



Color Press Group i magazin Lepota & Zdravlje su u septembru 2014., u Galeriji slika „Sava Šumanović“ u Šidu, priredili izložbu „Jedan slikar, 10 fotografa, 20 umetničkih dela“, koja je na jedinstven način ukrstila dve vrste umetničkog izraza - sliku i fotografiju. Priliku da potvrde svoju kreativnost isprovociranu stvaralaštvom velikog majstora kičice dobili su: Nebojša Babić, Željko Škrbić, Miloš Nadaždin, Miša Obradović, Jovana Mladenović, Đorđe Odanović, Braca Nadeždić, Sever Zolak, Irena Savičić i Nemanja Maraš.

U oktobru sledeće godine, takođe u organizaciji Color Press Grupe i časopisa Lepota & Zdravlje, isti koncept je premešten u Galeriju „Milan Konjović“ u Somboru, sada pod nazivom „Jedan slikar, 15 fotografa, 30 umetničkih dela“. Ovoga puta srpski fotografi: Vukica Mikača, Dragan Kujundžić, Predrag Uzelac, Aleksandar Radoš, Đorđe Arambašić, Milica Mrvić, Jaroslav Pap, Bojana Andrić, Radivoj Hadžić, Aleksandar Kamasi, Senja Vild, Mirko Tabašević, Luna Jovanović, Boris Bajčetić i Danilo Mijatović, snimili su savremenu fotografiju kao reminiscenciju na jednu od Konjovićevih slika u stalnoj postavci galerije.

Uspešna akcija interpretacije ličnih viđenja platna poznatih srpskih slikara kroz fotografiju nastavljena je ove godine povodom obeležavanje 120 godina od rođenja Milana Konjovića i izložbe „Milan Konjović iz novosadskih kolekcija“ u Spomen-zbirci Pavla Beljanskog. Color Press Group je početkom decembra priredila još jedan happening, sada sa novosadskim fotografima. U projektu je učestvovalo devet fotografa: Jaroslav Pap, Nenad Mihajlović, Radivoj Hadžić, Bojana Andrić, Tijana Henn, Aleksandar Miškov, Aleksandar Kamasi, Gordana Jović Atlagić i Mladen Sekulić, sa kojima ova izdavačka kuća ostvaruje duže vreme plodnu saradnju. Njihova viđenja dela Milana Konjovića nastala pre 50, 70 i više godina fascinirala su svojim originalnošću i izmeštanjem ideja, prostora i vremena, predstavljenim na slikama velikog somborskog majstora.

- Ne kažu džabe da fotografija vredi više od 1.000 reči. Kao dugogodišnjem uredniku magazina fotografija je sve. Dobra fotografija na naslovnoj strani, dobra fotografija pri opremanju teksta je ključna stvar, nezamenjiva i u vremenu digitalne manipulacije slike, zvuka, teksta i videa. Bez obzira na sve tehnološke novotarije fotografija drži sigurnu poziciju. Najpopularnija društvena mreža - instagram, bazirana je na fotografiji, što dovodi do zaključka da fotografija nije ništa manje značajna ni za današnju generaciju. Ona je najbolji svedok jednog trenutka, pa čak i vremena - kaže Robert Čoban, vlasnik i predsednik kompanije Color press Group najvećeg izdavača magazina u regionu, i sve prisutnijeg organizatora originalnih manifestacija. Po njegovim rečima ceo svet je zaražen fotografijom, a širenje te zaraze omogućili su pametni telefoni. Svako može da izvadi mobilni telefon i fotografiše. To je stvorilo mogućnost da svako bude fotograf u svakom momentu, da se ostavi što više tragova, što vodi i

u krajnost: - Jedan moj prijatelj, vlasnik salaša, se žali da mladi ne znaju da se zabavljaju uz tamburaše i umesto da pevaju i igraju neprestano se slikaju. Treba naći meru i u tom dokumentovanju trenutka. Prema njegovim rečima to ranije nije bio slučaj. Ranije su samo fotografi bili fotografi. Potom su došle generacije koje su imale kabaste analogne fotoaparate i nosili filmove na razvijanje, ali ih nisu uvek imali uz sebe. Digitalno doba je mnogo toga promenilo. Umetnici fotografije su, međutim, ostali umetnici, a umetnička fotografija medij vredan poštovanja:

- Za stvaranje umetničke fotografije nije dovoljan samo tehnički kvalitet. Odabir pravog kadra, nalaženje idealnog ugla i količine svetla, samo su neki od preduslova stvaranja umetničkog dela. Kvalitet fotografije uvek je zavisio i zavisice od kreativnosti onoga ko fotografiše. Gospodin Čoban kaže da su fotografije i video zapisi na društvenim mrežama umnogome doprinele razvoju turizma, popularizaciji nekih destinacija. On sam, beležeći neke zanimljivosti sa svojih putovanja, bio je inspiracija mnogima da krenu na put. Kaže da ideju za svoja putovanja nalazi u filmovima i knjigama dok milenijum generacija živi brže, reaguje brže, i kada vidi na instagramu neku „vau!” plažu, ili „vau!” planinski vrh, poželi da ode tamo, što je prilično efikasan način promocije turizma.



