए।

अगर हम कहते हैं कि हम मेमोरी कीपर हैं, तो हमारी सेवाएँ, प्रेजेंटेशन और क्लाइंट बातचीत लगातार उस भूमिका को मजबूत करनी चाहिए। हमें क्लाइंट्स को यह दिखाने, महसूस कराने और विश्वास दिलाने की ज़रूरत है कि यह विज़न असली है। अन्यथा, यह बदलाव केवल सजावटी रह जाएगा और किसी व्यावसायिक लाभ की संभावना नहीं लाएगा।

## नए अवसरों की तलाश

यह नई परिभाषा ही असली विकास की कुंजी है। जैसे ही हम सिर्फ़ 'फोटोग्राफ़र' से आगे बढ़कर खुद को 'यादों का संरक्षक' मानते हैं, वैसे ही हमारे सामने नए और अनछुए अवसरों के दरवाज़े खुल जाते हैं।

सिर्फ़ शादी के दिन तक न रुकें, उससे आगे भी सोचें:

- सालगिरह के फोटो एल्बम, जो आपकी महत्वपूर्ण उपलब्धियों का जश्न मनाते हैं।
- परिवार की कहानियों वाले प्रोजेक्ट, जो परंपराओं और रिवाजों को संजोते हैं। (मैं व्यक्तिगत रूप से अमेरिका की एक फोटोग्राफ़र को जानता हूँ, जो पूरा एक दिन परिवार के साथ बिताती हैं। वह बिना पोज़ कराए उनके प्राकृतिक पलों को कैमरे में कैद करती हैं। प्रोजेक्ट पूरा होने पर वह एक खूबसूरती से बंधी फोटोबुक परिवार को देती हैं। उनका यह तरीका इतना पसंद किया गया है कि वह हमेशा पूरी तरह बुक रहती हैं।)
- ऐसे प्रिंट्स और वॉल आर्ट, जो घर की दीवारों को यादों से सजाएँ।
- ऐसे Archive जो आने वाली पीढ़ियों के लिए कहानियाँ सहेजकर रखें। यहाँ प्रिंट की अहम भूमिका होती है।

स्क्रीन पर तस्वीर क्षणिक होती है, लेकिन सावधानीपूर्वक क्यूरेट किया गया एल्बम या फ्रेम किया हुआ प्रिंट स्थायी होता है। यहीं पर अपनी भूमिका को फिर से परिभाषित करना नई और अधिक लाभदायक मार्केट्स में विस्तार करने से सहजता से जुड़ता है।

## कदम उठाने का आह्वान

वेडिंग फोटोग्राफ़र के रूप में, हम एक दोराहे पर खड़े हैं। फोटोग्राफी की दुनिया तेजी से बदल रही है, लेकिन हमारे काम का मूल सार कालातीत बना हुआ है। अपनी भूमिका को फिर से परिभाषित करके अपने लिए, अपनी टीम के लिए और क्लाइंट्स के लिए, हम अपना काम ऊँचा उठा सकते हैं और अपने व्यवसाय को ऐसे तरीके से बढ़ा सकते हैं जिसकी हमने कभी कल्पना भी नहीं की थी।

"दुनिया हमें उसी तरह देखती है, जिस तरह हम खुद को देखते हैं।"

तो आइए, हम सिर्फ़ फोटोग्राफ़र बनने के बजाय, मेमोरी कीपर, कहानी कहने वाले, भावनाओं के क्यूरेटर और विरासत निर्माता बनें। आइए केवल शादियों को कैप्चर न करें, बल्कि ज़िंदगियों, भावनाएँ और इतिहास को भी सुरक्षित रखें।

यह बदलाव सरल दिख सकता है, लेकिन अगर इसे हट्ट विश्वास के साथ अपनाया जाए तो हमारे अंदर, हमारी टीमों में और हमारे क्लाइंट्स तक, तो यह धारणा और समृद्धि दोनों को बदल सकता है। परिभाषा का चयन हमारे हाथ में है, और हमारे द्वारा बनाई जाने वाली भविष्य की दिशा भी।



विमल परमार

Independent Marketing Consultant  
Digital Print Evangelist

@vimalp.parmar

# निकॉन द्वारा उ.प्र. में आयोजित फोटोग्राफी वर्कशाप



वर्ड फोटो वॉक, लखनऊ (09 सितम्बर 2025)



मिररलेस कैमरा डेमो वर्कशाप, रायबरेली (09 सितम्बर 2025)



वेडिंग फोटोग्राफी वर्कशाप, फतेहपुर (10 सितम्बर 2025)

## द्वितीय उत्तराखण्ड फोटो फेयर, 6-7 सितम्बर, देहरादून



4<sup>th</sup> EDITION  
**INDIA photo video EXPO**  
**UTTAR PRADESH**  
**SEPTEMBER 2025**  
 इन्दिरा गाँधी प्रतिष्ठान, लखनऊ



## स्टूडियो न्यूज : इंडिया फोते वीडियो एक्सपो 2025, लखनऊ



## सोनी द्वारा उ.प्र. में आयोजित फोटोग्राफी वर्कशाप



फोटोग्राफी वर्कशाप, हरदोई (14 सितम्बर 2025)



फोटोग्राफी वर्कशाप, देवरिया (15 सितम्बर 2025)



फोटोग्राफी वर्कशाप, आनन्द नगर, गोरखपुर (16 सितम्बर 2025)



फोटोग्राफी वर्कशाप, नौगढ़, सिद्धार्थ नगर (17 सितम्बर 2025)



फोटोग्राफी वर्कशाप, लखनऊ (23 सितम्बर 2025)



फोटोग्राफी वर्कशाप, प्रयागराज (24 सितम्बर 2025)

## पैनासोनिक द्वारा उ.प्र. में आयोजित फोटोग्राफी वर्कशाप



फोटोग्राफी वर्कशाप, मऊ (10 सितम्बर 2025)



अदलपुरा वाराणसी रोडशो (15 सितम्बर 2025)



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

## कैनन द्वारा उ.प्र. में आयोजित फोटोग्राफी वर्कशाप



फोटोग्राफी वर्कशाप, मऊ (07 सितम्बर 2025)



फोटोग्राफी वर्कशाप, मलिहाबाद (17 सितम्बर 2025)



कंटेन्ट क्रियेटर्स वर्कशाप, लखनऊ (20 सितम्बर 2025)

## उत्तर प्रदेश का पहला एक्सक्लूसिव Canon Experience Store



- Canon के सभी Genuine प्रोडक्ट्स एवम् कैमरा एक्सेसरीज एक ही स्थान पर जैसे, कैनन कैमरा, लेंस, प्रिंटर, लाइट, फ्लैश, कैमरा बैग, गिम्बल, ट्राइपॉड, पेन ड्राइव, मेमोरी कार्ड आदि उपलब्ध
- हर कैनन कैमरा एंड एक्सेसरीज का लाइव डेमो
- कैमरा चलाने की पोस्ट एंड प्री क्लासेज
- कैमरा एक्सपर्ट से कैमरा की पूर्ण जानकारी और गाइडेंस
- कैनन अधिकृत सर्विस कलेक्शन सेंटर
- सेंट्रल लखनऊ में सुविधाजनक लोकेशन, ट्रैफिक की झंझट से दूर
- आज ही पधारें और अनुभव करें कैनन की पूरी रेंज का असली फ़र्क

### Canon Image Square | Sehta Digital

Shiva Chambers, 7 Capper Road, Near Novelty Cinema, Lalbagh, Lucknow  
Phone : 7007347365, 6392157688, 8090908662 | Follow us on insta - canonimagesquare.lucknow

# Canon

Delighting You Always





## तस्वीरों में बयां करें अपना उत्तराखण्ड

### फोटो प्रतियोगिता एवं प्रदर्शनी

**विषय:** उत्तराखण्ड की सांस्कृतिक धरोहर और प्राकृतिक परिदृश्य

उत्तराखण्ड राज्य के गठन की 25वीं वर्षगांठ के पावन अवसर पर, उत्तराखण्ड पर्यटन विभाग आपको आमंत्रित करता है — अपने कैमरा लेंस के जरिए देवभूमि की अद्भुत सुंदरता, जीवंत परंपराएं और उसकी आत्मीयता को उजागर करने के लिए। आइए, अपनी तस्वीरों से उत्तराखण्ड की कहानी दुनिया तक पहुंचाएं।

प्रवेश  
निःशुल्क

प्रथम पुरस्कार

₹50,000

द्वितीय पुरस्कार

₹25,000

तृतीय पुरस्कार

₹10,000

4 सांत्वना पुरस्कार

₹5,500 प्रत्येक

चयनित और प्रदर्शनी हेतु चुनी गई प्रविष्टियों को ₹5,000 प्रदान किए जाएंगे।



अंतिम तिथि: 24 अक्टूबर 2025



अपनी प्रविष्टियां आज ही भेजें: [photocontest2025utdb@gmail.com](mailto:photocontest2025utdb@gmail.com)



अधिक जानकारी  
के लिए स्कैन करें

प्रदर्शनी का आयोजन देहरादून में (प्रस्तावित 02-09 नवंबर 2025)

उत्तराखण्ड पर्यटन विकास परिषद्

पं. दीनदयाल उपाध्याय पर्यटन भवन, ओ.एन.जी.सी हेलीपैड के पास, गढ़ी कैंट, देहरादून | दूरभाष: 0135-2559898

Z R



# BORN CINEMATIC



## Z CINEMA

Nikon | RED

**R3D** IN-CAMERA 12-BIT  
R3D NE & N-RAW CODEC

**4.5"** BIGGEST MONITOR  
(4 IN)\* IN ITS CLASS

**32-BIT** WORLD'S FIRST 32-BIT  
FLOAT & OZO AUDIO.

**6K** HIGHEST RESOLUTION  
UPTO 6K60P

Corporate/Registered Office & Service Centre: Nikon India Pvt. Ltd., Plot No. 71, Sector 32, Institutional Area, Gurugram 122001, Haryana, (CIN-U74999HR2007FTC036820). Ph: 0124 4688500, Service Ph: 0124 4688514, Service ID: nindsupport@nikon.com, Sales and Support ID: nindsales@nikon.com, For more information, please visit our website: www.nikon.co.in



Nikonindia



nikonindiaofficial



Nikonindia



Nikonindia



nikon-india-private-limited



NIKON ZR  
PRODUCT PAGE