

ЖУРНАЛ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО  
В СОБЫТИЯХ И ЛИЦАХ

КАК ПРАВИЛЬНО ПОДГОТОВИТЬ  
ФОТОГРАФИИ ДЛЯ СТАТЬИ

памятка для клиентов и  
менеджеров

2008год

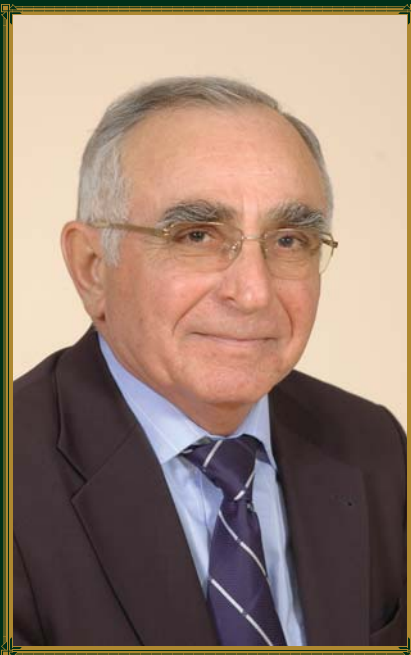
Вы приняли решение печататься в российском журнале:

"Предпринимательство в событиях и лицах".  
Статья в идеале не должна превышать 4000-4200 знаков для однополосного материала и 8900-9100 для двухполосного.

(Количество знаков можно посмотреть в редакторе Microsoft Word :  
Сервис/Статистика/Символов с пробелами.).

Повествование в большинстве случаев исходит от первого лица Вашей организации. В связи с чем подготовьте соответствующую фотографию руководителя. Лучше, если она будет сделана профессионалом. Если придется делать фотографию самостоятельно, то минимально допустимое качество должно быть не менее 4Мп. При фотографировании в помещении обязательно используйте вспышку. В однополосном материале размер фотографии руководителя скорее всего не превысит 6\*9см, поэтому план должен быть крупным. Если руководитель сидит за столом, позаботьтесь, чтобы стол не был загроможден лишними предметами. Не фотографируйте сидящего руководителя стоя. Люди, сфотографированные таким образом, психологически воспринимаются менее значимыми. В идеале объектив фотоаппарата должен находиться на уровне глаз фотографируемого. Следите за тем, чтобы над головой руководителя не нависало никаких цветов, картин и.т.п. Фон должен быть по возможности однородным и не слишком пестрым. Если за спиной руководителя находится окно, снимок заведомо будет неудачным. Если нет возможности сменить ракурс, закройте на окне шторы или жалюзи. При съемке не отходите слишком далеко. Встроенная вспышка идеально работает с расстояния 2-2,5м. Фотографии принимаются только на глянцевой фотобумаге. Применение фото, из буклетов, журналов, газет и напечатанных на принтере приводит к ухудшению качества изображения до 30%. Предпочтительные ракурсы приведены ниже.







# ОСНОВНЫЕ ОШИБКИ, ДОПУСКАЕМЫЕ ПРИ СЪЕМКЕ РУКОВОДИТЕЛЕЙ В ПОМЕЩЕНИИ

Избыточный свет от окна, при съемке в автоматическом режиме, делает снимок недодержанным. Объект съемки всегда получается слишком темным.

Выход: Смена ракурса, Применение принудительной вспышки.



По умолчанию в фотоаппаратах, режим вспышки стоит в положении “Автоматический”. Автоматика считает, что света достаточно, вспышка не включается, экспозиция прорабатывается за счет увеличения выдержки. В результате непрофессионал не может удержать в руках фотоаппарат в неподвижном состоянии при выдержке более 1/8 секунды и снимок получается смазанным. Кроме того вы видите неудачный бликующий фон из пластиковых панелей. Его нужно избегать, т.к. блики смотрятся весьма неудачно.

Выход: Смена ракурса, Применение принудительной вспышки.



Снимок сверху вниз:  
Зритель как будто смотрит на  
объект съемки свысока.  
Психологически снижается статус  
фотографируемого...

Выход: Понижение точки съемки.  
Достаточно просто присесть на  
стул.



Загромождение объекта съемки  
массивными предметами на  
переднем плане

Выход: Изменение ракурса.



## СЪЕМКА НА УЛИЦЕ

проще для любителя из-за достаточного  
количества света, однако данная  
фотография выполнена неудачно из-за  
резких светотеней. Идеальна для  
портретной съемки пасмурная погода,  
тогда результат был бы гораздо лучше.  
Однако фон в данной фотографии выбран  
правильно. Фон из зелени всегда  
идеален, так как он всегда значительно  
темней, чем лицо.

5



# СЪЕМКИ ОБЪЕКТОВ:

1. Не присылайте сотни фотографий призов, производства, сотрудников и т.д. Отберите 5-6 наиболее значимых и удачных на Ваш взгляд. Размер фотографий скорее всего не превысит размера 9\*6 см. В связи с чем предпочтительны фотографии, каких-либо, зданий с надписями, продукции, призов и т. д. Хорошо смотрятся логотипы, фото участия в выставках, крупные планы изделий, объекты строительства. Если вы хотите разместить фото своих сотрудников, то на фото их должно быть не более 4 человек, иначе будет слишком мелко и неубедительно. Если у Вас есть в электронном виде какая-то рекламная продукция (буклеты, листовки, каталоги), сделанная профессионалами, обязательно приложите ее. Если у Вас есть какие-либо фирменные цвета и вы хотите увидеть их в макете, то они должны быть описаны в модели СМУК. Размер файла фотографии не должен быть меньше 100КБ в формате JPG. Векторная графика принимается в формате AI, EPS в крайнем случае CDR. Фотографии с сайтов не принимаются в связи с их заведомо малым разрешением.

## ОБРАЗЕЦ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Фирменный стиль группы компаний ЗЕНИТ

**Базовые элементы**

**Цветовая гамма**

Цветовая гамма корпоративного стиля включает в себя два основных цвета:

**1. красный:**  
C - 0%; M - 100%; Y - 10 0%; K - %0  
(приблизительно соответствует ORACAL serie 641 - 031)

**2. черный:**  
C - 0%; M - 0%; Y - 0%; K - 100%  
(приблизительно соответствует ORACAL serie 641 - 070)

и один дополнительный цвет:

**3. серый:**  
C - 0%; M - 0%; Y - 0%; K - 30%  
(приблизительно соответствует ORACAL serie 641 - 074)

1. C - 0%; M - 100%; Y - 100%; K - %0

2. C - 0%; M - 0%; Y - 0%; K - 100%

3. C - 0%; M - 0%; Y - 0%; K - 30%

1.8



# ПРИМЕР УДАЧНОЙ КОМПОНОВКИ МАТЕРИАЛОВ КЛИЕНТОМ

Фирма "Полимер" - компания по производству и продаже пластиковых панелей.

Всего три фотографии полно раскрывают суть деятельности фирмы.

1. ЗДАНИЕ;
2. ПРОИЗВОДСТВО ПАНЕЛЕЙ;
3. ОТДЕЛ ПРОДАЖ.

Смысловая суть: Мы солидная фирма, у нас есть свое здание, производственные мощности, мы реализуем свою продукцию без посредников. Ничего лишнего...

**ЗАПОМНИТЕ: ХОРОШАЯ ФОТОГРАФИЯ НЕ ТРЕБУЕТ ПОДПИСИ. ЗРИТЕЛЬ ДОЛЖЕН БЕЗ ПОДСКАЗКИ УВИДЕТЬ АВТОРСКИЙ ЗАМЫСЕЛ. ТАКАЯ ФОТОГРАФИЯ ВСЕГДА НЕСЕТ В СЕБЕ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ЗАРЯД. ЗРИТЕЛЬ НИКОГДА НЕ ОСТАНЕТСЯ К НЕЙ РАВНОДУШЕН.**

**1 фото - общий вид здания.** (Если у фирмы есть свое приличное здание, то его фотография сделает макет более солидным и выигрышным).

Возможные ошибки:

Фотографируйте здание с угла с перспективой, фронтальные фотографии как правило бывают неудачными. Если на здании есть вывески, позаботьтесь о том, чтобы вывески хорошо просматривались. Представленная фотография выполнена в удачном ракурсе, однако слишком увеличен передний план. Очень светлый фон делает здание неоправданно темным.



**2 фото - производство.** Снимок очень удачный. Перспектива сверху, показывает масштабность, производственного цикла. По сути это самый важный фактор, ведь чем крупнее производство, тем лучше. Обычно в производственных помещениях очень мало света. Поэтому будьте внимательными, не забывайте включать вспышку...



**3 фото - отдел продаж.** Место где общаются с клиентами. Естественно очень важно передать, красоту, комфортность интерьера, неплохо будет выглядеть милый сотрудник на переднем плане.

**Чего еще не хватает.** Только логотипа фирмы. Хороший логотип, выполненный профессионалами, хорошо запоминается зрителем и добавляет солидности презентации любой фирмы. Ведь любая солидная фирма начинается с фирменного стиля, а логотип его центральное звено...

