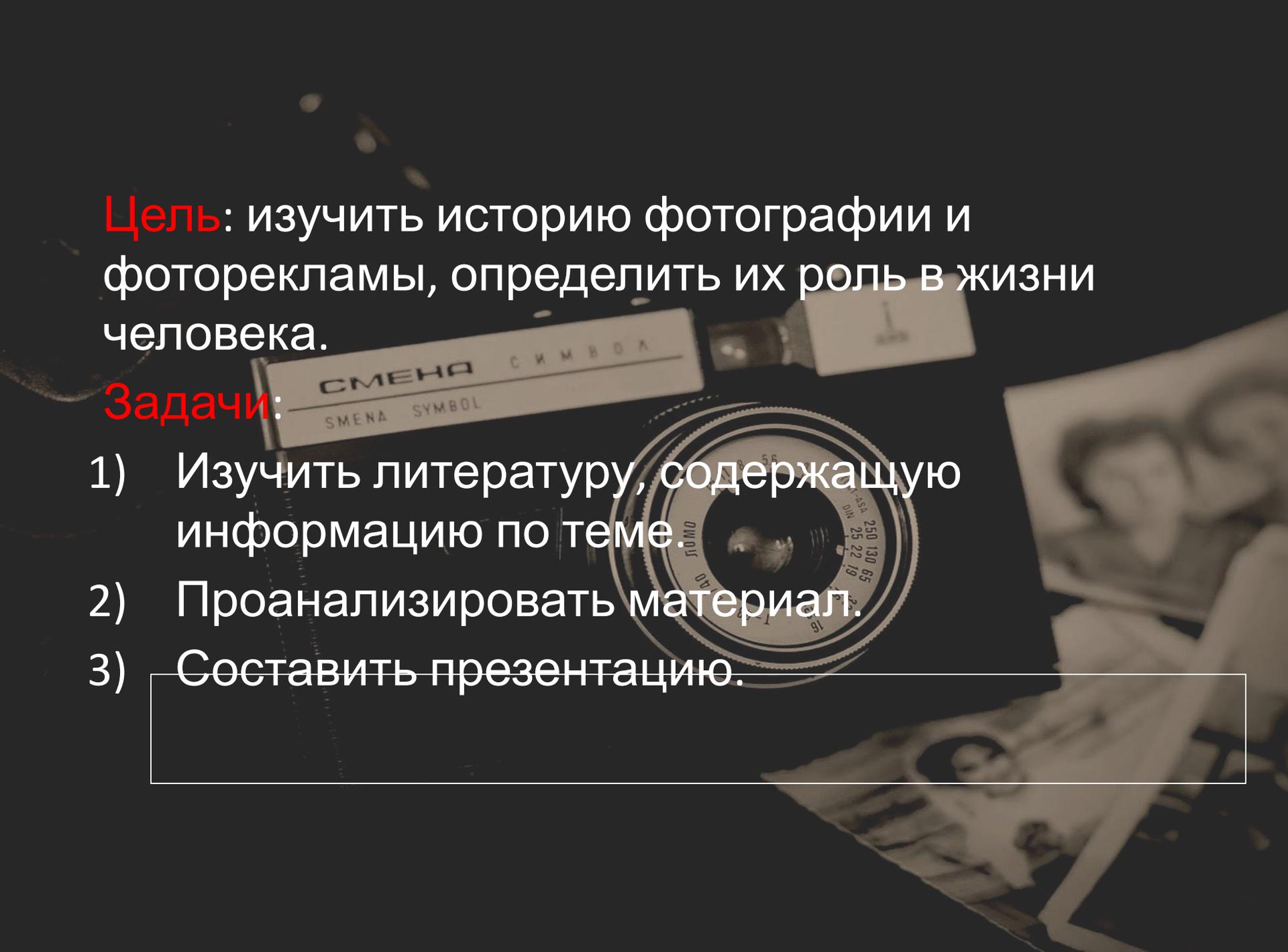


История фотографии и фоторекламы

Выполнил: **Розов Илья Владимирович**,
ученик 10 А класса

Руководитель: **Розова Ирина Владимировна**, учитель русского языка и литературы

The background features a dark, artistic composition. In the center, a camera lens is prominent, with technical markings such as 'SMENA SYMBOL', '250 130 65', and 'DIN 25 22 19'. To the left, a film strip is partially visible, also bearing the 'SMENA SYMBOL' text. On the right, a black and white photograph of a person's face is partially shown. The overall aesthetic is vintage and technical.

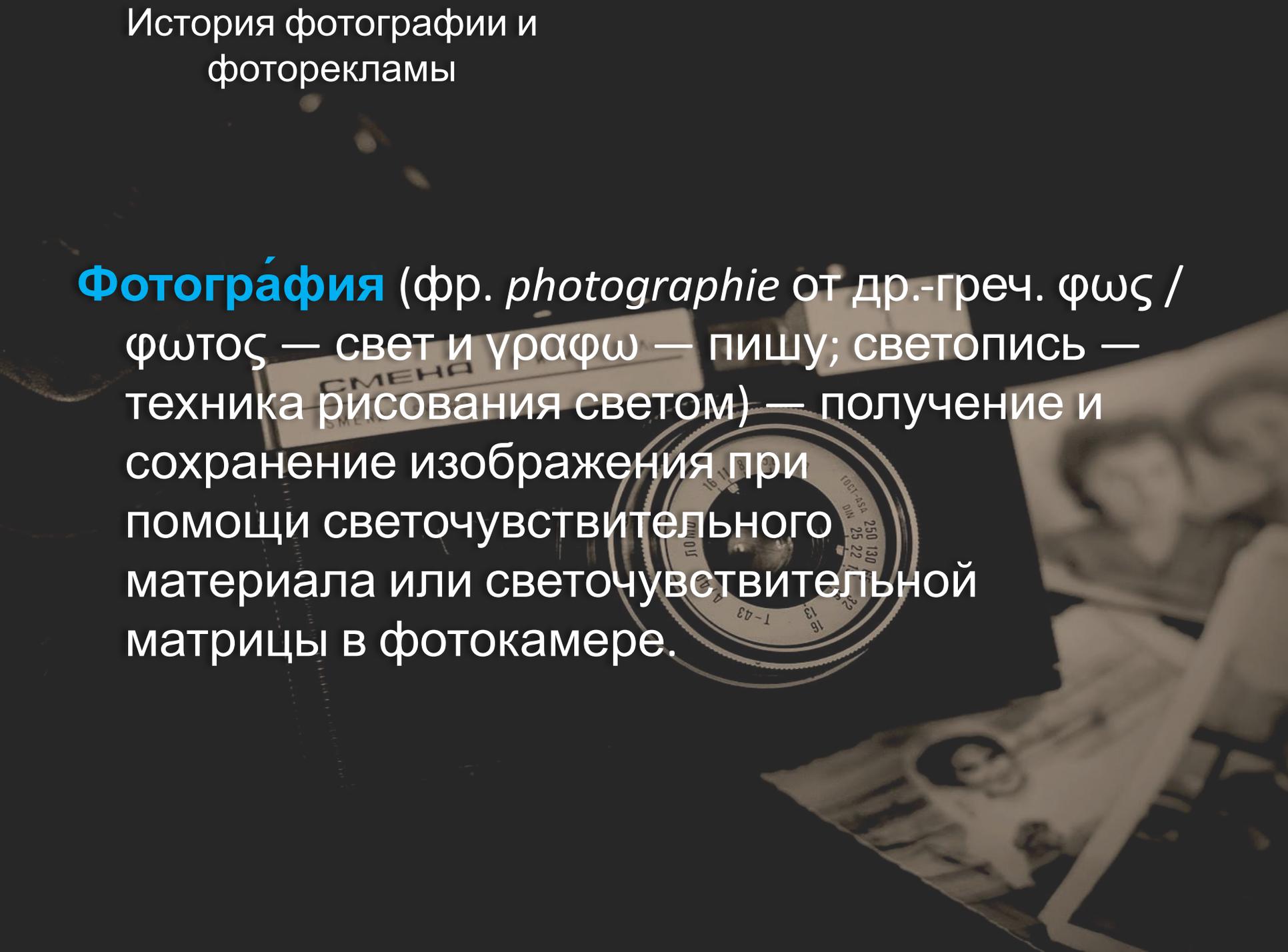
Цель: изучить историю фотографии и фоторекламы, определить их роль в жизни человека.

Задачи:

- 1) Изучить литературу, содержащую информацию по теме.
- 2) Проанализировать материал.
- 3) Составить презентацию.

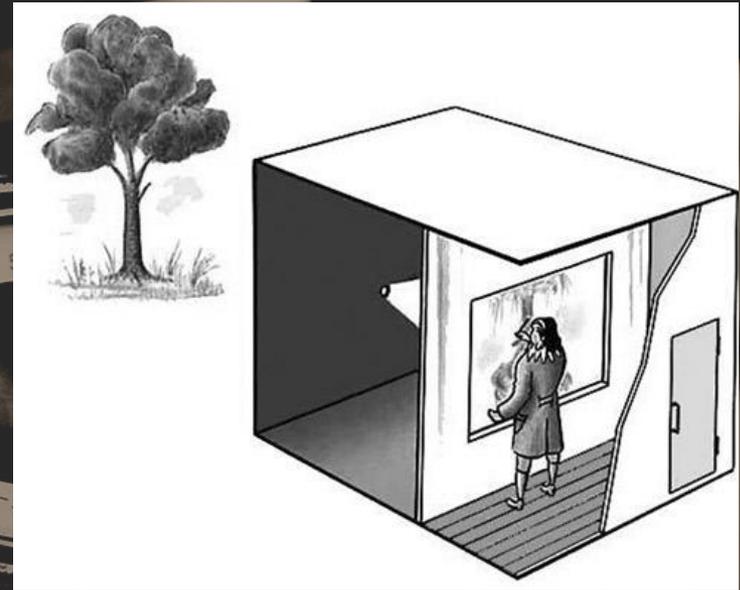
История фотографии и фоторекламы

Фотография (фр. *photographie* от др.-греч. φως / φωτος — свет и γραφω — пишу; светопись — техника рисования светом) — получение и сохранение изображения при помощи светочувствительного материала или светочувствительной матрицы в фотокамере.

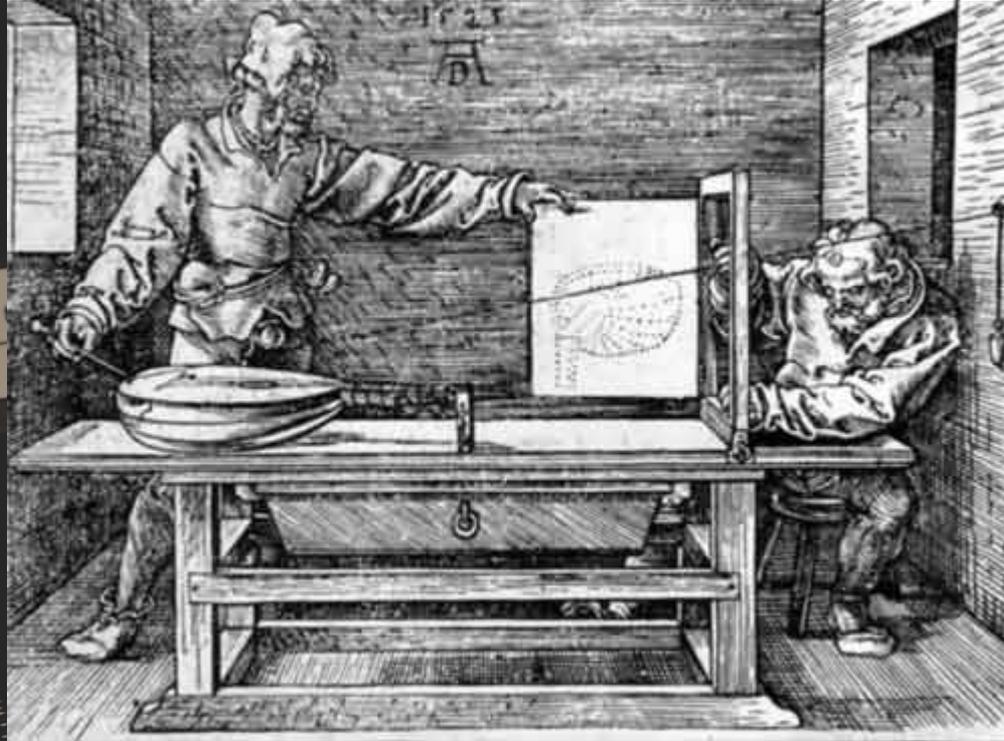
A dark, artistic collage featuring a vintage camera lens in the center, a film strip on the left, and a black and white photograph of a person on the right. The background is a textured, dark surface.

История фотографии и фоторекламы

С незапамятных времен, например, было замечено, что луч солнца, проникая сквозь небольшое отверстие в темное помещение, оставляет на плоскости световой рисунок предметов внешнего мира. Предметы изображаются в точных пропорциях и цветах, но в уменьшенных, по сравнению с натурой, размерах и в перевернутом виде. Это свойство темной комнаты (или **камеры-обскуры**) было известно еще древнегреческому мыслителю Аристотелю, жившему в IV веке до нашей эры. Принцип работы камеры-обскуры описал в своих трудах Леонардо да Винчи.



История фотографии и фоторекламы



Гравюра 1525 года выполнена Альбрехтом Дюрером. Она показывает приспособление, разработанное немецким художником для черчения и изучения перспективы

История фотографии и фоторекламы

Чёрно-белая фотография — исторически первый вид фотографии. После появления цветной, а затем и цифровой фотографии, чёрно-белые снимки сохранили свою популярность. Зачастую цветные фотографии преобразуются в чёрно-белые для получения художественного эффекта.

A vintage camera lens with a film strip is shown in the background. The lens has markings for focal length (25, 50, 75, 100, 150, 200) and aperture (f/1.8, f/2.8, f/4, f/5.6, f/8, f/11, f/16, f/22, f/28, f/32). The film strip is partially unspooled, showing a black and white photograph of a person's face.

История фотографии и фоторекламы

Первое закреплённое изображение было сделано в 1822 году французом **Жозефом Нисефором Ньепсом** (Nicéphore Niépce), но оно не сохранилось до наших дней. Поэтому первой в истории фотографией считается снимок «**Вид из окна**», полученный Ньепсом в 1826 году с помощью камеры-обскуры на оловянной пластинке, покрытой тонким слоем асфальта. Экспозиция длилась восемь часов при ярком солнечном свете. Достоинством метода Ньепса было то, что изображение получалось рельефным (после протравливания асфальта), и его легко можно было размножить в



Первая фотография в мире,
«Вид из окна», 1826

История фотографии и фоторекламы

Целой эпохой в истории фотографии явилось изобретение **Луи Жака Манде Дагера**. Изображение (дагерротип) получали на серебряной пластинке, обработанной парами йода. После экспонирования в течение 3—4 часов пластинку проявляли в парах ртути и фиксировали горячим раствором поваренной соли или гипосульфита. Дагерротипы отличались очень высоким качеством изображения, но можно было получить только один снимок



Оригинальная камера Дагера, сделанная Альфонсом Жиру



История фотографии и фоторекламы



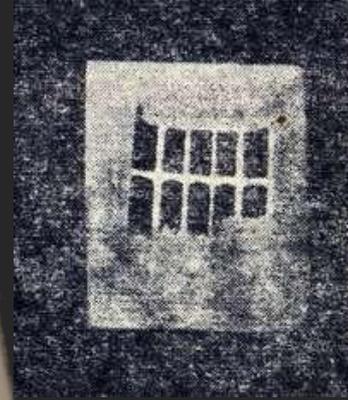
«Мастерская художника».
Дагерротип (1837)



Бульвар дю Тампль в Париже. Луи
Дагер, 1838

История фотографии и фоторекламы

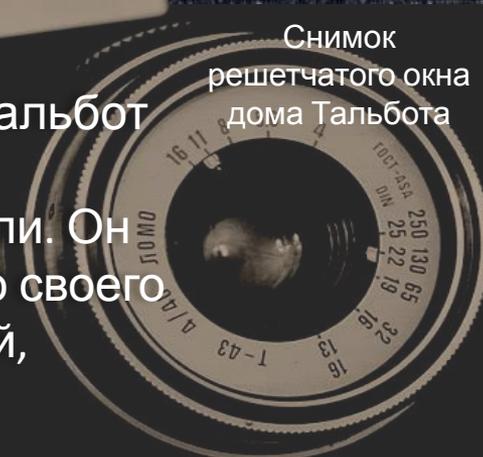
Уильям Генри Фокс Тальбот (1800-1877), английский физик, химик, изобретатель негативно-позитивного процесса в фотографии (калотипии).



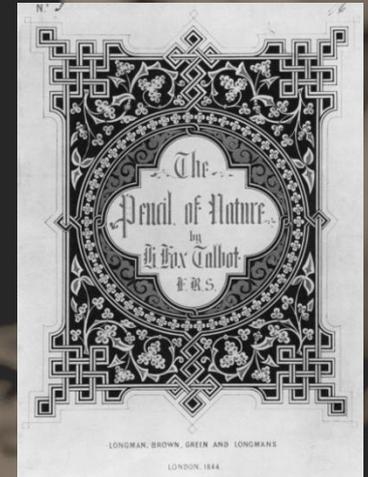
Снимок
решетчатого окна
дома Тальбота



В **1835** году создал первый негатив, в качестве носителя изображения Тальбот использовал бумагу, пропитанную нитратом серебра и раствором соли. Он фотографировал решетчатое окно своего дома камерой с оптической линзой, величиной всего 8 см.



В **1844** году Тальбот опубликовал первую книгу с фотоиллюстрациями: *The Pencil of Nature*; при этом он использует вручную приклеенные калотипии.



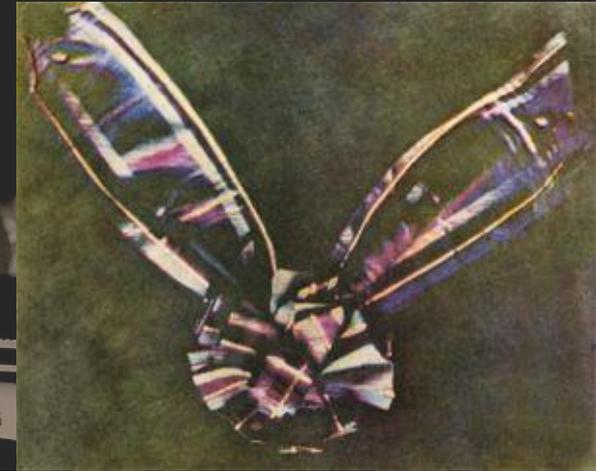
Обложка книги
The Pencil of Nature

История фотографии и фоторекламы

Цветная фотография

Цветная фотография появилась в середине XIX века. Первый устойчивый цветной фотоснимок был сделан в 1861 году Джеймсом Максвеллом по методу трёхцветной фотографии (метод цветоделения).

Для получения цветного снимка по этому методу использовались три фотокамеры с установленными на них цветными светофильтрами (красным, зелёным и синим). Получившиеся снимки позволяли воссоздать при проекции (а позднее, и в печати) цветное изображение.



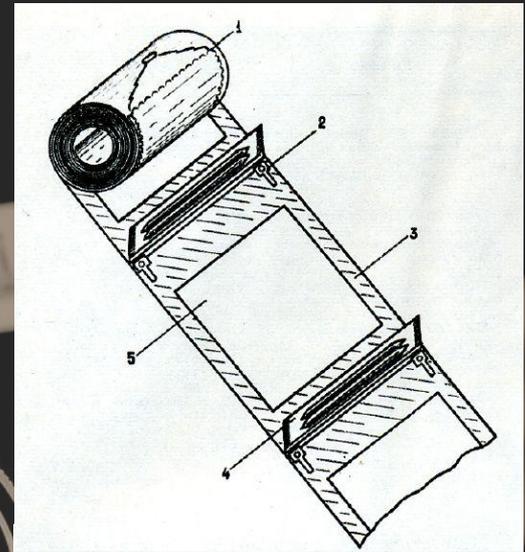
Первая цветная фотография, сделанная Джеймсом Максвеллом. Фотографические пластины, использованные в процессе теперь хранятся в доме, где Максвелл родился (который с тех пор был преобразован в музей) на 14 India Street в Эдинбурге.

История фотографии и фоторекламы

Моментальная фотография

Первый патент на фотоаппарат, пригодный для моментальной фотографии, был получен в **1923** году **Самуэлем Шлафроком**.

Устройство представляло собой громоздкую комбинацию съёмочной камеры и портативной фотолаборатории, лишь незначительно уменьшающую время получения готового негатива. Решением проблемы стали фотоматериалы сложной конструкции с интегрированными фотореактивами и возможностью немедленного получения позитива. Их разработка была начата фирмой **Agfa** в конце **1930-х** годов. В СССР осуществлялись попытки производства аналогичных фотокомплектов «**Момент**», которые закончились неудачей.



Устройство фотокомплекта «Момент» советского производства. **1** — рулон светочувствительного материала; **4** — капсула с проявляюще-фиксирующей пастой; **5** — поверхность эмульсии, ограниченная кадровой рамкой бумажного ракорда

История фотографии и фоторекламы

Цифровая фотография

Цифровая фотография — относительно молодая, но популярная технология, зародившаяся в **1981** году, когда компания **Sony** выпустила на рынок камеру **Sony Mavica** с **ПЗС-Матрицей**, записывающей снимки на диск. Этот аппарат не был цифровым в современном понимании (на диск записывался аналоговый сигнал), однако позволял отказаться от фотоплёнки. Первая полноценная цифровая камера — **DCS 100** — была выпущена в **1990** году компанией **Kodak**.

Принцип работы цифровой камеры заключается в фиксации светового потока матрицей и преобразования этой информации в цифровую форму.

В настоящее время цифровая фотография повсеместно вытесняет плёночную в большинстве отраслей.



Цифровая камера **Nikon** и сканер для фотоплёнки

История фотожурналистики

В Германии впервые проявились эксперименты перенесения методов журналисткой фотографии на приемы **фоторекламного** искусства. Тогда же возникли рекламные школы и направления в создании мастер-классов фотографии: **1926** г. – в школе художественных ремесел в Галле; **1928** г. – в Фолькванг-школе в Эссене; **1929** г. – в Баухаузе, в Дессау

История фотографии и фоторекламы

Живопись, фотография, кино, фотоиллюстрированные издания типа «**Цюрихер иплюстрирте**» сотворили новое визуальное искусство:

- реальной имитации фотографической рекламы;
- вещественной и документальной фотографии в торговле;
- фотографии о веществе в периодике;
- репортажно-рекламной фотографии.

История фотографии и фоторекламы

Рубеж XIX – XX веков – время первых опытов фоторекламы в США и России.

Появление фоторекламы, ее эволюция от копирования предметов рекламы до символизации, становление кинорекламы.



Рекламная фотография - это определенная концепция, объединенная в одном изображении, аккумулирующая внимание на рекламируемом объекте.

В рекламе важна одна **цель** – Потребитель должен обратить внимание на рекламируемый продукт и подметить для себя в нем самые лучшие качества и особенности.

История фотографии и фоторекламы

Постановочная фотосъемка:

- фотосъемка людей в различных сюжетах;
- фотосъемка предметов для создания коллажей или иллюстраций;
- фотосъемка людей в существующих интерьерах, передача настроения, образа, стиля;

Техническая фотосъемка:

- фотосъемка одиночных предметов в бестеневом кубе;
- фотосъемка негабаритных товаров;
- фотосъемка интерьеров, фасадов домов;

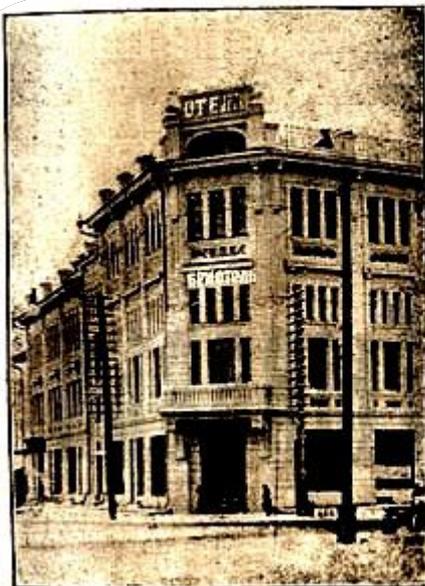
Предметная фотосъемка для рекламных каталогов, интернет-магазинов.

История фотографии и фоторекламы

Примеры фоторекламы начала XX века



Примеры фоторекламы начала XX века



ГОСТИННИЦА и РЕСТОРАНЪ

„БРИСТОЛЬ“

ВЪ ЯРОСЛАВЪ

1-ГО РАЗРЯДА.

ТЕЛЕФОНЪ №510.

ЗАВТРАКИ

отъ 11 до 2 час. дня.
2 блюда на выборъ и
кофе 75 к.

ОБЪДЫ

отъ 2 часовъ дня до
7 часовъ веч.

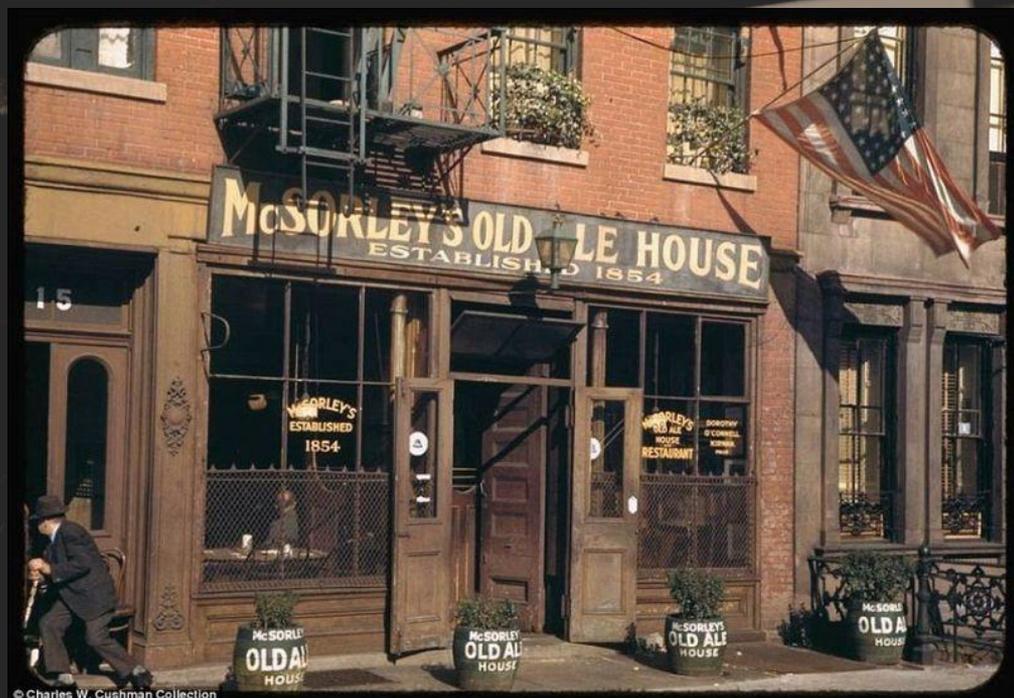
УЖИНЫ

отъ 10 часовъ вечера
до 2 часовъ ночи.
изъ 3 блюдъ 1 руб.

==== Торговля до 2 час. ночи. ====

История фотографии и фоторекламы

Примеры фоторекламы 30-40-х годов XX века



© Charles W. Cushman Collection

Шести-цилиндровый 35-ти сильный безшумный „НАПИЕРЪ“ съ особенно изящным Куларскимъ карросери типа „торпедо“. Карросери этого типа наиболее модны въ последнее время.

NAPIER

ВСЕГДА И ВЕЗДЕ ПЕРВЫЙ!

ПЕРВЫЙ улачный шести-цилиндровый автомобиль былъ NAPIER.
ПЕРВЫЙ и единственный автомобиль британскаго производства, получившій „GORDON BENNETT TROPHY“, былъ NAPIER.
ПЕРВЫЙ и единственный автомобиль, одолевшій подъ официальнымъ контролемъ Великобританскаго Королевскаго Автомобильнаго Клуба Альпы французскія, швейцарскія и итальянскія, былъ NAPIER.

О-ВО НАПИЕРОВСКИХЪ ЗАВОДОВЪ
D. NAPIER & SON, LTD.,
14 NEW BURLINGTON STREET,
LONDON, W.

ГЛ. УПОЛНОМОЧЕННЫЙ для РОССИИ
Д. А. ГОТАРРЕСЬ-де-ЛАРА
ПЕТРОГРАДЪ, ЦЕРКОВНАЯ 33.
ТЕЛЕФОНЪ 140-52.

История фотографии и фоторекламы

Примеры современной фоторекламы



История фотографии и фоторекламы

Примеры современной фоторекламы



Выводы:

На протяжении первого десятилетия XX века фотография стала привычным компонентом рекламного процесса как за рубежом, так и в России. Однако ее главные успехи в этой сфере были еще впереди. Фотоколлаж, фотомонтаж — лишь начальные опыты такого рода выходили на страницы газет и журналов и применялись в киноплакатах еще крайне редко. Не было и опыта использования в рекламе цветных фотоизображений. Всему этому предстояло утвердиться в следующую эпоху.

Выводы:

Термин «фотореклама» пока имеет прикладное значение и используется скорее как синонимическое обозначение использования фотографии в рекламной практике. Качественная рекламная фотография обладает зримой образной поэтикой — единственной и неповторимой фотокомпозицией, которая позволяет создавать новые необычные формы, сложную композицию и стилевой ритм визуальной информации.

Выводы:

Рекламный снимок предоставляет фотографу широкую возможность выразить себя, проявить творческую индивидуальность в интерпретации заданной темы, но в рамках требований, предъявляемых ему со стороны художника-оформителя, а это гораздо сложнее, чем располагать свободой выбора темы. В рекламе используются снимки различных жанров: пейзаж, интерьер, портрет, натюрморт, репортаж, макросъемка и т.п. В одном случае сюжет служит фоном для показа рекламируемых изделий (например, автомобиль на фоне пейзажа), в другом случае объекты рекламы могут быть частью композиции (мебель в интерьере), в третьем — рекламируемые изделия составляют самостоятельный жанр (натюрморт как убранство стола, натюрморт из продуктов питания).