

ПОДБОР ФОТОИЛЛЮСТРАЦИЙ И КРИТЕРИИ ИХ ОЦЕНКИ



Лежанская П.В.

- Подбирать фотографии для иллюстрирования изданий можно разными способами. Можно использовать готовые фотографии или заниматься собственным производством фотографий для конкретных целей (продакшен). Выбор способа зависит от вида издания, целей, бюджета и пр.



- Использование готовых фотографий, то это использование фотографий, сделанных не работниками вашего издания, а кем-то другим. Сюда относят фотографии, распространяемые информационными агентствами по подписке, а также фотографии из фотобанков.
- При продакшене говорят о работах фотографов (фотокорреспондентов) издания, снятых по заданию редакции. Причём сроки исполнения, жанр и пр. различаются в каждом конкретном случае.



Информационное агентство

- специализированное информационное (организация, служба, центр), обслуживающее общественные интересы. Основная функция - снабжать оперативными сведениями экономическую, социальную, культурную общественность. Средства массовой информации: газет, журналов, телевидения, радиовещания, печатных и электронных изданий, учреждений, организации, частных лиц и подписчиками на его продукцию.

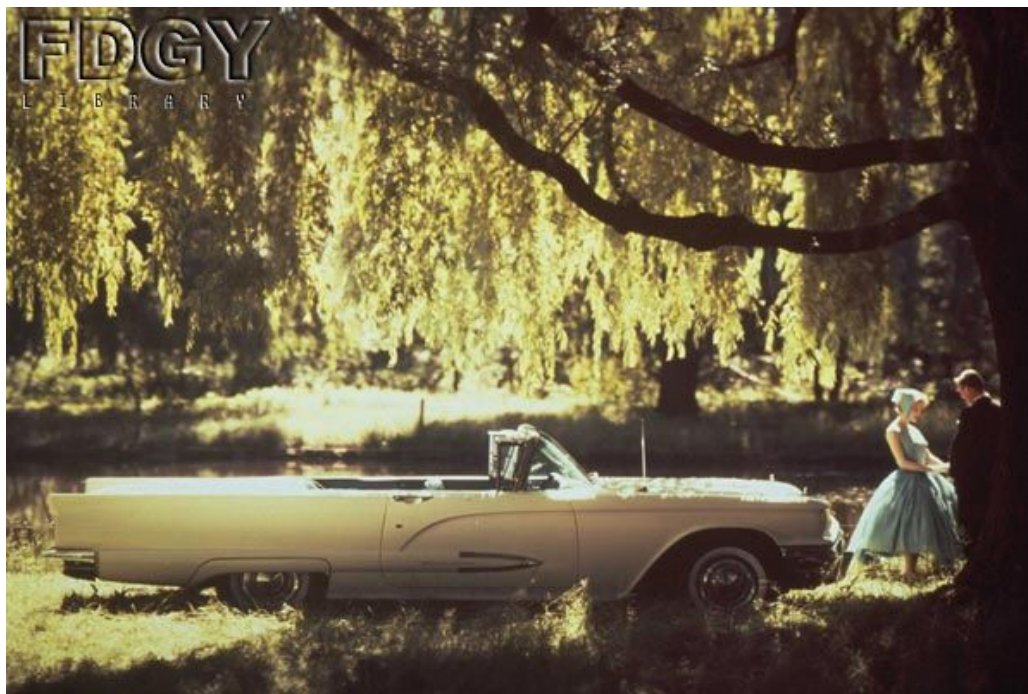


В Беларуси действует 9 информационных агентств, 7 из них – частные

- Белорусское телеграфное агентство (БелТА).
- Военное информационное агентство «Ваяр».
- Информационное агентство «Интерфакс-Запад».
- Белорусское частное агентство новостей (БЕЛАПАН).
- Информационное агентство «ЭКОПРЕСС».
- Представительство российского информагентства ИТАР-ТАСС.
- Представительство российского информагентства Прайм-ТАСС.
- Корреспонденты «Рейтер».
- Корреспонденты «Ассошиэйтед Пресс».

Фотобанк

- Это банк изображений, который выступает посредником между авторами изображений и их покупателями. Он берёт на себя задачу поиска покупателей и приёма платежей, что значительно упрощает жизнь фотографам и иллюстраторам.



«Традиционные» фотобанки

- работают с цифровыми изображениями или со слайдами с использованием различных лицензий. Иногда используются эксклюзивные условия продаж, в соответствии с которыми фотография может продаваться только в одном фотобанке. При этом фотобанк хранит историю продаж фотографии и клиент может быть уверен, что купленное им изображение не использовалось ранее конкурирующей фирмой. Цена фотографии в традиционном фотобанке зависит от таких факторов, как: срок использования изображения, тираж, формат изображения, территория использования, другие параметры использования.



Микропейментовые фотобанки

- (синоним: «микростоковые фотобанки») отличаются от традиционных продаж изображений на неэксклюзивной основе за сравнительно небольшие деньги. Изображения из микростоковых фотобанков удобно использовать для иллюстрирования статей, презентаций, телепередач, годовых отчётов компаний, web-сайтов и пр. Автор изображения с каждой продажи получает заранее оговорённый процент. Каждая продажа приносит небольшую сумму, но самих продаж может быть много.



WWW.FOTOBANK.RU GS22-3631 Getty Images Sport EO
VAL DI Fiemme, ITALY - FEBRUARY 23: Marit Bjørgen of Norway celebrates victory as she crosses the finish line during the Women's Skiathlon 7.5km at the FIS Nordic World Ski Championships on February 23, 2013 in Val di Fiemme, Italy. (Photo by Mike Hewitt/Getty Images)

Свободное использование

- Существуют фотобанки, предоставляющие фотографии как по традиционной или микропайментовой схеме, так и свободно, без каких-либо платежей и лицензионных отчислений. Всё, что требуется для публикации таких материалов, это указать автора и ссылку-источник



Лицензия Rights-Managed (с управляемыми правами)

- Подразумевает последовательное использование фотографии разными покупателями. Стоимость такой лицензии рассчитывается исходя из размера изображения, вида и длительности использования, а также его географии. Если конечный клиент покупает фотографию по лицензии Rights-Managed, он должен будет предоставлять информацию о деталях использования фотографии. Для расчёта конечной цены покупателю предлагается воспользоваться электронным калькулятором на сайте фотобанка или обратиться напрямую в отдел продаж. Существует также возможность эксклюзивной покупки прав на изображение по лицензии Rights-Managed



photo.com

Лицензия Rights-Ready



- Подразумевает использование фотографии для конкретной цели или в конкретном проекте. Покупателю необходимо предоставить уточняющую информацию о том, как именно будет использоваться фотография — в каком проекте и в каких целях. При этом клиент не платит дополнительных отчислений, если повторно использует изображение в том же проекте с теми же целями, как было обозначено заранее

Royalty-Free (свободные от отчислений)

- Лицензия, приобретение которой дает возможность использования изображения неограниченное количество раз без дополнительных отчислений. Это лицензия, по которой все права на изображение после продажи остаются у автора, а покупатель получает лишь право использования этого изображения. Стоимость лицензии Royalty-Free основана на размере фотографии и количестве покупателей, которые могут ее использовать.



Лицензия Editorial (редакционная)

- Подразумевает использование фотографии не в целях рекламы, маркетинга или продвижения продукта на рынок, а исключительно в целях иллюстрации информационного повода. При использовании фото по лицензии Editorial от людей, изображённых на фотографии не требуется передача прав на использование своего образа (как это требуется при коммерческом использовании фото). По лицензии Editorial могут распространяться не все изображения. Как пример, распространение по этой лицензии крупнопланового портрета человека может быть оспорено изображённым лицом с весьма неприятными последствиями для конечного пользователя изображения



ТЕХНИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ СТОКОВЫХ ФОТОГРАФИЙ

В каждом фотостоке и фотобанке существуют свои требования к изображениям, однако общая суть их сводится к следующему:

- ▣ **Общее качество.** Композиция, техническое качество и обработка должны быть на высоком уровне. Если это пейзаж, небо должно быть правильно экспонировано, как и земля, на портрете не должно быть красных глаз.
- ▣ **Размер фото.** Все фотобанки принимают изображения с шестимегапиксельной камеры. Если кадр будет больше, это предпочтительнее.
- ▣ **Резкость.** Резкость должна быть наведена правильно. Если вы пришлете фотографию цветка, на которой резкость будет на дальнем от вас лепестке, ее не примут.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ СТОКОВЫХ ФОТОГРАФИЙ

- **Шумы.** В фотобанках очень критичное отношение к шумам. Как минимум, шумы должны быть неразличимы при 100%-м просмотре фотографии. Следует быть осторожнее при подавлении шумов в ходе обработки изображения, чтобы не потерялись детали.
- **Цветокоррекция.** На изображении должны быть правильные цвета. Многие фотографы стремятся сделать фотографии более сочными, привлекая таким образом покупателей. Но при слишком сильной доработке в графическом редакторе автор рискует получить отказ инспектора с соответствующим комментарием, и фотография не попадет в фотобанк.
- **Стоковость.** Это коммерческий потенциал фотографии. Например, фотограф может просто сфотографировать несколько монет, а может сделать красивое фото с продуманной композицией. Его купят в десятки раз больше, нежели обыденную фотографию. Стоковость – это то, насколько фотография может быть интересна покупателям.

Рекомендации Университета штата Огайо (США)

- ▣ **техника съемки:** наличие резкости; хороший контраст; точный цветовой баланс



Рекомендации Университета штата Огайо (США)



композиционное решение:

- определяющий сюжетный план, поддерживающий и дополняющий фон;
- введение случайного (неупорядоченного) в жесткую упорядоченную сцену;
- введение цвета в монохромную сцену;
- правило третей;
- кадрирование;
- избирательный фокус (творческое использование глубины резкости);
- отражение;
- проводка;
- ракурсная съемка;
- ключевой момент развития ситуации;
- линейная перспектива;
- силуэт

Рекомендации Университета штата Огайо (США)

сюжетное решение:

- ❑ Фотография активная или пассивная?
- ❑ Этот снимок чего-то, чего никто не видел раньше или снимок чего-то привычного, но с принципиально новой точки зрения?
- ❑ Снимок описывает ситуацию быстрее, глубже, точнее, откровенней, полнее, чем это можно сделать одним напечатанным предложением?
- ❑ Зафиксировано ли фотографией нечто более сложное и глубокое чем простая констатация факта события?
- ❑ Достаточно ли снимок эмоционален, чтобы возбудить те или иные сильные чувства у зрителя?
- ❑ Достаточно ли снимок является цельным, хорошо закомпонованным и интересным, чтобы иметь право на существование без подписи и вне серии?
- ❑ Если снимок имеет название (подпись), то насколько точно соответствуют идея снимка и название?
- ❑ Если снимок имеет название (подпись), то насколько полно вы ответили этой работой на вопросы кто? что? когда? где? и почему?
- ❑ Если снимок имеет название (подпись), то насколько работа (снимок-подпись) объективна и однозначна?
- ❑ Не является ли снимок безэмоциональной констатацией факта?
- ❑ Насколько эффективен ваш снимок? Фотография должна завести возбудить восхитить развлечь или рассказать о чем-то вашему зрителю



Анализ пресс-фотографии

Сообщение:

□а) **тема и предмет/объект/субъект** (о чём/ о ком сообщение?):

исключительность; актуальность;
новизна;

□b) **информация** (что сообщено?): поле охвата; проработка;

□c) **подача материала** (как сообщено?): авторская позиция; воздействие по уровням восприятия: эмоциональный, образный, рациональный; социокультурный охват воздействия («целевая аудитория»); протяжённость воздействия во времени (возможный «срок годности»); оригинальность решения поставленных задач.



Анализ пресс-фотографии

Форма:

- а) **работа с образами:** читаемость (артикуляция); организация образов (ритм и композиция); гармоничность сочетаний; стилистическое единство; образная насыщенность (ассоциативные ряды); «свежесть взгляда»; эмоциональный настрой;
- б) **«studium»** (что мы видим?): информативная насыщенность (кто / что / где / когда / почему); зафиксированный факт (значимость) и его интерпретация; сюжет (что происходит?) и логика происходящего; количество сюжетных линий;
- с) **«punctum»** (то что «задевает за живое»). Studium и punctum - термины предложенные Роланом Бартом в его книге «camera lucida»
- 3. **Специфика языка сообщения** (фотографичность):
 - а) **использование специфических возможностей и особенностей фотографии:** работа с «длением времени»; высокая точность фиксации внешнего облика видимых предметов; «документальность» / «жизнь как она есть»; камера как «вынесенный глаз»; буквально авторская «точка зрения»;
 - б) **техничность:** работа с чёткостью изображения; экспозиция; работа с освещением; цветовой баланс; технические трюки (длительная / сверх-короткая выдержка, съёмка с проводкой, зуммирование при длительной выдержке, синхронизация по второй/первой шторке и т. п.).



Анализ серии



В фотосерии плюс к вышесказанному важно:

- ▣ а) объединяющая отдельные фото в серии тема/мысль/идея/признак;
- ▣ б) фабула;
- ▣ с) сюжет;
- ▣ д) начало – кульминация – развязка (+ переходы, если есть);
- ▣ е) «монтаж»: по доминантам, по темпу, по внутрикадровому направлению, по планам, по движению, по тону/яркости.

Фотоархив

- Каталогизация фотографий осуществляется по какому-либо признаку. Универсальных рекомендаций не существует, всё зависит от личных предпочтений того, кто ведёт архив. Главное, чтобы в этом архиве можно было быстро найти требуемую фотографию. Основное требование к информации в фотоархивах для периодических изданий, чтобы всегда можно было восстановить дату съёмки, ФИО автора, наименование события, список действующих лиц (если они есть).

