



عکس‌های زمان ما

● تورج حمیدیان

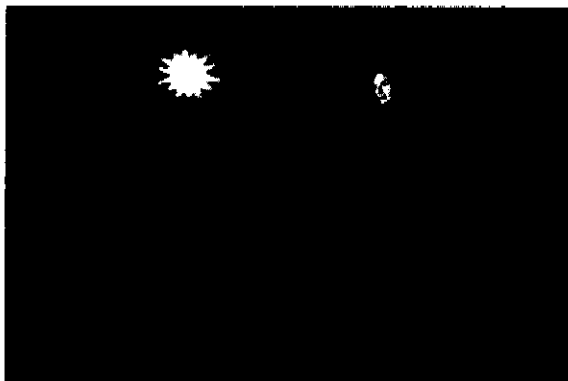
● حدود ۱۸ سال پیش، هنرمند صاحب نامی در یکی از گالری‌های تهران، نمایشگاهی از عکس‌های خود برگزار کرد. او پیشینه‌ای در کار عکاسی نداشت، اما به دلیل نام او، عده‌ای به تماشای عکس‌هایش رفتند. دانشجویان رشته‌ی عکاسی و چند نفر از مدرسان آن‌ها هم عکس‌ها را دیدند و از بی‌تناسب بودن عکس‌ها با آن چه که درباره‌ی عکس خوب می‌دانستند، مبهوت شدند. همان‌جا، بحث‌هایی به‌وجود آمد و آن صاحب‌نام را به محاکمه و مجادله کشاندند و به او تاختند. با او از معیارهای کلاسیک عکس خوب، و نکات فنی صحبت کردند. به او گفتند عکس‌هایش فاقد این معیارهاست و دلایل خود را با مثال و قرینه همراه کردند. این گفته‌ها فایده نداشت. به نظر می‌رسید که آن صاحب‌نام اطلاعی از آن‌چه می‌شنود ندارد و لزومی هم برای ادامه‌ی صحبت نبود.

بعد از رواج یافتن انواع دوربین‌ها و امکانات عکاسی دیجیتال، و توسعه‌ی بسیار سریع آن، نگرانی‌ها و یا سؤالات فراگیری در میان عکاسان سنتی در مورد آینده‌ی عکاسی و اتفاق‌هایی که بر اثر سهولت کار و این‌که همه می‌توانند به نوعی عکاس باشند، پدید آمد. این نگرانی، هم در مورد بی‌مصرف شدن مهارت‌های پیشین و هم در مورد معیارهای عکس در زمان ما بود؛ اتفاقی که در گذشته هم موارد و سوابقی داشته است. اما فعلاً سرعت تغییرات است که موضوع را برجسته می‌کند و تازگی دارد. تحولات نو و یا حضور افراد آماتور و یا غیر مطلع در عکاسی امر تازه‌ای نیست.

درختان برلین
۲۰۰۶ (فوتولاگ رتبه ۴)



رالی ترینکات
جسی در شب ۲۰۰۶ (فوتولاگ رتبه ۵)



فیل بیبینگتون
۲۰۰۶ (عکس روز فوتولاگ رتبه ۳)
Phil Bebbington

رشد افروزین



شماره ۲
دوره پنجم
بهاره ۸۸

کار به جایی رسید که به او گفتند: «شما که از عکاسی هیچ نمی‌دانی، چرا عکس می‌گیری و نمایشگاه می‌گذاری؟» او در پاسخ گفت: «این امری شخصی است و لزومی به دادن پاسخ نیست! دوربین دارم و عکس می‌گیرم.»

این استدلال و این جمله‌ی شبه فلسفی در زمان خود مانند یک لطفه در میان دانشجویان رایج شد؛ مثل جمله‌ی معروف «می‌اندیشم، پس هستم». بر این باور، هرکس که دوربین داشت می‌توانست عکس بگیرد و آموزش عکاسی و رعایت معیارها را لازم نداند. تا مدت‌ها پس از آن جلسه، دانشجویان تا عکسی می‌دیدند که در حوزه‌ی انتخاب و سلیقه آن‌ها نبود، یا کنایه‌ای همه فهم درباره‌ی آن می‌گفتند: «یارو، دوربین داشته، عکس گرفته.»

آن صاحب‌نام، هنوز هم دوربین دارد و عکس می‌گیرد و راه خود را دنبال می‌کند. از میان آن دانشجویان هم تنی چند در بند عکاسی اند و بقیه محو شده‌اند. آنان که مانده‌اند، اگر چه گاه حضوری در زمینه‌ی عکاسی دارند و یا قلمی می‌زنند، اما حالا می‌دانند که در جهان امروز تعداد کسانی که دوربین دارند و عکس می‌گیرند، آن‌چنان زیاد شده است که جای دفاع از کیان عکس توأم با مهارت‌های پیشین در سطح عکس‌های فراوانی که هر روز از چپ و راست ارائه می‌شوند را باقی نمی‌گذارد، و می‌دانند جریان باد پذیرفته شده است.

عکاسی دیجیتالی آسان است و نیاز به مهارت‌های فنی، آموزش‌های تخصصی و صرف وقت زیاد برای انجام کارهای معمولی با آن لازم نیست. مثل گذشته، عکس‌ها به دلیل نوردهی کم یا زیاد و یا اشتباه در میزان کردن دوربین، خراب و غیرقابل رؤیت نمی‌شوند. نتیجه‌ای قابل قبول به دست می‌آید که عامل عکس‌برداری را به نتیجه می‌رساند که عکاس شده است. بعد از تهیه‌ی دوربین، مواد مصرفی آن هزینه‌ی زیادی ندارد و می‌توان به تعداد زیاد عکس گرفت و از میان آن‌ها انتخاب کرد. از طرف دیگر، حالا هر «فتوبلاگی» خود یک نمایشگاه بی‌تعطیلی و شبانه‌روزی است که در آن به روی تمام مخاطبان عالم باز است. بدین ترتیب، جوانانی که به عرصه می‌آیند، دیگر به تکنیک‌های سنتی توجه نمی‌کنند و دانشجویان

عکاسی، دروس عکاسی آنالوگ را بدون علاقه و برای رفع تکلیف می‌گذرانند. مطالب مربوط به عکاسی آنالوگ هم خواننده ندارد. درک کیفیات عکاسی آنالوگ با آخرین نسلی که با آن کار کرده‌اند، به پایان می‌رسد. بازار هم به رونق عکاسی دیجیتال سرعت می‌دهد.

● مجله‌ی فرانسوی "Reponses Photo"، در شماره‌ی تابستان ۲۰۰۵ و در صفحه‌ی پایانی مجله، با حروف درشت چند رقم قابل توجه آماری را ارائه کرده است که دانستن آن بی‌مناسبت نیست: ۱۴۰۰۰۳۰۰ دوربین دیجیتال و ۸/۸ میلیون عدد گوشی همراه دوربین‌دار، و ۵/۵ میلیون وسایل دیگر با قابلیت عکس‌برداری دیجیتال تا آن زمان در سال ۲۰۰۵ در فرانسه فروخته شده بود. در حالی که در سال ۲۰۰۴ در فرانسه فقط ۳۹۰ دوربین عکاسی قطع متوسط عکاسی به فروش رفته بود.

هم‌چنین در همین مجله و در همان صفحه می‌خوانیم: برآورد می‌شود که در سال ۲۰۰۵، شمار مجلات عکاسی که بسته خواهند شد، به ۲۰۰۰ مورد برسد. چونان که در سال ۲۰۰۴، دفا تر ۱۰۰۰ مجله‌ی عکاسی کرکره‌های خود را پایان کشیدند.

البته نوشته‌ی این مجله به‌طور عینی هم کاملاً محسوس است. دیگر از مجلات عکاسی که در

هر شماره تعداد زیادی عکس و مقاله و تحلیل به چاپ می‌رسانند، خبری نیست. مجلات کنونی پر از تبلیغات دوربین‌ها و وسایل دیجیتال هستند و مقالات آن‌ها هم مربوط به تجزیه و تحلیل و یا آموزش نرم‌افزارهای مربوط به عکس دیجیتال است. این اتفاق تدریجی صورت نگرفته است و به این علت شوک محسوب می‌شود.

● نخستین دوربین





عکاسی کودک

عکاسی دیجیتال به سال ۱۹۷۵ ساخته شد. اما برای ورود این پدیده به بازارها زمان لازم بود. چون هنوز رایانه‌های خانگی که وجودشان برای رونق عکاسی دیجیتال ضروری است، رایج نشده بودند و این دوربین به تدریج از ابتدای دهه‌ی ۱۹۸۰ روانه‌ی بازارها شد. شرکت «سونی»، دوربین مغناطیسی خود به نام «مویکا» را که دوربینی برای عکاسی

«غیرشیمیایی» بود در ابتدای دهه‌ی ۱۹۸۰ به نمایش گذاشت، اما تولید آن را به سال‌های بعد موکول کرد. این دوربین که روی «فلپی» می‌توانست ۵۰ عکس بگیرد، پدیده‌ای انقلابی بود و در زمان ارائه‌ی آن اعلام شد: با کمک دستگاهی، توانایی ارسال عکس‌ها را در زمان کوتاه از طریق خط تلفن دارد. فراموش نکنیم در آن تاریخ دستگاه‌های فکس هم به بازار نیامده بودند. در «فتوکیتر» ۱۹۸۴، شرکت نیکون نوعی دستگاه فکس ارائه کرده بود که جثه‌ی آن به اندازه‌ی یک ماشین لباس‌شویی خانگی بود و غرفه‌ی نمایش دهنده‌ی آن از بازدیدکنندگان یک لحظه خالی نمی‌شد. همه‌ی تجار آرزو داشتند که این دستگاه زودتر به بازار آید تا جای‌گزين دستگاه‌های تلکس شود.

در سال ۱۹۹۰ هم هنوز عکاسی دیجیتال راهی به جامعه‌ی عکاسان باز نکرده بود. بین عکاسان هم صحبتی جدی از آن نمی‌شد. در میانه‌ی دهه‌ی ۹۰ نخستین دوربین‌های عکاسی دیجیتال به استودیوی عکاسان وارد شدند و به ایران هم رسیدند. اما این دوربین‌ها مشکلات فنی زیاد داشتند و کماکان باور عکاسان حرفه‌ای بر این بود که این پدیده هرگز نمی‌تواند عکسی قابل رقابت با عکس‌هایی که آن‌ها روی اسلایدهای ۵x۵ اینچ می‌گیرند،

تهیه کند و بر این باور هم بودند که تقاضای بازار کماکان برای اسلاید است. اما دیری نگذشت که همین عکاسان، مجهز به دستگاه‌های عکاسی دیجیتال شدند و اکنون برعکس روال چند سال قبل، درجایی از دنیا که امکان لابراتواری وجود دارد، اگر یک مشتری از عکاسان اسلاید بخواهد، آن‌ها فایل‌های دیجیتالی خود را به لابراتوار می‌فرستند، تا از روی آن اسلاید تولید شود.

با اتفاق‌های بی‌شماری که در تاریخ عکاسی افتاده است، این نخستین بار نیست که ابزار کار ساده و در اختیار همه‌ی مردم قرار داده شده است. دست‌اندر کاران تولید لوازم عکاسی بارها کار را آسان‌تر از پیش کرده‌اند و در سراسر جهان مغازه‌های بی‌شمار به افرادی که حرفه‌ی آن‌ها عکاسی نبوده است، خدمات ارائه داده‌اند. پس همواره تعداد کسانی که آماتور بوده‌اند و یا «دوربین داشته و عکس انداخته‌اند» زیاد بوده است. فقط می‌توانیم بگوییم که امروز این تعداد بیشتر شده است. از این نظر، موضوع چندان متفاوت و قابل توجه نیست. چون کماکان در کنار اینان گروهی هم به «حرفه‌ی عکاسی» می‌پردازند. به هر حال، ابزار دیجیتالی در دست افراد متفاوت به اراده و خواست آن‌ها عمل می‌کند و حضور انسان پشت عکس هنوز باقی است.

آیا انسان با ابزار جدید هم، فردیت و شخصیت خود را به قوت گذشته حفظ خواهد کرد و یا همه شبیه یکدیگر خواهند شد؟ این هم یکی از نگرانی‌هایی است که مطرح می‌شود. این نگرانی برای گرافیست‌ها هم در شروع کار با رایانه وجود داشت. عده‌ای گمان داشتند کار با رایانه آثار گرافیست‌ها را مشابه هم کرده است. اما فقط آثار مبتدی‌ها و یا ناشی‌ها که از امکانات ساده و همه‌فهم رایانه برای کار گرافیک استفاده می‌کنند، شبیه هم شد. برای عکاسان هم چنین است. فقط عکس‌های کسانی شبیه هم می‌شود که اختیار کارشان به دست دوربین است.

سازندگان «دوربین‌های دیجیتال»، توان تولیدی خود را به سرعت برای تمام گرایش‌های ممکن در عکاسی آماده می‌کنند. تکامل عملکرد دوربین دیجیتال به مرحله‌ای رسیده است که می‌تواند ابزار تمام گرایش‌های عکاسی باشد و یا به گرایش‌هایی که پیش‌تر با مشکلات

فنی همراه بودند، بپردازد. حتی وسایل دیگری هم که به دوربین‌های ساده‌ی عکاسی دیجیتال مجهز هستند، برای عکاسی‌های خاص کاربرد پیدا کرده‌اند. با دوربین گوشی‌های تلفن همراه هم، تاکنون عکس‌های خبری بسیار گرفته‌اند.

سایت «فناوری اطلاعات ایران»، در قسمتی از مقاله‌ی روز سه‌شنبه سوم آذر ۱۳۸۳ خود نوشت: «در حال حاضر گوشی‌های دوربین‌دار به ابزاری همگانی مبدل شده‌اند که همه‌جا یافت می‌شوند و با وجود آن‌ها، کمتر صحنه‌ای از دست می‌رود. این پدیده‌ی جدید که به «موبایل ژورنالیسم» معروف شده است، در رقابت‌های انتخاباتی اخیر آمریکا نقش چشم‌گیری ایفا کرد. پلیس انگلستان نیز از تمام کسانی که از صحنه‌های بعد از انفجار لندن عکس گرفته بودند خواست که عکس‌های خود را در اختیار پلیس قرار دهند. هم‌چنین، اگر در جریان ۱۱ سپتامبر دوربین‌های آماتوری دیجیتال به کار نمی‌افتادند، از نخستین لحظات این واقعه عکس‌های متعدد فعلی در دست نمی‌بود. تعداد تصاویری که از حوادث اخیر توسط آماتورها ثبت می‌شود، با آن‌چه که پیش‌تر در اختیار بود، قابل مقایسه نیست. تاریخ و دنیای خبری از این‌که از انفجار «زیپلین هیندنبرگ» عکسی دارد و یا از تورور جان اف کندی فیلم هشت میلی‌متری آماتوری موجود است، همواره به‌عنوان اتفاق‌هایی نادر یاد می‌کرد. اما اکنون در همه‌جا دست کم دوربین‌های گوشی‌های همراه به کار می‌افتند. این اتفاق ضمن آن‌که ممکن است حریم‌های خصوصی زندگی مردم را بشکند، از سوی دیگر، همه‌ی اجتماعات را به حضور دائمی دوربین در هر لحظه و هر جا عادت می‌دهد؛ هر چند حضور دوربین در کشورها و فرهنگ‌های گوناگون متفاوت است.

در دوره‌ای از حاکمیت صدام حسین در عراق، داشتن دوربین عکاسی و ماشین تحریر ابزار جاسوسی محسوب می‌شد. در بسیاری از کشورهای دیگر هم، رؤیت دوربین عکاسی در خیابان در دست اشخاص، سؤال برانگیز بود. پیش‌تر در همه‌ی شهرهای جهان در مکان‌هایی که عکاسی از آن ممنوع بود، تابلوهایی را نصب می‌کردند که روی آن ضربدری بر تصویر یک دوربین بزرگ فانوسی کشیده

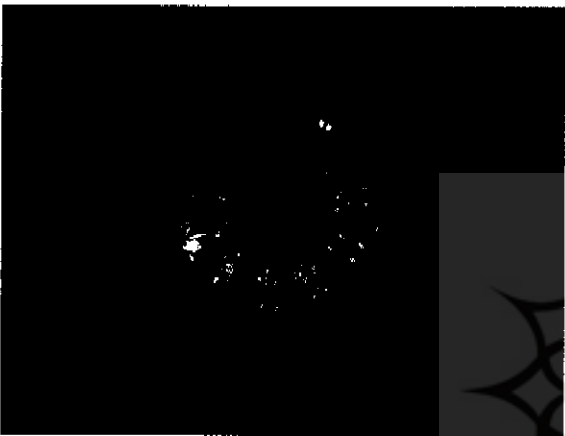
بود. این علامت از زمانی باقی مانده بود که عکس‌برداری با دوربین بزرگ انجام می‌شد و باور بر این بود که شخص دارنده‌ی نیت سوء، یک دوربین بزرگ را روی سه‌پایه برقرار می‌کند و به زیر پارچه‌ی سیاه می‌رود و عکس می‌گیرد. با آن‌که تا مدت‌ها این علامت کماکان به صورت نمادین به کار می‌رفت، اما اخیراً با کمی تخفیف، در این تابلوها دوربین بزرگ را در حد دوربین ۱۳۵ تقلیل

داده‌اند و ضربدر معروف را روی آن زده‌اند. شاید روزی این ضربدر روی تصویر گوشی دوربین تلفن همراه بخورد. هر چند که در اکثر شهرهای کشورهای جهان، با توجه به امکانات گسترده‌ی عکاسی، در مکان‌های شهری تابلوهایی عکاسی ممنوع را جمع‌آوری کردند.

اتفاق دیگر نوظهوری که تفاوت عمده با پیش دارد، نحوه‌ی مبادله‌ی عکس‌هاست. همان‌طور که آمد، حالا سایت‌ها و فتوبلاگ‌ها، رقیبی برای مجلات، کتاب‌ها و نمایشگاه‌های عکس هستند. حتی نقد و بررسی‌ها و اظهارنظرها را هم در این جاها می‌توان یافت. این پایگاه‌ها در همه‌ی سطوح اندیشه و تکنیک وجود دارند. در زمینه‌ی ارائه‌ی عکس اما، بیشتر آن‌ها به‌طور معمول در فعالیتی بسیار گسترده، عکس‌هایی را که از دید عکس‌شناسان در سطوح بسیار نازلی هستند، به نمایش عام می‌گذارند. ضوابطی برای نوشتن در وبلاگ‌ها اعمال می‌شود که نوع نگارش در وبلاگ‌ها را از نوشتن در روزنامه و



عکاسی انتزاعی



عکاسی معماری

به این حیظه هم ابتدا مایل به تماشای ردیف‌های بالای جدول باشند: بدین ترتیب سلیقه و بیان ردیف‌های بالای جدول بین بینندگان بیشتر جا می‌افتد. و به آن‌ها جهت داده می‌شود. این اتفاق می‌تواند در مذاق عکاسی بازدیدکنندگان و در تشکیل گروه‌هایی که کار عکاسی مشابه یکدیگر می‌کنند، مؤثر باشد.

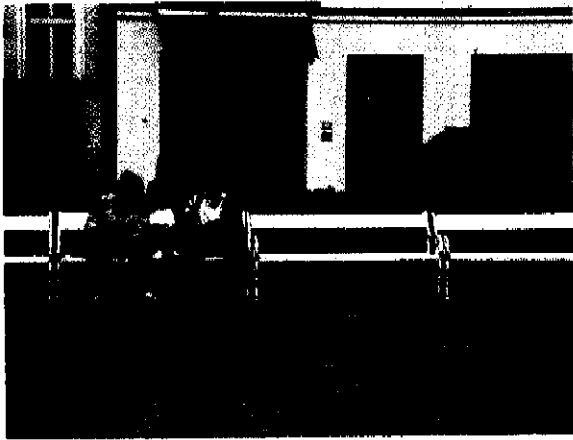
● پایگاه‌های اینترنتی که آدرس فتوبلاگ‌ها را در اختیار می‌گذارند، پاتوق افراد دارنده‌ی وبلاگ‌ها هم هست و آن‌ها با یکدیگر در تماس و مشاوره و یا در حال اظهار نظر پیرامون هر عکس ارائه شده هستند. یکی از این پاتوق‌ها، سایت Photoblogs.com است که زمینه را برای گردآوری فتوبلاگ‌های بی‌شماری از سراسر دنیا فراهم کرده است و آرا و ارقامی هم ارائه می‌کند. معمولاً هر روز دو فتوبلاگ برتر را که در هفت روز گذشته به شهادت آمار مکتسبه محبوب‌تر واقع شده‌اند، در کنار آمارهای دیگر ارائه می‌دهد. این همان اتفاقی است که دیگران را به سمت سلیقه‌ی آماری سوق می‌دهد. [چند عکس از عکس‌های روز یازدهم فوریه‌ی ۲۰۰۶، آن فتوبلاگ را برای چاپ در مجله انتخاب کرده‌ایم. معمولاً در این سایت، عکاسان ژاپنی بیشتر از سایر ملل در این فهرست حضور دارند.] از ده عکس انتخابی روز یاد شده، چهار عکاس با دوربین آنالوگ عکاسی کرده‌اند که خود می‌تواند جالب باشد.

● سایت‌های عکاسی اما با فتوبلاگ‌ها تفاوت دارند. در این جا هدف متفاوت است و معمولاً مجموعه عکس یا عکس‌هایی از عکاس و یا عکاسانی که گاه حرفه‌ای و یا از چهره‌های بسیار شناخته شده هستند، با انتخابی از سر تأمل و دقت بیشتر و با شرح و تفصیلی متفاوت از فتوبلاگ‌ها قرار داده می‌شوند. داشتن سایت برای عکاسان فعال، یک ضرورت است. در سایت‌ها، اطلاعاتی مشتمل بر همه‌ی گروه‌ها و عکاسان، با همه‌ی تکنیک‌های همه‌ی زمان‌ها و به نیت دادن اطلاعات در آن زمینه‌ها و یا تبلیغ شخص، نمایشگاه و یا موزه‌ای ارائه می‌شود. معمول است، سایت‌ها به دست متخصص فن ساخته و پرداخته شوند. حجم مطالب و عکس‌های یک سایت عکاسی معمولاً دچار تغییر و تحول فتوبلاگ نمی‌شود. بینندگان

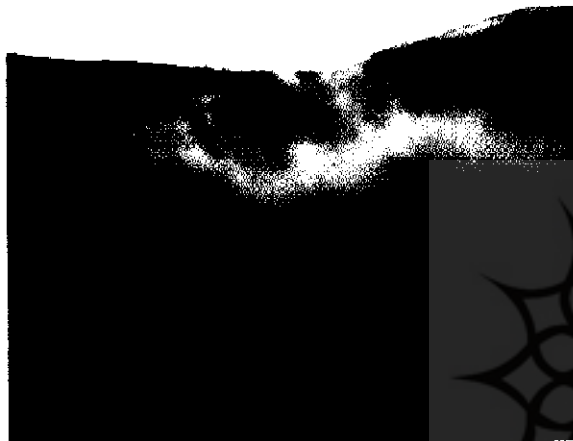
کتاب متفاوت می‌کند. رفتار با عکس هم در فتوبلاگ‌ها همین‌گونه است. معمولاً صاحبان فتوبلاگ‌ها عکاس نیستند و با داشتن حرفه‌های دیگر، فرصت پرداختن به عکاسی و به روز کردن فتوبلاگ خود را هم دارند. معمول است، که دارندگان فتوبلاگ هر روز یک عکس جدید ارائه کنند تا به اصطلاح خودشان «روزی یک عکس» مورد عملشان باشد. که این خود دو رفتار را تاکنون در برداشته است: عده‌ای واقعاً هر روزه مشغول به عکاسی هستند و یکی از عکس‌هایی را که مبین دیدگاه آن‌ها در همان روز است، به آرشیو فتوبلاگ می‌دهند و کسانی هم روزی یک عکس از داشته‌های خود را، بدون مقید بودن به تاریخ عکس برداری، ارائه می‌دهند.

اما شرط گذاشتن عکس در فتوبلاگ‌ها، کیفیت آن نیست. دیدن همه‌ی فتوبلاگ‌های جهان نیز با توجه به کثرت آن‌ها میسر نیست. تعداد بازدیدکنندگان از هر فتوبلاگ و هم‌چنین بازدیدکنندگان هر عکس هم به‌طور خودکار در شماره‌اندازی ثبت می‌شود. بدین ترتیب، صاحبان فتوبلاگ‌ها هم به ترتیب شمارگان بازدیدها صاحب ردیف و اعتبار هستند. در سایت‌هایی که آدرس فتوبلاگ‌ها را در اختیار می‌گذارند، این سلسله مراتب در دید بازدیدکنندگان است. بسیار منطقی است که نوواردان عکاسی طبیعت بی جان





عکاسی مستند اجتماعی



عکاسی طبیعت

این سایت‌ها هم به هنگام دیدن آن‌ها، مواضع متفاوتی با آنچه در برخورد با فتوبلاگ دارند، اتخاذ می‌کنند؛ مانند تفاوتی که در میان خواندن روزنامه، مجله، کتاب، جزوه و یا یک بروشور تبلیغاتی هست.

● همه‌ی سایت‌های عکاسی و فتوبلاگ‌ها برای عکس‌های خود حق کپی‌رایت قائل‌اند. اما به درستی معلوم نیست که این حق اگر نادیده گرفته شود، چگونه قابل پی‌گیری است. محدوده‌ی انتشار، آن‌چنان وسیع است که پی‌گیری و دادخواهی در آن میدان چندان سهل نیست. ضمن آن‌که قوانین مربوط به اینترنت در همه‌ی کشورها از سرعت پیشرفت این پدیده عقب می‌ماند.

● فرهنگ لغات و اصطلاحات عکاسی هم به سرعت، لغات و اصطلاحات خسود را عوض می‌کند. برای مبادلات کلامی در زمینه‌ی عکاسی دیجیتال، به کلمات و اصطلاحات تازه‌ای نیاز هست. با فراگیر شدن این فرهنگ و با به‌کار نگرفتن عکاسی آنالوگ، فرهنگ لغوی آن هم کم‌رنگ و به تدریج خلاصه می‌شود. این اتفاق را در مجموعه‌ی جدید کتاب‌های مؤسسات جهانی انتشارات کتب عکاسی به‌خوبی می‌توان دید.

● اتفاق هم‌زمان با رواج عکس‌های دیجیتال، تبدیل نگاتیوها و عکس‌های آنالوگ به کمک اسکنرها به فایل‌های دیجیتال است. بدین ترتیب، بسیاری از امکانات مربوط به عکس‌های دیجیتال را می‌توان در مورد عکس‌های آنالوگ هم اعمال کرد. با چاپ دیجیتال، بساط تاریک‌خانه و پرینترهای سنتی کم‌کم بی‌رونق شده است. در فتوبلاگ‌ها و سایت‌های عکاسی، عکس‌های آنالوگ به کمک این توانمندی در کنار عکس‌های دیجیتال حضور دارند. پردازش عکس‌ها و عملیات آماده‌سازی آن‌ها هم با کمک نرم‌افزارها که مرسوم‌ترین آن‌ها «فتوشاب» است، صورت می‌گیرد.

کار با نرم‌افزارها برای کاربران آسان است، اما بستگی دارد به این‌که نرم‌افزار به دست چه کسی و با چه مهارت، خواسته و فرهنگی به کار گرفته شود. بسیاری از عکس‌های نازل با دستکاری افراد غیر حرفه‌ای در محیط این نرم‌افزارها، نازل‌تر و چشم‌آزارتر می‌شوند. دستکاری‌های بی‌مورد روی عکس‌ها، فوراً به چشم می‌آیند و به

را به اصطلاح «پاس پارتو» و قاب هم می‌کنند.

● عکاسی دیجیتال و امور وابسته به آن، مقطعی تاریخی از فرایند عکاسی را می‌سازند؛ پدیده‌ای که با رایانه هم خوان است و در سیر تحولات فعلی جهان اعتباری به واقع دارد. رشد و پیشرفت فنی آن روزافزون خواهد بود و مانند هر ابزار نو در نوع نگرش در عکاسی مؤثر خواهد افتاد. کثرت تصاویر و سرعت ارائه‌ی آن‌ها و نوع واسطه‌های تصویری و رسانه‌ها، خواسته‌های تازه‌ای را در برخورد با آن‌ها سبب شده و می‌شود. فرصت دیدار با هر عکس، کوتاه و کوتاه‌تر خواهد شد. عکس‌ها، در دنیای مجازی، دیگر پدیده‌ای خلاق و با شخصیتی مطلق روبه‌روی بیننده نیستند و به تدریج گذراتر، و بخشی سیال از گذر زمان می‌شوند؛ نه آن‌که مبین مقطعی قاب گرفته و مفروض از زمان باشند. عکس‌ها پیش از آن‌که معرف سازنده‌ی خود باشند، مبین دوره‌ی خود و تباری می‌شوند که کل چرخه و فرایند تولید عکس را سبب شده‌اند.

عکس‌های رنگی از عکاسان ایرانی