Дмитрий Михайлович Песочинский
Фотография как бизнес: с чего начать, как преуспеть

Начать и преуспеть –

Дмитрий Михайлович Песочинский
Фотография как бизнес: с чего начать, как преуспеть

Введение

Господа и, что особенно приятно, дамы!

Сразу же хочу отметить: книга рассчитана на тех, кто уже имеет некоторое представление о фотографии, успел поработать с камерой на любительском уровне и раздумывает о том, как сделать своё увлечение основным занятием.

Я глубоко убеждён в том, что фотограф – одна из наиболее увлекательных профессий на свете. Она даёт возможность выразить мысли, чувства и отношение к окружающему миру через фотографию, говорить и быть услышанным, минуя языковые барьеры. Это прекрасная

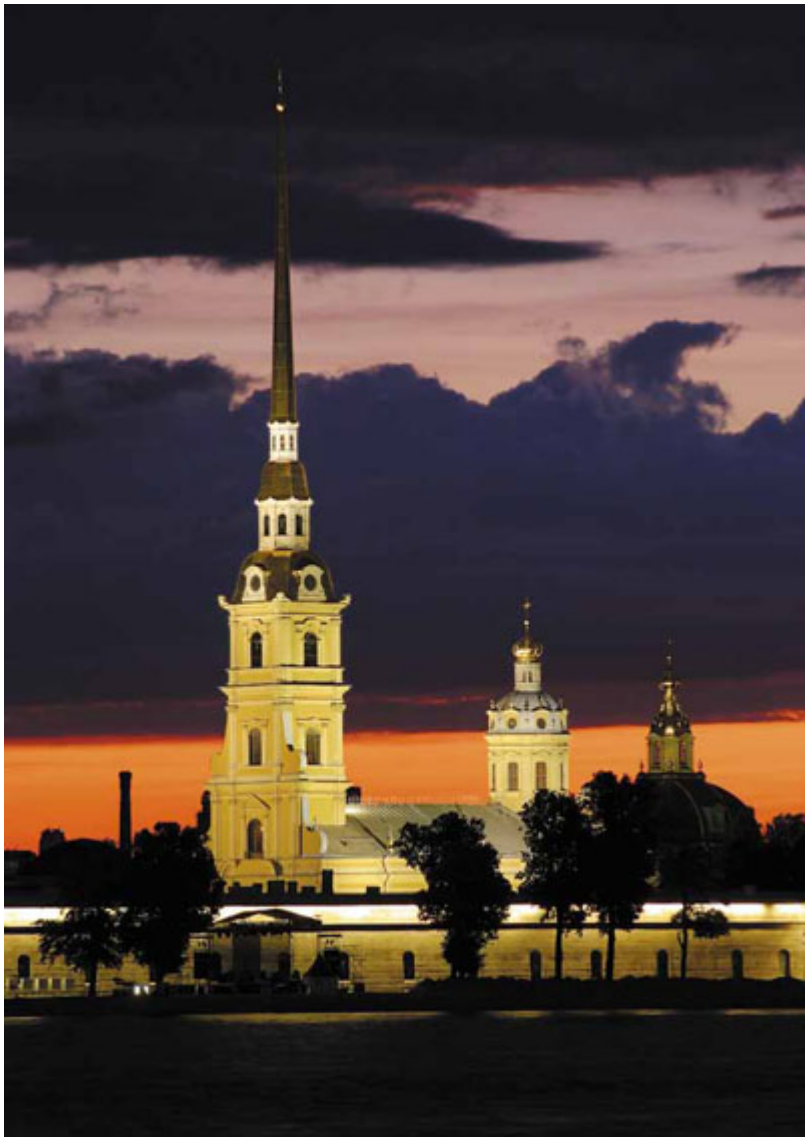
возможность осознать многообразие окружающего мира, ежедневно общаться с разными людьми и, может быть, сделать мир вокруг чуть красивее и гармоничнее. Чтобы чуть разбавить патетику вступительного слова, замечу – тысячи людей зарабатывают любимым занятием себе на жизнь.

Редкий любитель не размышляет о том, чтобы бросить постылую работу и жить за счёт своего хобби. На этом этапе он и сталкивается с первой серьёзной проблемой: знакомых профессиональных фотографов, тем более успешных, не так много, а знающие «волшебное слово» вовсе не торопятся открыть перед неофитом все свои карты.

На свете вообще мало по-настоящему невозможных вещей, и смена рода занятий для человека с желанием и интеллектом более чем реальна. Люди летают в космос, сочиняют и исполняют гениальные симфонии, в одиночку пересекают океан, открывают законы природы. Всех их объединяет одно: они не пошли на поводу у общественного мнения, не попали в плен стереотипов, сошли с накатанной колеи. Да и просто – работа должна приносить удовольствие. Если вас на рабочем месте тошнит по утрам и есть замечательное хобби, в котором вы преуспеваете, то почему бы не сделать его профессией? Примеров я знаю множество и каждый месяц встречаю несколько человек, решившихся на этот шаг. Самая первая преграда, которая стоит на пути смельчаков, – это дефицит информации.

Только прошу учесть – я не преподаватель, а книга не задумывалась как самоучитель по фотоделу. В ней я рассказываю о своём видении профессии и основах организации работы фрилансера. Мы рассмотрим наиболее типичные задачи фотографа, решившего «отправиться в автономное плавание» (обойду стороной лишь студийную и свадебную съёмки – это темы для отдельных книг). В нашем деле почти не бывает мелочей, на которые не стоит обращать внимания. Важно всё! От умения правильно выбрать аппаратуру, установить контакты с представителями издательств и СМИ, получить заказ до правильного составления договора, грамотной организации съёмки и даже внешнего вида.

Буду рад, если что-либо из рассказанного мной пригодится вам впоследствии. Вернее, даже уверен, что пригодится. И, может быть, в самом ближайшем будущем я по праву смогу назвать некоторых читателей своими коллегами.



Глава 1
Начало пути

– Пустите доброго человека! Пустите доброго человека, а не то он выломает дверь!
х/ф «Айболит-66»

Как приходят в фотографию? По-разному. Один из старейших ленинградских-петербургских фотожурналистов Юрий Николаевич Щенников рассказывал, что, начав снимать студентом кораблестроительного института в стройотряде, как-то отослал фотографии на конкурс в «Комсомольскую правду» и… неожиданно занял первое место. Потом, работая инженером на заводе, снимал различные мероприятия для многотиражки, занимался в фотокружке, постепенно начал печататься в газетах, и впоследствии его пригласили на штатную работу в «Вечерний Ленинград». Казалось бы, ровная дорожка. Но только вот идти по ней пришлось почти десять лет. Это к тому, что, взяв в руки камеру, даже самому одарённому фотографу-любителю необходимо отчётливо понимать: без многолетней практики мастерство и успех не придут. А достигнув достойного художественного и технического уровня, вам предстоит решить ещё одну, не менее увлекательную задачу, – грамотно продать свою услугу заказчикам, которых сами и найдёте.

Мне симпатичен американский принцип, который вбивается детям с силой и настойчивостью сваебойной установки, – своё дело ты должен делать лучше всех. В фотографии, где критерии размыты, а вкусы различны, однозначного мерила для оценки качества нет и не предвидится. Но выйти на уровень, когда вы снимаете без технического брака и композиционных ошибок, необходимо уже в начале профессионального пути.

Я знаю примеры, когда фотографами становились студенты медицинских институтов, программисты, биологи, дипломированные строители. Справедливости ради отмечу, что в строители некоторые же и уходили, причём диплом у них уже никто не спрашивал. Но тут как повезёт, всё в ваших руках – заказчик не собес и вам ничего не обещает. Умеете снимать и продать услугу – удержитесь.

Неоднократный призёр престижного международного конкурса World Press Photo Сергей Максимишин руководил риелторской компанией, один из самых успешных рекламных фотографов страны Игорь Сахаров служил офицером, Гвидо Аргентини пришёл в фотографию из медицины, всемирно признанный портретист Ричард Аведон ходил на судах торгового флота. Не менее разнообразны и биографии знакомых мне фотокоров местных СМИ – среди них и выпускник факультета журналистики СПбГУ, и телефонист, и водитель-дальнобойщик, и недоучившийся студент – да кто угодно!

Сам я после школы хотел поступать в Высшее военное училище связи. Готовился, но. На дворе уже были девяностые годы прошлого века. Вокруг открывалось столько возможностей – для карьеры, для бизнеса. За одну субботу я тогда зарабатывал больше, чем офицер-связист за месяц. Занятий и профессий сменил – море. Работал настройщиком радиоаппаратуры, радистом, пробовал заниматься книготорговлей, утилизацией техники,

был светооператором, диджеем, электриком, даже сардельками торговал (и всё относительно успешно) – пробовал себя, пытаясь найти занятие по душе. Но как-то в середине девяностых взял в руки фотокамеру. Начал снимать природу, события петербургской жизни. И вскоре понял – это моё.

Естественно, многому пришлось учиться. Что-то пригодилось из изобразительного искусства, часть секретов профессии подглядел у более опытных коллег, «подсел» на работы живописцев и классиков фотографии – это же просто кладезь для всех, кто умеет не только смотреть, но и видеть! И даже когда достиг определённого уровня – работы стали отбирать для публикаций в петербургских газетах и журналах, – учёба продолжалась.

Очень пригодились хорошие отношения с бильд-редакторами изданий, коллегами-фотожурналистами, сотрудниками секретариатов – подсказки, критика, а иногда и разносы совершенно необходимы, особенно в начале пути. Ваши друзья и члены семьи, даже разбираясь в фотографии, будут хвалить и подбадривать; коллеги же беспристрастно скажут всю правду, ткнут носом в недостатки, что гораздо полезнее для творческого роста, чем елей и мёд.

Никакого «потока» заказов сразу не ждите – гонораров хватит на то, чтобы угостить девушку кофе с мороженым. Даже неплохой разовый гонорар – скорее, приятное исключение. Продолжайте сотрудничество с редакциями, которые идут с вами на контакт, предлагайте свои снимки в другие издания. Откликайтесь на редакционные задания. СМИ – очень хорошая школа, пройти которую, на мой взгляд, будущему фотографу-фрилансеру просто необходимо.

Без сомнения, вы начнёте просматривать объявления в газетах и на сайтах о трудоустройстве. Чего не следует делать совершенно точно – идти в фотографы на документы и снимать рекламоносители для отчёта – при формальном родстве это совершенно другие профессии.

Теоретические знания всё-таки окажутся необходимыми. Не жалейте времени и денег на обучение – в крупных городах обычно есть специализированные курсы, где преподают опытные фотографы и фотожурналисты. Это позволит не изобретать велосипед, а перенимать уже наработанный поколениями ваших предшественников опыт, общаться с такими же увлечёнными фотографией новичками, учиться принимать критику и работать над ошибками.

Поначалу относитесь к гонорару как к приработку. А ещё лучше – откладывайте на приобретение серьёзной, пригодной для дальнейшей полноценной работы профессиональной техники.

Глава 2
Фотограф-фрилансер

Настало время определиться с терминологией. Кто же такой профессиональный фотограф?

Вам нравится фотографировать. Вашими фотографиями искренне восхищаются друзья и знакомые, восторженно комментируют посетители домашней странички. Может быть, вам даже пару раз звонили из редакции какого-нибудь журнала с просьбой напечатать одну из ваших картинок. Вы чувствуете в себе огромный творческий потенциал, способность выразить свои чувства, мысли и отношение к миру через ваши фотографии. Увидев очередной ваш снимок, знакомый хлопнул по плечу и сказал: «Ну, ты профессионал!»

Нет. Это распространённое заблуждение, связанное с неточностью толкования данного термина. Если вы хотите похвалить фотографа, работы которого вам понравились, лучше назовите его мастером, асом, виртуозом, талантом – да как угодно. В русском языке слово «профессионал» имеет другое значение. Так принято называть того, для кого фотография – профессия, а также единственный или основной источник дохода. Если врач-анестезиолог гениально фотографирует, играет в шахматы, а в свободное время – ещё и на виолончели, его

нельзя назвать профессиональным музыкантом, шахматистом или фотографом. Он профессиональный медик, а всё остальное, как бы талантливо это ни получалось, только хобби.

Повторюсь: профессиональный фотограф – тот, кого кормит фотография, будучи основным источником дохода. Когда вы почувствуете в себе решимость оставить тёплый офис, забрать трудовую книжку и уйти, подобно ёжику из мультфильма, в туманную даль, чтобы жить на гонорары от публикации ваших снимков, вы с полным правом можете называть себя профессионалом.

Справедливости ради отметим, что качество фотографий не всегда напрямую зависит от того, профессионал её автор или любитель. Более того, снимки увлечённого любителя порой выразительнее, интереснее, более наполнены идеей и смыслом, чем у того, кто фотографировал тот же сюжет ради килограмма сарделек.

Кстати, заметьте, насколько смешно звучит термин «полупрофессиональный», применяемый, например, в отношении фотоаппаратуры. Пару раз мне даже довелось встретить объявления на свадебном форуме, где именно так именовали себя горе-фотографы в поисках «недорогих» клиентов. И если в случае с аппаратурой этот лингвистический казус можно списать на отсутствие в современном русском адекватного аналога слову «prosumer» (неологизм от professional + consumer), то в отношении человека – ну не позорьтесь, господа. На форуме клуба foto.ru остряк-завсегдатай сформулировал: «Полупрофессионал – это тот, кто зарабатывает полуденьги». Ему быстро возразили, что «полуденьга» – это реально существовавший номинал в старинном денежном счёте, и беседа скатилась в привычный флуд, но фраза успела войти во все мыслимые и немыслимые интернет-цитатники.

С определением «фрилансер» всё проще. С лёгкой руки Вальтера Скотта, впервые употребившего этот термин (от англ. freelancer – свободный копьеносец) в романе «Айвенго», слово приобрело и новое значение. Так может называть себя специалист в любой сфере, не имеющий постоянного и единственного места работы. Конечно, у фрилансера может быть один (два, десять) постоянный заказчик, но нет жёстких обязательств работать только с ними, не заводя деловых связей на стороне. Работа на фрилансе – альтернатива работе в штате. Такая форма отношений в последние годы нередка, особенно в творческой среде, среди художников, дизайнеров, верстальщиков, журналистов. И фотограф-фрилансер – скорее правило, чем исключение.

О плюсах и минусах каждого варианта сотрудничества вы уже догадались сами. Штатный специалист имеет ряд гарантий, в том числе и социальных – он может позволить себе роскошь поваляться неделю дома с насморком практически без вреда для своего кошелька. Ему обеспечен оплачиваемый отпуск, пенсионные отчисления и ряд других приятных мелочей. И самое главное – он имеет относительно стабильный доход. Фрилансер же чувствует себя тем самым волком, которого ноги кормят. Гарантий у него никаких – сколько набегаешь, столько и заработаешь. Но есть один несомненный «плюс», который для многих тысяч людей перевешивает целую охапку «минусов», – у фрилансера нет начальника. Никто не читает ему мораль за пятиминутное опоздание, не стоит за спиной, ни у кого не надо выторговывать себе два отгула, чтобы сходить в поход на байдарках. Фрилансер предоставлен сам себе и зависит только от заказчиков, которых сам же и находит.

Давать конкретные советы, и тем более рекомендации, я не могу – здесь всё обусловлено особенностями вашего характера, свободолюбием, да и просто моральной готовностью уйти «в свободное плавание». Некоторые просто не мыслят себя самостоятельной экономической единицей; кто-то в офисе зачахнет, и никакие, даже приличные и гарантированные, деньги не смогут стать достойной компенсацией «этому фашизму».

Сомалийские пираты тут ни при чём. Выбравший профессию фотографа должен чётко понимать, что отсидеться в тёплой студии вряд ли получится. Автор на съёмках учений спецназа ВМФ. Финский залив, осень 2009 г.

Так есть ли жизнь на Марсе? Есть. По моей статистике, в журналистской среде «свободных художников» примерно треть от общего числа, дизайнеров и верстальщиков – около половины. На одного штатного редакционного фотографа приходится несколько фрилансеров, и соотношение в ближайшем будущем вряд ли заметно изменится. Даже если вы привыкли к покою и стабильности и бурное море свободного рынка – не ваша стихия, у вас не так много шансов стать полноправным членом издательства, редакции или

рекламного агентства. Скорее всего, вы пополните ряды фрилансеров.

Ваш выбор напрямую зависит и от ваших амбиций. Ни один работодатель не заплатит вам сто тысяч при средней зарплате по отрасли в тридцать, а в качестве аргумента продемонстрирует газету объявлений с телефонами десятков свободных кандидатов. На фрилансе же верхней границы ваших доходов нет вообще, вы сами кузнец своего счастья. Надо понять главное – вы сами за всё отвечаете. Можно даже сказать, что это вполне честная позиция – в ваших неудачах не виноват никто, кроме вас. Готовы ли вы к этому, решать только вам. Аминь.

На земле и на море снимать более-менее привычно. Но готовьтесь и к встрече с небесной стихией. Автор на съёмках фоторепортажа о работе авиаотряда специального назначения ГУВД по Санкт-Петербургу и Ленинградской области, весна 2010 г.

Глава 3
Где искать заказчиков

«Где, где…»

Вопрос «где искать заказчиков?» в данном случае равносилен вопросу «где взять деньги?». Если бы я знал это точно, я бы пошёл и взял, а не развлекал читателей увлекательными рассказами на эту и другие темы. Поэтому сформулируем дипломатично – везде.

Везде, где используются картинки. Постоянно требуется фотограф печатным и сетевым СМИ, книжным издательствам, рекламным и PR-агентствам. С большой долей вероятности успеха можно обратиться на промышленные предприятия, в строительные компании, на предприятия розничной и оптовой торговли, в органы исполнительной и муниципальной власти. С развитием корпоративной культуры стало принято приглашать фотографа на юбилеи компаний и сотрудников, пресс-конференции, семинары – ищите их организаторов. Вопрос правильнее перевести в другую плоскость – не «где», а «как» найти тех, кто готов платить за вашу работу.

Знакомая девушка-фотограф нашла себе одного из заказчиков в первом часу ночи на окраине садоводства. Вернее, нашла овчарка. Клиент собаке показался настолько перспективным, что милое, но всё-таки зубастое животное с разбегу вцепилось в голень будущему партнёру, которого потом пришлось отпаивать поочерёдно то валерьянкой, то коньяком. Роман исключался – девушка была замужем, да и покусанный готовился к

свадьбе. Именно эту свадьбу моя знакомая и снимала.

Не менее пикантный случай рассказывал за рюмкой чая мой московский коллега. После яркой, но непродолжительной любовной истории в одной из командировок он обратился за медицинской помощью и сочувствием в один из профильных медицинских центров столицы. В понятном волнении у кабинета специалиста он листал рекламный буклет медицинского учреждения. «Ну и фотографии!» – брезгливо отложил он в сторону это недоразумение. «А вы что, лучше сделаете?» – вместо приветствия прозвучало из распахнувшейся двери. «Запросто», – ответил коллега. Антибиотики победили микробов, а творческое сотрудничество с сетью клиник успешно продолжается пятый год.

Я даю себе отчёт в том, что не все морально готовы к таким подвигам. Поэтому рассмотрим и более прозаические варианты.

Пообщайтесь с сотрудниками рекламных агентств. Серьёзное рекламное агентство – эффективный слаженный механизм для поиска заказчика, менеджеры всё сделают сами, вам останется только фотографировать. Но рекламисты избалованы хорошими картинками ваших более опытных коллег, и идти на переговоры есть смысл, только будучи подготовленным, квалифицированным специалистом, которому есть что показать.

Значительный поток заказов дают издательства и редакции. С ними есть смысл попробовать работать фотографу любой квалификации: ради фотографии детской площадки размером с почтовую марку в муниципальном горчичнике тиражом 500 экземпляров псковский редактор не станет звонить московскому мэтру – на это нет ни времени, ни денег. Много материалов «проходных», напечатали и забыли. Я никого не призываю гнать халтуру и снижать планку, отнюдь. Но если редакционный совет после жарких споров и сердечных приступов всё-таки созрел поднять гонорар до 80 рублей за снимок, бильд-редактор прекрасно понимает, что на «игроков премьер-лиги» рассчитывать не приходится. Шанс

есть, пробуйте! Не разбогатеете, но получите прекрасную репортёрскую школу, навыки работы в совершенно разных ситуациях, долю здорового нахальства. А может, в зависимости от того, куда вас пошлют, и дополнительных клиентов. Хотя послать могут и по традиционному адресу, но тут всё зависит от вас – учитесь фотографировать и общаться с людьми, по большому счёту это и есть две составные части успеха.

Это сфотографировать нельзя, зато можно «нарисовать». Техника светографики (световая кисть). Этюд по заказу рекламного отдела кондитерской компании.

И вот вы, окрылённый первым баснословным гонораром в четыреста рублей, идёте по улице. Идёте мимо кинотеатра, косметического салона, ресторана японской кухни. Почувствовав ваше настроение, уголком губ улыбнулась встречная красавица. Стоп! Это и есть ваши клиенты – все без исключения! Девушке нужны картинки для странички в «Одноклассниках», а лучше вас никто из её окружения не сфотографирует. И не важно, что у вас пока нет студии: фотосессия в хорошую погоду на природе будет вполне разумным компромиссом – вам опыт, ей фотографии и внимание. Пообщаться с настоящим, живым фотографом любой девушке интересно – проверено. Зайдите и в ресторан. Фотосъёмка блюд

для меню, интерьеров для буклета – вам есть что предложить! Подразумевается, что фотографировать вы уже должны уметь хорошо (съёмка продуктов – дело интересное и довольно сложное, а про интерьерную съёмку можно смело отдельную книгу писать, но если умеете, почему бы не предложить?). А в салоне красоты по соседству мечтают показывать посетителям альбом с причёсками, да вот беда – все фотографы мимо ходят. Вы будете первым, пробуйте.

Больше общайтесь! Светские тусовки, студенческие вечеринки, презентация водяного матраса, открытие фонтана в парке – везде люди, все эти мероприятия кто-то организовал. Найдите, кто именно, предложите поработать. Фонтан спроектировал НИИ ГИПРОВОДБУЛЬБУЛЬПРОЕКТ, построил СНАБСБЫТСТРОЙТРЕСТ, выложила кирпичами МОСТДОРСТРОЙРЕКОНСТРУКЦИЯ, а перерезать ленточку приехал Сергей Никанорович Геловани – глава местной администрации. Всем им нужна реклама, нужен PR. И представители всех этих уважаемых организаций находятся сейчас здесь, вам даже искать их по городу не требуется. Смелее в бой!

Посещайте мероприятия – разные, любые. Найдите организаторов, оставьте визитку, продиктуйте адрес сайта. Обойдите участников, повторите эти нехитрые приёмы. Важно преодолеть вполне простительное на первых порах стеснение, но тут всё как с девушками: послала – сама дура, пусть потом всю жизнь в подушку ревёт. Это при том, что видных молодых людей много, а хороших фотографов в городе, в общем-то, и правда не хватает. Настойчивость, уверенность, чёткое построение беседы, грамотная формулировка предложения – есть контакт! Разведчики, например, и вражеских генералов вербуют пачками, а тут перед вами приятная дама из рекламного отдела, сама же в качественных иллюстрациях заинтересованная.

Однако пора домой. И дома тоже поработаем, но теперь уже на следующее утро. Берем телефонный справочник, открываем на любой странице. Для чистоты эксперимента я прямо сейчас это сделаю. У меня пухлый том «Жёлтых страниц» на столе и три попытки. Сыграем?

с. 312 – гостиница «Белые ночи»;

с. 482 – магазин керамической плитки «Бенджамин»;

с. 1320 – логистическая компания «Петровизард».

Все эти компании так или иначе заинтересованы в рекламе. Компаний в справочнике десятки тысяч. И любая из них, если сумеете доходчиво объяснить, зачем нужен фотограф, может стать вашим заказчиком. В номерах гостиницы красивые интерьеры, а на сайте только логотип и прейскурант. В магазине можно купить плитку тысячи расцветок и орнаментов, а производители забыли прислать свежий каталог. Логистической компании скоро исполняется десять лет, и уже заказан вечер в ресторане. Там же, в справочнике, указаны номера телефонов, адрес сайта, часы работы. Да вокруг вас полно денег – берите!

Я вовсе не собираюсь играть в бизнес-тренера, уподобляясь «проповеднику» на сходке в офисе сетевой компании, я просто хочу донести до вас простой факт, настолько очевидный, что постоянно забывается: заказчиков можно и нужно искать везде. Не пренебрегайте любой возможностью. Со временем вы найдёте себе агента, который будет обеспечивать вас заказами за определённый процент, а пока пробуйте сами – это несложно, а порой даже увлекательно.

Не забудем и про виртуальное пространство. Несколько лет назад некоторый эффект приносили почтовые рассылки. На сегодняшний день результативность этого метода стремится к нулю, спам дискредитировал себя полностью, и на фоне десятков ежедневных предложений выучить английский, купить копию «Vertu» и увеличить органы ваше предложение просто потеряется. Чуть больший эффект давали бы специальные тематические рассылки, но они должны быть адресными, т. е. вначале вам всё равно придётся договариваться «в реале», а на e-mail слать уже адресованное вполне конкретному человеку письмо.

А вот сайт у фотографа должен быть обязательно, это даже не тема для обсуждения. В одной из следующих глав мы поговорим о том, каким именно он должен быть, и рассмотрим

достоинства и недостатки нескольких «виртуальных визиток» на конкретных примерах.

Социальные сети – вот это уже серьёзно! «Вконтакте», «Одноклассники» и прочие фейсбуки вместе с ЖЖ уверенно обеспечивают заказами сотни фотографов, и место для новых ещё, видимо, есть. Большинство фотографов занимаются свадьбами, выкладывают в галерею на своей страничке примеры фотосессий, видеоролики, макеты свадебных альбомов. Идеология сайтов предусматривает удобный обмен сообщениями, ссылками, приглашениями в группы по интересам. Каждый желающий может прокомментировать фотографию, написать похвалу или покритиковать – неоспоримые удобства для заказчика. Конечно, продвижение страницы фотографа представляет собой отдельный кропотливый труд, но под лежачую селёдку водка не потечёт, как верно заметили в народе. Примеры удачного маркетинга в социальных сетях я знаю; механизм работает, заказы идут.

И наконец, самый надёжный путь – доверить рекламу своих услуг тем, кто любит и умеет это делать. Платя деньги, вы можете что-то требовать, проделывая работу самостоятельно, требовать вам просто не с кого. Попробуйте дать рекламу в газету, журнал, договоритесь о размещении плаката в витрине популярного магазина. Выбирать рекламную площадку необходимо с учётом целевой аудитории, это каждый школьник понимает. Если вы занимаетесь фотосъёмкой праздников, то визитки на стойке в свадебном салоне дадут больший эффект, чем модуль на две страницы в журнале про домашних животных; специализирующемуся на съёмке гламурных пуделей трёхметровый баннер в свадебном салоне – что мёртвому припарки. Выбирайте место, не жалейте денег, анализируйте результаты. И самое главное – всегда верьте в успех!

Глава 4
Как объяснить заказчику, зачем нужен профессиональный фотограф

– Но я не умею принимать роды!
– А чего уметь? Просто встань вон там и лови.
х/ф «Люди в чёрном»

Лишние деньги никто тратить не любит. Зачем звать фотографа, если менеджер в соседнем кабинете вроде бы неплохо снимает своей мыльницей? Дадим ему дорогой фотоаппарат сотрудницы PR-отдела (секретарши, жены, тёщи) – и вопрос решён. А если мне снимки не понравятся – премии лишу. Стоп, дорогой господин начальник! Оставьте в покое

ни в чём не повинного сотрудника. Давайте разберёмся.

Я, к примеру, люблю готовить. Один из моих недавних шедевров – куриная грудка в терияки с королевскими креветками и луком-пореем с устричным соусом. Поверьте, это вкусно. Произведение кулинарного искусства, родившееся на моей кухне, вполне искренне похвалил дипломированный повар с десятилетней практикой. Так в чём же отличие скромного любителя Песочинского от профессионала?

Да, у меня получилось вкусно. Но, посвятив массу свободного времени изучению вопроса, я до сих пор точно не знаю, что делать, если филе попалось жёсткое. Можно ли заменить отсутствующий сегодня в продаже устричный соус «Киккоман», например, соусом «Абалон» от «Сен Сой» и стоит ли заменять обычный столовый уксус яблочным или виноградным? То есть – я не могу получить гарантированный результат даже в сравнительно несложных условиях.

А вот профессиональный повар, в отличие от любителя, без труда определит жёсткость куриного мяса по внешнему виду. Он точно скажет, что в этой упаковке, например, мясо молодой курочки и его можно смело покупать, а то, что лежит в соседней, три года кукарекало и его следует оставить менее взыскательным покупателям. Многолетняя практика позволяет судить о возможности полноценной замены ингредиентов. Взгляду опытного повара тут же открываются десятки тонкостей, скрытых от любителя. Он ещё в магазине заранее знает, что получится у него на сковороде. Он прогнозирует и предвидит ход развития событий.

Примерно тем же отличается профессиональный фотограф от любителя. Мне часто попадаются любительские снимки, которыми я готов восхищаться часами. Любитель вкладывает в свои карточки душу, и поэтому при наличии художественного видения и соблюдении элементарных технических правил получаются замечательные фотографии. Главное, чего не может дать любитель – это гарантированного результата. Потому что умение красиво сфотографировать девушку Свету из соседнего отдела вовсе не равноценно умению провести полноценную многочасовую фотосессию в офисе строительной компании.

Повторюсь: только профессионал может выдать гарантированно высокое качество в сложных, изменяющихся условиях съёмки. Возникшие сомнения развеять очень легко: попробуйте четыре часа подряд вести фоторепортаж. Я говорю именно про съёмку, а не периодическое нажимание кнопки. Четыре часа надо «держать кадр» в динамично меняющихся условиях. Плохое освещение, широкие спины охранников, снег и дождь не волнуют никого, кроме самого фотографа.

Или, к примеру: вспышкой на отражение работать нельзя, если потолки высокие и тёмные; аккумуляторы при низкой температуре разряжаются быстро и неожиданно; неумение сменить телеобъектив на широкоугольный за три секунды оборачивается потерей важных кадров. Да и губернатора второй раз пожать руку главе района не попросишь – момент упущен безвозвратно. Ошибки новичка подстерегают на каждом шагу, а плата за ошибку всегда одна – больше тебя этот заказчик никогда никуда не позовёт.

Профессионал выдает качество такого уровня, что за его работу готовы платить. Он гарантирует результат. Чтобы добиться этого, фотограф учился и практиковался многие годы. Он тоже рад бы снимать мыльницей, которая помещается в нагрудном кармане, но не случайно ведь в его кофре лежат килограммы весьма недешёвых железок и стекляшек (кстати, интересная статистика: грамм профессиональной фототехники во все времена стоил примерно два доллара).

Техническая оснащённость – лишь одно из необходимых условий. Как владелец ручки «Паркер», утверждаю – писатель я никакой, хотя за сочинения в школе двоек не получал. И даже если меня поставить за самый совершенный токарный станок, заготовки можно будет выкидывать сразу. А умение водить автомобиль не означает, что меня возьмут в кремлёвский гараж, и уж тем более наличие гоночной машины не сделает меня Шумахером.

Кстати, довольно сложно вспомнить случай, чтобы мои друзья – писатели и журналисты (имеющие, естественно, и свои фотоаппараты) – не позвали меня работать на

мероприятия, которые, помимо текстов, требовали и достойного фотоотчёта.

Стоит ли платить фотографу или всё-таки обойдёмся своими силами? Этот вопрос каждый заказчик должен решить сам. Но когда у человека возникает необходимость идти к стоматологу, он почему-то идёт не к соседу, который когда-то в молодости неплохо учился в мединституте, а выбирает серьёзный медицинский центр с опытными врачами и хорошим оборудованием. И телевизор свой ремонтировать он приглашает профессионального телемастера, а не энтузиаста из школьного радиокружка.

А теперь давайте посмотрим картинки.

Средняя стоимость только одной двухкомнатной квартиры в этом доме на момент съёмки – 8 млн рублей. Вопрос знатокам: мог фотограф, зная о таких ценах на жильё, оторвать свой зад от «жигулей» и перейти дорогу, где не будет на переднем плане живописного столба и трамвайных проводов? Про композицию, цветопередачу, динамический диапазон я даже не говорю, если держать камеру ровно для фотографа – непосильная задача.

Все тонкости фотосъёмки описывать нет смысла, отмечу одно: мне понадобилось всего на 20 минут больше, чем автору предыдущего шедевра. Впрочем, его заказчик по-своему прав: если не видно разницы, зачем платить больше? Вот только генподрядчик, застройщик, а главное, потенциальный покупатель квартиры такого подхода экономных горе-рекламистов, увы, не поймут. Не экономьте на фотографе.

Примерно раз в три месяца я рассылаю предложения о сотрудничестве всем петербургским издателям строительных журналов, справочников и газет. Со многими налажены деловые отношения. Но в данном случае, очевидно, редактору проще было выдать цифровую мыльницу студенту-практиканту. А дизайнер поленился убрать из кадра провода. Из ничего ничто и получается.

Издатели, перестаньте экономить на спичках. У вас в журналах дома падают.

Жилой дом у станции метро «Проспект Большевиков». Фотография из отраслевого журнала «Промышленно-строительное обозрение», № 7 (112), 2008 г., с. 54.

За качественной картинкой всегда кроется труд профессионала. Чтобы сделать эту фотографию, мне пришлось подняться на десятый этаж расположенного напротив дома, установить на балконе штатив с гидроуровнем, сделать несколько снимков с разной экспозицией, сконвертировать файлы в программе Capture One, склеить изображения (технология расширенного динамического диапазона HDR) для ликвидации пересветов и провалов в тенях. Иллюстрация вошла в новый рекламный буклет компании. Разница есть?

Тот же самый дом, снятый мной для компании «Петротрест» в марте 2008 г.

Вот фотографу судьба преподносит на тарелочке с голубой каёмочкой всё – харизматичную, известную всем модель, эффектный антураж, настроение актёра. И что же делает фотограф? Лупит вспышкой в лоб, убивая светотеневой рисунок и порождая блики и уродливые тени на стене. Михаил Сергеевич, тысяча чертей! Найдите и заколите этого каналью, чтобы не мучился.

Нажатие одной кнопки, выключающей вспышку, изменяет снимок до неузнаваемости.

Найденный на просторах Интернета снимок другого известного артиста порождает в пытливых умах зрителей вопрос: что символизирует растущий из головы столб? Не успевший покинуть границы кадра полутораногий дядька и заваленный горизонт дополняют букет достоинств. Ситуация была бы объяснимой, если бы фотографией похвастался неожиданно встретивший Сергея Рогожина фанат. Отнюдь – шедевр не постеснялась разместить на своём сайте компания, занимающаяся организацией корпоративных праздников.

Хотите снимать артиста – не стоит ловить его утром у подъезда; купите билет и приходите на концерт. Большинству наблюдателей неинтересны близлежащие хрущёвки, припаркованные автомобили и живописные лужи во дворе. В красиво освещённом зале вы получите фотографии певца, а не сощурившегося на солнышке парня с руками в карманах мятых джинсов.

Наглядная демонстрация различий часто бывает решающим аргументом в беседе с заказчиком. Не ленитесь показать клиенту разницу – фотография как раз тот случай, где картинки значат больше, чем тысячи слов.

Глава 5
Раскрутка, реклама, создание имиджа

– Ты чего такой настырный?
– Я не настырный! Я целеустремлённый!
х/ф «Стиляги»

Имидж – это ваш образ, который формируется в сознании окружающих людей. И кому, если не вам самому, его формировать.

Внешний вид фотографа не должен вызывать раздражения! Всегда помните это непреложное правило. Вы должны быть одеты прилично и неброско, чтобы ваша одежда не привлекала внимания как своей неряшливостью и бедностью, так и показной роскошью. Если вы работаете среди относительно небогатых людей (рабочих, ветеранов, прохожих на улице и т. д.), всякого рода «павлиньи перья» и дорогие костюмы ничего, кроме раздражения и неприятия, у аудитории не вызовут. Также и у банкира, скажем, фотограф с «ролексом» на руке и в костюме за пятьдесят тысяч рублей может вызвать вполне объяснимое раздражение: если ты такой богатый, зачем крутишься за гроши на моём корпоративе? И «ролекс» твой, скорее всего, поделка дядюшки Ляо за десять долларов. Конечно, «хороший понт дороже денег», но это не наш случай. Одевайтесь прилично.

Сарафанное радио работает так же надёжно, как и раньше: доказавший свой профессионализм и умение общаться с людьми фотограф «передаётся из рук в руки», его советуют лучшим друзьям, что позволяет значительно сэкономить на рекламе.

Лучше всего вместо пиджака пользоваться жилеткой (за исключением совсем уж

официальных мероприятий, когда чётко работает служба протокола). Иначе ремни от камер будут мешать, цепляться за лацканы, рукава – сковывать движения. В общем, потеряете в маневренности и постоянно будете отвлекаться. Конечно, если вы не в джинсах, а в брюках, они должны быть отглажены. А рубашка – быть всегда свежей. Ботинки – начищены. Об экипировке фотографа за работой мы поговорим подробнее позже. А пока, суммируя вышесказанное, сформулирую так: опрятный вид – норма.

Отдельно стоит сказать о репортажной съёмке на улице – здесь лучшим вашим костюмом мог бы стать костюм человека-невидимки. Техника вам не особо поможет: снимки, сделанные телеобъективом, создают у зрителя впечатление, что вы что-то подглядели издалека – ощущение сопричастности возникает только при работе оптикой с нормальным фокусным расстоянием в 35–50 мм, в непосредственной близости от происходящего. Фотограф должен уметь «растворяться» в толпе, не привлекать к себе лишнего внимания. И достигается это во многом за счёт умения правильно одеваться.

Вопросы эффективной коммуникации я вряд ли смогу достойно осветить в рамках этой книги – всё-таки не Дейл Карнеги. Что, впрочем, вовсе не отменяет справедливого суждения, сформулированного им и десятками его коллег – люди охотнее всего общаются с равными. Не стоит в издательстве доставать из кармана авторучку «Паркер» стоимостью в две зарплаты редактора, даже если она у вас и есть, а на перекуре с генеральным директором корпорации – пачку овальной «Примы».

И самое главное – научитесь общаться. В отношении к заказчику должно быть что-то от отношения к девушкам: излучайте доброжелательность, уверенность, позитив. Смурной, дёрганый фотограф не вызовет симпатий как человек и доверия как профессионал. Нет настроения – сидите дома. Все проблемы оставьте там же, а на встречу идите упругой походкой тигра, с заведённой пружиной внутри, будьте нацелены на работу и победу. Ваша улыбка и доброе расположение – такие же инструменты, как камера, вспышка и объектив. А иногда – значительно важнее.

Напоминать о себе в прессе совсем нелишне. Помимо чисто рекламных объявлений, на публикацию иногда идут бескорыстно и печатные издания, и даже сами выходят на контакт – тема фотографии интересна читателям. Так, например, журнал «Петербургский охотник» опубликовал интервью со мной, проиллюстрировав его моими же снимками природы, «Невский альманах» дважды печатал статьи про мои съёмки на полигонах и в многочисленных частях Ленинградского военного округа. Очерк про фотографа Песочинского опубликовал и журнал «Слово Забайкалья», выходящий в Чите. Казалось бы, какая от этого польза? Кормит меня не армия и не лесничие. Но среди читателей этих изданий можно встретить кого угодно – политиков, строителей, промышленников, банкиров, руководителей различного звена. Кто-то из них, возможно, станет и моим заказчиком.

Фотографы, будьте осторожны – не переборщите с обаянием! При выборе девушек-моделей для съёмки имейте в виду, что одна из них вполне может стать вашей судьбой. 2007 г. Хм, кто бы мог подумать… :)

Наиболее верный путь – налаживание контактов с менеджерами и сотрудниками редакций, издательств, рекламных агентств. Вспомните театральный принцип: если во время спектакля на стене висит ружьё, оно непременно выстрелит. Так вот: если у вас в адресной книге находится сотня подобных «ружей»… Думаю, вы поняли, и тут больше ничего и добавлять не надо.

Есть съёмки, невыгодные с коммерческой точки зрения, но полезные для имиджа фотографа. Это в первую очередь съёмка интересных людей. Тот же Юрий Николаевич Щенников любит повторять: «Назовите фамилию известного ленинградца, и я найду в своём архиве его фотографию». Стоит ли говорить, что спустя определённое время именно вы можете оказаться единственным обладателем нужной фотографии. Футбольную команду «Зенит» не раз снимали десятки ленинградских фотографов, но именно в личном архиве Щенникова к 25-летию победы «Зенита» в чемпионате СССР нашлась наиболее полная подборка картинок тех лет. И она опубликована! Видите: вы творите летопись эпохи, не больше и не меньше.

Основан в 1825 году

ГУВД по г. Санкт-Петербургу и Ленинградской области
УПРАВЛЕНИЕ ПО РАБОТЕ С ЛИЧНЫМ СОСТАВОМ

Санкт-Петербург

Справка

18 июля 2008 г.

Дана фото-журналисту Песочинскому Дмитрию Михайловичу в том, что он работает над изданием книги «90-лет кадровой службы ГУВД». В связи с чем сотрудники кадровых аппаратов Санкт-Петербурга и Ленинградской области должны оказывать ему помощь в сборе информации по данной тематике.

Телефон УРЛС: 573-26-67. (Ступак А.Ю.)

Справка действительна сроком на 3 месяца.

Заместитель начальника подполковник милиции

С.Н. Трипутин

фотосъемки на ж/д станции Санкт-Петербург Сортировочный-Московский Песочинскому Дмитрию

Если зовут – снимайте ветеранов, силовиков, власть. Подружитесь с муниципальными депутатами, деятелями общественных организаций. Чем шире ваш круг общения, тем больше крупной и мелкой «рыбы» попадётся впоследствии в ваши сети. Публикуйтесь в некоммерческих изданиях, принимайте участие в социально значимых проектах. Вашу фамилию могут и подзабыть. А посмотрят: «А-а-а… Так это ты снимал? Точно-точно.» – и разговор пойдёт совсем в другом русле.

Набирайте публикации. На первых порах не стоит быть излишне разборчивым – кроме откровенно жёлтых «Гальюн Трибьюн» и всяких прочих порно-криминальных вестников, радикальных политических изданий, большинство газет и журналов создадут вам «лицо». Внушительная пачка газет и журналов с вашими фотографиями послужит ультима рацио в беседе с будущим заказчиком.

Специализация изданий тоже играет роль – на встрече с редактором строительного журнала разворот с фотографией монтажника-высотника значит больше, чем полностью иллюстрированный вами пятитомник про грибы. Освободите на антресолях место для пачек газет и журналов. Спустя пять лет архив можете унести в гараж, через десять – увезти на дачу. Выбрасывать не торопитесь, что и когда пригодится, не знает никто. Но пригодится обязательно, проверено.

Начинайте формировать портфолио. Оно должно быть не просто набором красивых картинок, демонстрирующих ваш художественный и технический уровень как фотографа, – портфолио обязательно должно быть тематическим. Если вы встречаетесь с бильд-редактором новостного сайта, то его заинтересуют прежде всего ваши городские репортажи, а альбом с горными пейзажами он, в лучшем случае, бегло пролистает. И спустя пять минут после вашего ухода начнёт обзванивать других кандидатов. Владельцу модного журнала интересны картинки с последних дефиле, а организаторам в «Ленэкспо» – репортажи с выставок, а не химики за работой, не цветочки и не пуск тактической ракеты, как бы эффектно всё это ни смотрелось в вашем альбоме. Портфолио должно быть сформировано несколько, в идеале ровно столько, в скольких направлениях вы собираетесь работать.

Снимайте не только девушек, но и бабушек. Фотографии просто дарите, а зарабатывать деньги мы будем на промышленниках и банкирах.

Как оформить портфолио – вопрос интересный, и универсальных рекомендаций тут быть не может. Мне лично нравятся альбомы формата 20х30 см. Но пачку таких фолиантов таскать не всегда удобно, продумайте варианты и меньшего формата. Не говоря о том, что до личной встречи дело может и не дойти, и показать «что-нибудь» просят тут же, уже на предварительном собеседовании. Полная версия портфолио обязательно должна быть в Интернете – компьютер в наше время есть у каждого, а послать ссылку или продиктовать адрес сайта по телефону просто и удобно.

Когда вы выйдете на другой ценовой уровень, вам придется отказаться от ряда заказчиков, которые по разным причинам не смогут или не посчитают нужным платить вам столько, сколько вы теперь хотите. И в ваших сутках по-прежнему только 24 часа. Мой совет – каждый раз подходите к формированию нового списка партнёров тщательно. Часть старых клиентов стоит оставить, это вопрос политический. Журнал писателей России, специализированный экскурсионный журнал, издания силовых структур и ведомств в

обозримом будущем вряд ли смогут начать осыпать меня золотом. Но именно эти обложки и развороты я покажу на переговорах с пресс-секретарём полпреда президента, а не новогоднюю пьянку банкиров в ресторане.

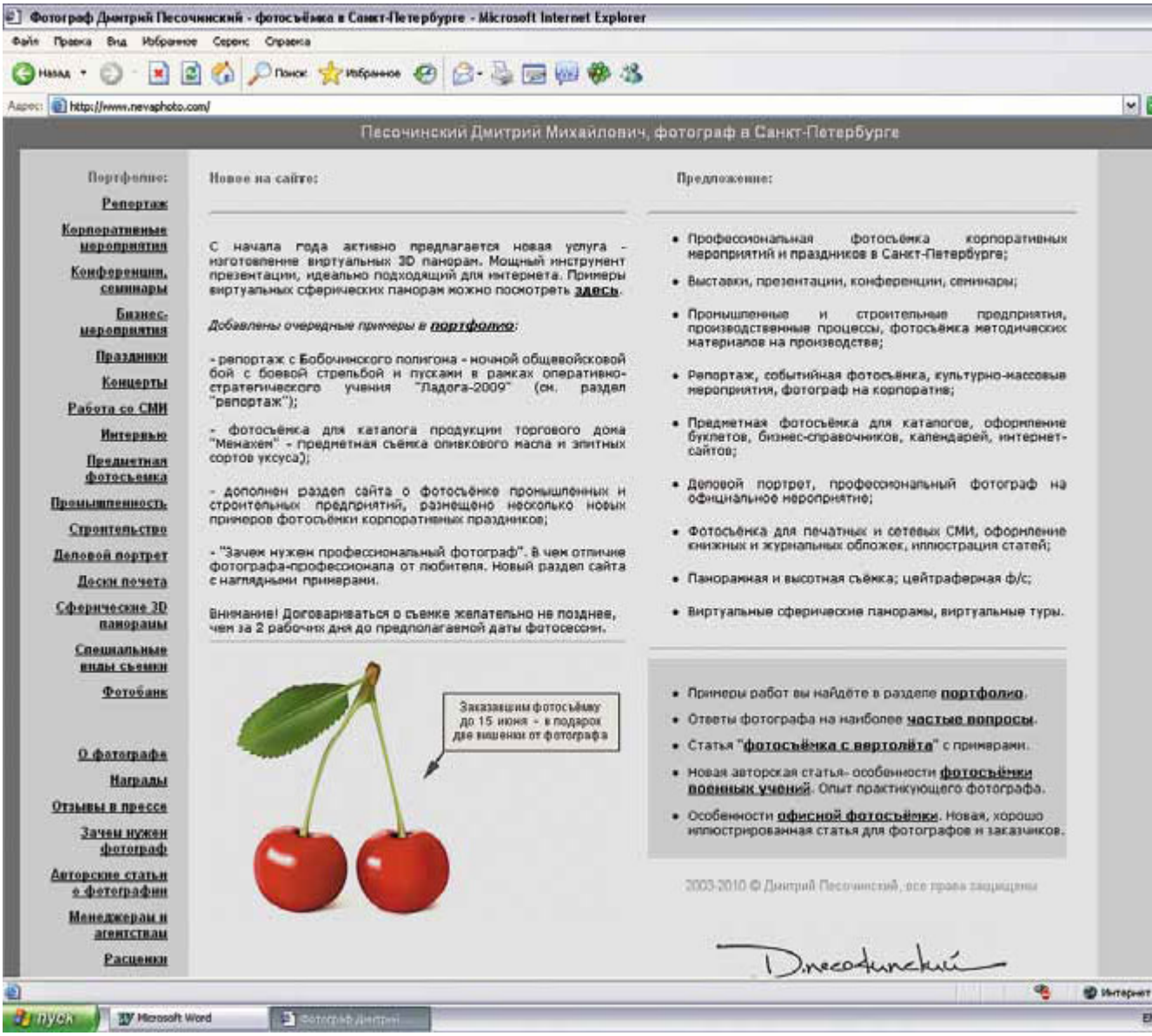
И последний пункт, который должен был, видимо, стоять в этой главе первым. Составная часть имиджа – репутация. Про платье, которое надо беречь снову, помнят все. А про честь забывают часто. Тут мне всё видится предельно ясным – не делайте ничего, за что вам было бы стыдно. Фотограф, чего тут таить, через свои картинки воздействует на сознание людей, формирует образ бизнесмена и его компании, политика или партии. И как знать – вдруг сто человек перевеса на выборах окажутся «вашими». Генрих Хоффман фотографировал Муссолини, а несравненная Лени Рифффеншталь – «дядю Адика». Хорошо ли им спалось потом по ночам, мы уже не узнаем. А вы сейчас – этими самыми руками, глазами и камерой – тоже творите историю. Кто-то согласен за приличный гонорар помочь хоть фашисту пройти в городскую думу, а кто-то – нет. Конечно, некоторые и гениталиями торгуют, не видя в этом ничего зазорного. Но согласитесь: получить пачку денег и много лет наблюдать, как при встрече коллеги прячут руку за спину, – не наш путь. Идите и не грешите.

Глава 6
Сайт фотографа

О необходимости фотографу иметь собственный сайт нет смысла даже писать отдельно. Это ваша визитка, ваше резюме и ваше портфолио одновременно. Возможность размещать и демонстрировать примеры работ, не выходя из дома, – огромное преимущество. Но следует иметь в виду, что неграмотно свёрстанный или бездарно оформленный сайт может сработать и против вас.

Сайт-визитка – удовольствие недорогое. Требования к хостингу минимальны, но они есть – это, прежде всего, надёжная работа. Объёма предоставленного дискового пространства должно хватить на большинстве тарифов, фотографии экранного качества «весят» немного, и если вы не собираетесь размещать у себя фильмы и слайд-шоу, то этим вопросом можно не забивать голову вовсе.

Хочу однозначно отговорить вас от бесплатных вариантов вроде narod.ru. Платное размещение на год, вместе с доменным именем, обходится фотографу не дороже пары походов за продуктами, зато демонстрирует серьёзный подход к делу. В самом деле, почему заказчик должен доверять вам как профессионалу, если вы пожалели даже символическую сумму за хостинг? В общем, бесплатные варианты отпадают, а дефицита компаний, предлагающих услуги хостинга, не предвидится, тем более что географическое расположение как сервера, так и офиса не играют никакой роли – размещать информацию на своём сайте и периодически обновлять её вы сможете хоть из Нью-Йорка, хоть из Нижней Хацапетовки.



Универсальных советов относительно дизайна быть не может, как и в случае с любым другим сайтом – оформление виртуального представительства станкостроительной компании и сети цветочных магазинов выглядят несколько по-разному. Смотрите дизайн страничек коллег, отмечайте удачные решения, принимайте во внимание ошибки. Не старайтесь слепо копировать – двойники и плагиаторы никому не интересны, а заказчиков это может и отпугнуть – если вы не в состоянии самостоятельно придумать оформление собственного сайта, то как вы будете фотографировать? Работа у нас творческая, и плагиат в элементах оформления сайта дискредитирует вас как профессионала, бесстрастно являя взору клиентов творческую же импотенцию. Придумывайте, рисуйте, приглашайте к сотрудничеству дизайнерские студии; не умеете сами – заплатите другому.

Разрабатывая дизайн, принимайте во внимание специализацию. Сайт свадебного фотографа с букетом, колечками и голубями выглядит гармонично, но совершенно диссонирует с объявлением на главной странице о том, что вы предлагаете фотосъёмку для предприятий атомно-энергетического комплекса. Если вы занимаетесь преимущественно модельной съёмкой, то даже самые выразительные репортажные фотоснимки, привезённые из командировки по войсковым частям Заполярья, насторожат посетителей, а то и вовсе сведут число заказчиков к минимуму.

Хороших сайтов было мало всегда. Чёрный фон, бестолковая анимация с бегущими облаками, оформленная в виде рулончика негативной плёнки галерея и тошнотворный звук механического затвора – знакомо, правда? Ещё надо обязательно указать, что это ваш

официальный сайт (конечно, посетители будут подозревать, что есть ещё куча неофициальных, созданных многочисленными поклонниками вашего таланта), а в центр главной страницы поместить вашу собственную фотографию с полуметровым телевиком, символизирующим вселенского уровня профессионализм. Смех смехом, но именно так выглядит добрая половина сайтов моих коллег. У вас же будет другой, правда?

Граффити на стенах домов зачастую выглядят гораздо более талантливо, чем оформление сайтов фотографов – людей, просто обязанных видеть и уметь передать красоту.

Но! Дизайн ради дизайна – самое бессмысленное, что вы можете предложить посетителю. Оформление сайта чем-то схоже с грамотным макияжем у женщины – в идеале сам по себе он просто незаметен. Дизайн – лишь средство, а не цель.

В погоне за эффектным визуальным оформлением не забывайте об удобстве навигации. Структура сайта должна быть продуманна и логична. Посетитель вряд ли станет разбираться с хитромудрым меню, сравнимым по сложности с кносским лабиринтом, – среднестатистический гость вовсе не Тесей, у него нет ни времени, ни желания разгадывать тайные помыслы веб-дизайнера, он просто уйдёт с сайта. Не будьте излишне многословны – главное, ради чего приходят на сайт фотографа, – сами фотографии. Тексты длиннее пары абзацев вряд ли кто-то прочитает, и лишь в том случае, если тема касается изображённого на картинках. А их должно быть много. Сделайте несколько подразделов галереи, предложите быстрый и удобный выбор тематики просмотра.

Надежды на приток дополнительного траффика с поисковых систем, если честно, совсем немного. Чтобы вас хоть как-то находили по ключевым словам и их сочетаниям, сайт должен быть на первой странице выдачи, а лучше – в тройке-пятёрке лидеров. Место на второй странице уже не даёт никаких преимуществ, кроме совсем уж диковинных запросов. Фотография – крайне конкурентная сфера в виртуальном пространстве, лидеры наметились давно и сидят крепко. Продвижение сайта требует много времени, а если опыта нет, то и денег. К предложениям SEO-оптимизаторов стоит относиться с долей осторожности – практика нескольких моих коллег показала, что после кропотливой и совсем не бесплатной трёхмесячной работы «сеонизаторов» сайты действительно продвинулись до 20-30-го места, но абсолютно никакого увеличения целевого траффика, как и дополнительного дохода, эти танцы с бубном не принесли.

А вот в качестве «виртуальной визитки» сайт фотографа полностью оправдывает все усилия по его созданию. По указанному в предложении и на визитной карточке адресу действительно заходят клиенты, совершают до 10–15 внутренних переходов. В среднем, на моём сайте целевой посетитель проводит около 12 минут, в 70 % случаев добираясь до страниц «О фотографе» и «Контакты».

Моё отношение к сайтам фотографов можно сформулировать чётко – они однозначно нужны. Тем более что порой это единственная возможность продемонстрировать портфолио, убедительно доказав свои профессиональные возможности потенциальному клиенту.

Глава 7
Вопросы выбора фототехники

«Крупная, динамично развивающаяся международная корпорация возьмёт в аренду дырокол»

Когда вы выбираете фотографию в качестве основного занятия, надо уметь не только хорошо фотографировать, но и считать деньги. Фотограф-фрилансер – это бизнес-процесс в миниатюре. Вы сами себе начальник и подчинённый, сами себе отдел снабжения и маркетинга, и что самое важное, сами себе бухгалтерия. Вы должны чётко представлять, куда будут уходить деньги и откуда приходить. А если затаили робкую надежду на то, что бизнес станет успешным, – попытаться заранее всё это спрогнозировать, и желательно, без ошибок.

С доходами всё относительно понятно – это гонорары за вашу работу. А вот на что

придётся потратить средства, мы сейчас выясним.

Будем исходить из того, что студии у вас пока нет. Никакого дискомфорта на первых порах это вызывать не должно – студийный бизнес более сложен, и описание его выходит за рамки нашей беседы. На аренду тратиться не придётся, студию при необходимости можно оккупировать хоть на час, хоть на день – дефицита предложений в крупных городах не наблюдается. Нет и транспортных расходов – перевезти достаточный для наших задач набор аппаратуры можно хоть в своём автомобиле, хоть на общественном транспорте. Думаю, представители многих сфер бизнеса могут позавидовать вашей мобильности, правда?

Это не место сбора хасидского миньяна и даже не музей – так выглядит фотомагазин на ул. Дизенгоф в Тель-Авиве. «Сколько стоит батарейная ручка для сорокового кенона?» – робко поинтересовался российский турист. – «Кенонов-шменонов у меня нет, – ответил выглянувший из-под коробки продавец в кипе. – Покупай ФЭД. В Союзе сделан, трудкоммуна НКВД им. Дзержинского, тридцать шестой год. Так он ещё внуков твоих переживёт».

Если не лить воду и не особо мутить её, то арифметика оказывается совсем несложной. Расходы фотографа складываются из стоимости набора аппаратуры, расходов на первоначальную раскрутку, рекламу и дальнейшее продвижение услуг на рынке. Деньги придётся тратить и на обучение тонкостям профессии – некоторые секреты опытные коллеги вам с удовольствием расскажут бесплатно, но рассчитывать на десять двухчасовых занятий с вами только из симпатии и доброго расположения наивно – любая работа стоит денег, и работа преподавателя не исключение.

Вот об аппаратуре мы и поговорим.

Тут сразу надо оговориться: единственно верного решения не существует. Фототехника выбирается строго под задачу, с учётом того, чем именно вы будете заниматься. Соблазн

купить комплект на все случаи жизни проходит быстро – фототехника недёшева, а платить за возможности, которые никогда или очень редко будут использованы, лишено всякого смысла. Неправильный выбор даст о себе знать на первой же съёмке. Если вы сэкономили, недостаток возможностей не даст реализовать всех ваших планов. Если купили излишне крутую камеру, тоже ничего хорошего – вы потратили лишние деньги (помним – мы рассматриваем фотографию как бизнес), тем самым снизив эффективность всего бизнес-процесса, а таскать лишние килограммы металла и стекла вам очень быстро надоест. Повторюсь: любитель может позволить себе купить какую угодно технику, было бы желание и свободные деньги. Профессионал всегда выбирает аппаратуру строго под задачу.

Давайте просчитаем вариант нашего арсенала под наиболее типичную задачу фотографа-фрилансера: фотосъёмка корпоративов, праздников, репортажная съёмка мероприятий по заданию печатных СМИ. Пользуясь получившейся шпаргалкой, вы в дальнейшем без труда самостоятельно сможете рассчитать сумму, которую придётся потратить на покупку комплекта для решения именно вашей, специфической задачи.

На сегодняшний день среди производителей фототехники наметилось несколько лидеров: японские концерны Canon, Nikon, Pentax. Отдать однозначное предпочтение какой-либо из компаний сложно, продукция любой из них будет достойным выбором фотографа. Споры в профессиональной среде фотографов, «что круче – Canon или Nikon», сродни религиозным и давно считаются моветоном. В модельном ряду любого производителя вы найдёте себе камеру и оптику под вашу задачу. Рассмотрим варианты на примере продукции компании Canon. Итак.

• Камера. Без неё не обойтись, как ни крути. Это только Джеймс Бонд умел глазом фотографировать. Выбираем EOS 50D, золотой оптимум – в меру быстрая (скорость серийной съёмки 6,5 кадра в секунду, с достаточно ёмким буфером, вполне крепкая, хотя и не рассчитанная на броски и падения). На это, впрочем, ни одна из камер не рассчитана, и любая поломка в результате падения будет однозначно признана негарантийным случаем. Но корпус прочен, заявленный ресурс затвора в 100 000 срабатываний позволит не экономить

кадры. Выбираем вариант «body» – камера (в профессиональной среде называемая «тушкой») без объектива. Если предлагается комплект со штатным объективом EF-S 18–55/3,5–5,6 (вариант «kit»), можно взять и его, разница в пару тысяч будет, в общем, не критична, а за эти деньги – вполне приличный для ряда задач объектив, хоть и не сказка, конечно. Стоимость аппарата на сегодня (лето 2010 г.) порядка 40 000 рублей.

• Объективы. Тут всё чуть сложнее, одним объективом никак не обойтись. Прежде всего нам нужен широкоугольник. Пусть это будет Canon EF 17–40 f/4L USM. Умеренно тесные помещения, толпа на мероприятии, не слишком просторные интерьеры вполне подвластны ему. Стоит этот объектив сейчас 30 000 рублей.

Основным в следующем диапазоне фокусных расстояний выберем творение независимого производителя, японской компании Tamron, модель SP AF 28-75mm F/2.8 – приличная постоянная светосила во всём диапазоне фокусных расстояний, надёжная конструкция, бленда в комплекте. Если у вас прагматичный склад ума и нет необъяснимой идиосинкразии по отношению к сторонним производителям, выбор вполне оправдан. Бытует мнение, что «неродная» оптика требует более тщательной проверки при покупке. Пусть так, но в любом магазине, даже при заказе через Интернет, вам будет позволено погонять объектив во всех режимах, просматривая кадры, например, на принесённом с собой ноутбуке. Цена нашего выбора – 15 000 рублей.

Телеобъектив тоже нужен. С его помощью мы сможем снимать с отдалённых точек, максимально размывая фон, и даже в ряде случаев будем использовать его в качестве портретника. Тут есть соблазн сэкономить, купив что-то вроде Canon EF 75-300 f/4-5.6, но невысокое качество изображения на полностью открытой диафрагме испортит нам всю малину. Поэтому придётся раскошелиться на Canon EF 70-200 f 4L IS USM. Немного дешевле вариант без стабилизатора, но – гулять так гулять. «Банка» с тем же диапазоном фокусных расстояний и постоянной светосилой 2,8 ощутимо дороже и, что немаловажно на выездных съёмках, намного габаритнее и тяжелее. Стоимость нашего выбора – 45 000 рублей.

Жадность – она, как справедливо говорят в народе, фраера губит, а аппетит приходит во время еды. Но мы пока не пожадничали – для нашей задачи это минимальный и достаточный выбор.

• Однозначно потребуется нам внешняя вспышка. Выбираем среди моделей с

поворотной головкой, максимально возможным ведущим числом – работать часто придётся, направляя вспышку в потолок, порой довольно высокий. При подробном рассмотрении выбор оказывается невелик, остановимся на модели Canon Speedlite 580EX в её второй реинкарнации. Наш кошелёк похудел ещё на 18 000 рублей.

• Штатив для фотографа вещь необходимая, чем бы этот фотограф ни занимался – на штатив можно опереться, произвести впечатление на заказчика, отмахиваться от хулиганов, и самое интересное – на него можно установить камеру при работе на длительных выдержках. Выбор тут огромный – металлические и карбоновые, со съёмной головкой и без неё, а уж изготовителей – как невест на танцах в сельском клубе. Наш выбор – углепластиковый Manfrotto со съёмной головкой в комплекте. У производителя с названиями моделей полная путаница, европейские, «серые» американские экземпляры и штативы из официальных российских поставок, с головкой в комплекте и без неё в сумме рождают такую мешанину букв и цифр, что вы, приехав в магазин, вероятнее всего обнаружите подразумеваемый мною штатив под совсем другой маркировкой. На этом этапе нам важно знать – при покупке штатива мы укладывается примерно в 12 000 рублей. Конечно, можно найти варианты и за 3000–4000 рублей, но, потаскав полдня на спине несколько лишних килограммов стали, вы без сомнений расстанетесь с обозначенной суммой за возможность использовать более лёгкий углепластик.

• Карта памяти – заверните две! Берём Transcend TS16GCF600. 16 Гб нам хватит вполне, если мы не собираемся в недельное автономное плавание. Скорость записи почти в 90 Мб/с позволит повеселее скидывать данные из буфера на карту, освобождая тем самым место для новых снимков. А почему две? Потому что тёмные силы электричества могут пошутить над нами, а потерять доверенный одной-единственной карте памяти отснятый материал будет обидно. Теория отказов как научная дисциплина может нам возразить, мол, какая разница, вероятность скоропостижно скончаться у двух карт, соответственно, вдвое выше. Тут простор для дискуссий огромный, но объём книги заставляет нас быть лаконичнее. Покупаем пару, а спорить будем на досуге. Выбор вполне достойный, карты позиционируются в профсегменте, изготовитель обещает повышенную надёжность, широкий диапазон рабочих температур и небо в алмазах. 10 000 рублей – и в нашей корзинке лежат две новенькие яркие упаковки.

• В корзинке, однако, фототехнику носить как-то боязно – не то утащат, не то сам потеряешь. Нужна сумка. Кому-то приятнее носить железки и стекляшки в жёстком кофре, кому-то удобнее рюкзак. Выбирать изготовителя, цвет и фасон будем позже, когда точно определимся с получившимся набором. А пока что отложим ещё 5000 рублей. За эти деньги мы приобретём почти любую из понравившихся моделей известных изготовителей – ставшие привычными Lowepro, брутальные National Geographic от KATA, отечественный Acropolis.

При выборе надо чётко понимать, в чём отличия сумки, кофра и рюкзака. Сумка, как наиболее практичный вариант, даёт нам возможность максимально быстро «расчехлить оружие», а также менять патроны-объективы – для репортажника на мероприятии вариант вполне себе. Но если тот же репортажник снимает пять минут, а «пилит» по полям, лесам и буеракам двое суток без передышки, то альтернативы фоторюкзаку нет. Жёсткий кофр тяжелее, но обеспечивает максимальную сохранность всего нашего добра, за которое мы только что отдали в магазине свои честно заработанные деньги. Наконец, не будем забывать про еще один вариант, популярный среди фоторепортеров, – жилет-разгрузку. Рассовав всю оптику по нагрудным и поясным карманам, мы при смене объективов сэкономим драгоценные секунды, и это поможет нам не упустить важные кадры.

Десятки моделей всех этих сумок, представленные в любом фотомагазине, молодёжи уже привычны, а ветераны фотодела с улыбкой вспоминают времена, когда приходилось всё выдумывать самим, проявляя подчас чудеса смекалки. Знакомый семидесятилетний фотокорреспондент не без удовольствия рассказывает о собственной разработке. В те времена редакционные Никоны стоимостью более

двух тысяч рублей (при средней зарплате около двухсот рублей) выдавали особо приближённым под расписку, и потеря его была… об этом боялись даже думать. Модель же кофра в продаже была только одна, да и её сначала надо было найти: товарный дефицит касался не только колбасы. Коричневый угловатый чемодан с ремешками – что-то от портфеля сантехника Афони, что-то от чемодана «Великая Германия» – больно бил по бедру, скандализировал публику в автобусной давке, заодно крича криминалитету: у меня внутри что-то японское и дорогое.

Решение фотографом было найдено простое, изящное, красивое. Чемодан для зимней рыбалки после нехитрого хирургического вмешательства – переноса перегородки и оклейки внутреннего пространства пенопластом – превратился в чудесный кофр. На нём можно было посидеть в электричке, он не боялся толчков и ударов, и самое главное, его вряд ли кто-то вырвет в толпе, разве что сильно стосковавшийся по свежей корюшке хулиган. На вопросы «клюёт ли» и «сколько ещё лёд на заливе продержится» было подготовлено несколько вариантов ответа – под погоду и настроение. И самое забавное – наш «рыбак» настолько вжился в роль, что таскал свой рыболовно-фотографический набор в любое время года, и стал чудо-ящик таким же привычным глазу ленинградских коллег, как Медный всадник, например.

Так что сегодня фотографам живется скучнее, – признают аксакалы. А вот выбор шире, и это может служить некоторой заменой романтике семидесятых.

• Комплект аккумуляторов. Думается, надо носить с собой двукратный запас заряженных аккумуляторов для всего, что в них нуждается. Пара «родных» батарей для камеры (продукция сторонних производителей дешевле, но менее долговечна) обойдётся в 5000 рублей, один основной и два запасных набора Ni-MH-аккумуляторов типоразмера AA для вспышки потребуют ещё около 2000 рублей. Одно зарядное устройство нам достанется в комплекте с камерой, а второе, для вспышки, купим отдельно. Хорошо бы найти модель с независимой поканальной зарядкой, а также с режимом разряда. Поддержим отечественного производителя – Robiton Smart Display M1 стоит чуть больше 1000 рублей.

• При репортажной фотосъёмке значительная часть кадров – вертикальные. Работать, изогнувшись согласно картинке 3 с 29-й страницы подарочного издания Камасутры, минуту-другую можно, но пять часов подряд – извините, морально не готов. Вывод – надо купить батарейную рукоятку. И дело вовсе не в батарейках. Battery grip сильно спасает при длительной съёмке вертикальных кадров, фотографу не приходится выгибаться дугой; спусковая кнопка находится именно там, где продиктовано анатомией и здравым смыслом. BG-E2N – и компания Canon разбогатела еще на 8000 рублей.

• Отсутствие светофильтров в нашем случае пережить можно, но несколько мы всё-таки купим. Это будет ультрафиолетовый (УФ) фильтр, который мы применим в качестве защитного. Для широкоугольника нужен будет светофильтр диаметром 77 мм, для двух других – 67 мм. Подружим наши объективы с фильтрами KENKO UV PRO1 67 мм и HOYA PRO1D UV 67 мм, цена за оба – 3000 рублей. Ещё в 4000 рублей обойдётся поляризатор HOYA PRO1D PL–CIR на 77 мм. Обычно применяемый на открытом воздухе для притемнения неба и водяных бликов, «полярик» и в помещении вполне пригодится, блики также нередки на стёклах в офисах, блестящих поверхностях. А можно и в меру подшутить над директором какой-нибудь фирмы – одним поворотом фильтра вокруг своей оси фотограф-пакостник легко «погасит» все сорок ЖК-мониторов, и огромный офис на фотографии будет делать вид, что работает. А за удовольствие надо платить, верно? Берём!

• И, таки да, нам нужна запасная камера. Капут может настать в любой момент – техника есть техника. Хорошо, если съёмку можно отложить, но выступление губернатора, визит главы района и даже выступление певца на рядовом корпоративе никто переносить не будет – умерла так умерла. Заказчик останется без фотографий, и будьте уверены – больше он не позвонит никогда. И ему совершенно неинтересна статистика отказов механизма подъёма зеркала камер EOS – у него не останется фоток на память, и это главное. И он прав, этот чёртов заказчик!

Гарантийный ремонт может длиться неделями, за деньги вашу технику реанимируют быстро, но не моментально, а работать чем-то надо. Если подходить к работе серьёзно, то без «запаски» не обойтись, и брать её придётся на все особо ответственные мероприятия. Требования к запасной камере значительно мягче – работать она будет редко, и ради экономии можно пожертвовать рядом параметров. Советую обратить внимание на модельный ряд xxxD. Сегодня минимальной стоимостью в линейке обладает EOS 450D – в среднем 25 000 рублей. Не очень хочется, но берём.

К вопросу об отказах фототехники: если камера вышла из строя, переснять можно далеко не всё – второй раз вертолёт над городом ради вас не полетит.

• Но и это ещё не всё, шоу продолжается! Нам нужен компьютер. Тут можно услышать вроде бы резонное возражение, что компьютер у каждого и так есть, зачем его считать-то? А вот зачем.

Когда мы рассчитываем бизнес-процесс, как в данном случае, считать надо всё. Компьютер должен быть современным, шустрым – такие задачи, как конвертирование из RAW в графические форматы, склейка многорядных панорам, пакетная обработка полноразмерных файлов в Photoshop, весьма ресурсоёмкие. Кроме того, вы неизбежно

будете оккупировать компьютер на целые вечера, прогоняя жену на кухню, а ребёнка подвергая риску не сдать вовремя задание по математике. В подходящей нам комплектации и нешумном корпусе, с достаточным для хранения многолетнего архива объёмом жесткого диска аппарат на базе двухъядерного Intel Core 2 Duo стоит сегодня в районе 40 000 рублей.

Да и нестарый ещё монитор, на котором вы недавно с удовольствием гоняли в Need for speed, для вашего нового занятия категорически не подходит. И в магазине, при видимости выбора, найти подходящий моник не так просто. Самые распространённые варианты с TN-матрицей мы не рассматриваем вообще – зависимость цвета от угла обзора, сильный разброс параметров от модели к модели и даже от экземпляра к экземпляру при невозможности калибровки. Получше изображение у моделей с матрицей, изготовленной по технологии PVA, но они не умеют полноценно отображать полутона при взгляде под прямым углом к плоскости этой самой матрицы. На калибровку не уповайте – это не лечится. Модели, которые нам годятся, изготовлены по технологии IPS. Вот эти красавцы выдают картинку, сравнимую с картинкой старых добрых ЭЛТ-мониторов. Но и заплатить придётся несравнимо больше, минимальная стоимость аппарата с диагональю 24 дюйма – порядка 30 000 рублей.

А теперь, спрятав изрядно похудевший кошелёк, прикинем, на сколько мы погуляли.

Простая арифметика показывает – нам надо 293 000 рублей. Для полноценной работы требуется ещё ряд вроде бы недорогих мелочей, которые нам, однако, тоже даром не дадут – специальный карандаш для протирки оптики, мягкие салфетки, набор для удаления пыли и грязи с матрицы вашей камеры и т. д. В общем, мы выходим на рубеж в 300 000 рублей.

Можно ли сэкономить? В целом, нет. Конечно, для успокоения «внутренней жабы» попробуем прогуляться по комиссионному отделу. Желающие сменить хозяина объективы, вроде бы, хуже не стали, но и в цене они теряют несильно. Камеру же однозначно стоит брать новую, у неё есть свой, вполне определённый ресурс, и аппарат, позиционируемый в профессиональном сегменте, вряд ли два года лежал на полке – такие камеры покупает либо профессионал, гонявший её «в хвост и в гриву», либо очень требовательный любитель, который её тоже не щадил. А экономия на мелочах вроде светофильтров нам погоды никак не сделает. Так что «жабе» не спать, увы.

Этот снимок мог быть намного эффектнее. Если ваша камера снимает серию в два раза быстрее, у вас вдвое больше шансов поймать не только дым, но и огонь.

Восьмидесятиметровое восхождение на башенный кран будет напрасным, если в вашем кофре нет «рыбьего глаза».

800-1200 ISO – минимально возможная чувствительность матрицы для полноценной съёмки на концертах.

Много это или мало, решайте сами, кто-то за один отпуск с друзьями тратит больше; кому-то работать год без всяких отпусков, попутно экономя на сосисках. Владельцу промышленного предприятия наши цифры покажутся смехотворными, у него в цеху любой станок стоит в разы дороже – входной билет в профессию дёшев, также скажет его инвестор. Всё относительно. Но мы должны понять самое главное – эти деньги в ближайшем будущем необходимо «отбить».

Про сроки тоже можно долго и жарко спорить, но я склоняюсь к мысли, что техника должна быть полностью оправданна за её гарантийный срок. Конечно же, объектив может пережить этот срок в разы, даже не собираясь умирать от естественных причин. В то время как камеры стареют намного быстрее и к концу гарантии превратятся в дряхлых старушек, а всякие мелочи вроде аккумуляторов при жёстком профессиональном использовании скончаются гарантированно, а никакая гарантия на них не распространяется. И не забываем о возможном форс-мажоре: уронили, потеряли, стащили. Эту вероятность можно постараться свести к минимуму, но полностью исключить не получится.

Повторим: весь комплект техники должен быть полностью оправдан за гарантийный срок – чаще всего это два года. Триста тысяч рублей нам надо заработать только для того, чтобы оправдать вложения в наш рабочий инструмент.

Если предполагается другой вид фотографической деятельности, то в список нужно внести некоторые коррективы – вам потребуется, как минимум, другой набор оптики. Если вы снимаете рекламу в тёплой студии, то репортажную EOS 50D резонно заменить на EOS 5D markII, например. Если вы планируете снимать спортивный репортаж в жёстких условиях, то копите деньги на «единичку». А если собираетесь заняться изготовлением

виртуальных сферических панорам, готовьтесь раскошелиться на «рыбий глаз» и специальную панорамную головку.

Я вас ещё недостаточно напугал? Тогда продолжим.

Глава 8
Ценообразование и ценовая политика

– За что семачка?
– За пять.
– За пять – это больно!
– Ну тогда за три с недосыпом.
– Давай за четыре – и с горкой.
т/с «Ликвидация»

Ценообразование в сфере профессиональной фотографии – вопрос серьёзный, но крайне интересный, а главное – актуальный. Сразу же хочу предостеречь от соблазна «брать сколько получится». Да, цену на пельмени «Равиолло» знает каждая хозяйка, а стоимость часа фотосъёмки конференции подчас неизвестна даже самим организаторам. Но сейчас, когда Интернет есть в каждой квартире и офисе, что-то утаить сложно, особенно когда это «что-то» касается денег. Так или иначе, цены давно сформировались, и отличаются в пределах региона максимум на 30–50 %. Некоторую девиацию может дать именитость фотографа – победитель солидных международных конкурсов с десятком персональных выставок вполне справедливо продаёт свой труд дороже, чем отчисленный за неуспеваемость студент из Тирасполя с папиной «мыльницей», которому не хватает на «Доширак». Но брать «за имя» в Петербурге могут позволить себе от силы 10–15 человек, и на общую картину влияют несильно. Это же касается и отклонений вниз – конечно, и колбаса за пятьдесят рублей находит своих покупателей, но надеяться найти в ней мясо наивно. Скупой платит дважды, трижды и четырежды, и некоторым по-мазохистски нравится с завидным постоянством наступать на одни и те же грабли. Давайте поговорим о том, ставшем основным, ценовом сегменте, где заказчик знает, что хочет получить, а фотограф умеет фотографировать, общаться и продавать свою услугу.

Отметим и сезонные колебания цен. День порой и правда «год кормит», а неделя перед новогодними праздниками – клондайк для праздничных агентств. Фотосъёмкой корпоративов заняты все, и фотографов просто не хватает на всех желающих. А вот свадебные фотографы в январе широко зевают от скуки, лёжа дома на диване (или под пальмой на Канарах, в зависимости от того, насколько удачно поработали в сезон). И здесь фотографы не изобрели ничего нового, букет цветов 8 марта магазины продают в разы дороже, а таксист вечером 31 декабря тоже никого не удивит двойным тарифом. А в остальном, прекрасная маркиза…

Рассмотрим цены на основные позиции на примере моего собственного прейскуранта (лето 2010 г., Санкт-Петербург).

Фотосъёмка корпоративных мероприятий, праздников, юбилеев компаний и сотрудников – 1500–2000 руб./час. Фотограф работает в режиме репортажа, без дополнительного освещения, со штатной вспышкой. Все материалы передаются заказчику.

Внимательность к деталям печатного текста не входит в число моих многочисленных достоинств – более дотошный коллега обязательно укажет минимально возможную продолжительность фотосессии. Что ж, веский повод пересмотреть материалы на сайте. Такое уточнение вполне резонно – если заказчику фотограф нужен на сорок минут, то заплатить тысячу не получится, фотограф откажется. В работе есть много тонкостей, скрытых от взора заказчика: на мероприятие надо приехать, уехать, обработать фотографии, записать диск, привезти его клиенту. Это временные и опять же денежные затраты, которые незаметно «размываются» в случае с многочасовым заказом и полностью сводят на нет эффективность всего бизнес-процесса, когда просят «подскочить на полчасика».

Репортаж, событийная фотосъёмка, культурно-массовые мероприятия – стоимость зависит от задачи, сложности съёмки, продолжительности – от 3000 руб. Выезд за пределы города – по договорённости.

Вроде бы схожая задача, но подходить к ценообразованию, как в предыдущем пункте, неправильно. Корпоративный праздник подразумевает равномерную, насыщенную работу на протяжении всего вечера; репортаж бывает очень разным. Порой приходится быть на боевом посту целый день, чтобы «во всеоружии» встретить высоких гостей ради пяти минут рукопожатий в аэропорту. Наблюдается и обратная картина – пять часов фотограф трясётся по ухабам, висит на вертолёте над пропастью, и нет времени даже покурить. Очевидно, стоимость съёмки следует определять уже в разговоре с клиентом, а в прейскуранте указать минимальную (и максимальную, если хватит смелости) цену.

Выставки, презентации – 2000 руб./час, заказ от 3-х часов. При заказе полных дней стоимость фотосъёмки составляет 1500 руб./час.

Конференции, семинары, симпозиумы, конгрессы – 2000 руб./час, от 3-х часов. При заказе полных дней стоимость обсуждается с фотографом (обычно 1500 руб./час).

Эти два пункта более просты для понимания. Скидки в случае заказа полных рабочих дней разумны – не жадничайте, вам всё равно выгодно, а крупных «оптовых» заказчиков надо беречь, холить и лелеять.

Виртуальные сферические панорамы, виртуальные туры – стоимость готовой 3D-панорамы (выезд, фотосъёмка, изготовление) – 2500 руб., при заказе от 3-х штук. В случае заказа большого количества сферических панорам стоимость обговаривается по телефону с фотографом.

Виртуальные панорамы, будучи новым высокотехнологичным средством презентаций, непросты и в изготовлении, сама съёмка – лишь очень небольшая часть трудозатрат, основная работа происходит в студии или дома и требует усидчивости, старательности и опять же времени. Объяснять это клиенту или нет, решайте сами. Но сделать цены в два раза ниже, чем у конкурентов, никак не получится, проверено.

Промышленные и строительные предприятия, производственные процессы – стоимость обсуждается непосредственно с фотографом.

Именно так. Что требуется снимать, не знает ни сам фотограф, ни тот, кто эту съёмку заказывает. Детали выясняются в телефонной беседе, а ещё лучше, при личной встрече.

Когда вы отказываетесь назвать конкретную сумму, надо тут же объяснить собеседнику, что это не кокетство и не желание его «надуть» – вы действительно не можете обозначить рамки без ясного понимания, что требуется получить на выходе, какой набор фототехники вам нужен для решения задачи и сколько времени займёт всё действо. Практика показывает, что средняя стоимость фотосессии для строителей и промышленников – 6000 – 12 000 рублей.

Деловой портрет. Фотосъёмка, как правило, проводится прямо на рабочем месте (офис, рабочие кабинеты и проч.); сессия может включать как стандартные решения (3/4 в деловом костюме, рубашка + галстук, и т. д.), так и жанровые сцены. В случае с руководителем это могут быть переговоры, подписание документов, телефонная беседа, совещание с сотрудниками и многое другое. Средняя стоимость фотосессии от 6000 рублей (2–3 часа). Возможны выезды на объекты, в цеха.

С ценами всё понятно, но есть важный момент: такая съёмка редко заказывается отдельно, попутно заказчик ставит ещё несколько задач – интерьеры офиса, жанровые сценки с сотрудниками, мини-репортаж о визите иностранных коллег – да мало ли что можно сфотографировать, если вы это умеете, а клиент хочет. Подходите к вопросам фотосъёмки творчески, а ценообразования – гибко.

Методические материалы на производстве (технологические процессы, методики, фотофиксация). Возможно использование среднеформатного и форматного слайдов, аппаратуры скоростной съёмки, импульсного света. Стоимость обсуждается непосредственно с фотографом.

У вас уже лежит в кофре всё перечисленное? У меня тоже нет. Аппаратуру под экзотические задачи можно арендовать, в Питере есть уже как минимум две организации, предлагающие прокат фототехники. При определении цены обязательно уточните стоимость аренды, причём не забыв о расходных материалах – слайд 9х12 см стоит не в пример дороже рулончика «Кодак Голд».

Предметная фотосъёмка – минимальный заказ 4000 руб., далее прогрессивная система скидок в зависимости от количества предметов (съёмка одиночных предметов на сером или белом фоне размером не более 30х30х30 см по техническому заданию заказчика). В случае необходимости применения специального осветительного оборудования, лайткубов, макросъёмки и проч. к стоимости прибавляется до 50 % от базовых расценок. Фотосъёмка возможна как у заказчика, так и в студии. Необходимость применения студийного оборудования выясняется в беседе с фотографом.

Честно говоря, в этом разделе прейскуранта что-то написано лишь потому, что надо было что-то написать. Определять стоимость предметной фотосъёмки без конкретики смешно – сфотографировать пачку маргарина, при прочих равных условиях, намного легче и быстрее, чем стеклянную бутылку с оливковым маслом. Некоторые задачи вам покажутся просто невыполнимыми – сфотографировать кольцо с бриллиантом можно так, чтобы только отличить это самое кольцо от броши, а можно так, чтобы его непреодолимо захотелось купить, забыв о еде, квартплате и задолженности по кредиту. Если заказчик требует качества уровня последнего каталога Картье, а платить готов по 300 рублей за изделие, не обольщайтесь – не получится. Всё это необходимо объяснить, причём с наглядными примерами.

Очень много зависит от количества – снимать на белом фоне что двадцать, что сорок предметов одинакового цвета и размера, в общем, без разницы, времени уйдёт не в два раза больше, а в самом худшем случае на треть.

Оформление каталогов, буклетов, бизнес-справочников, календарей, интернет-сайтов. Предлагается комплекс услуг, включающий в себя совместную и слаженную работу фотографа, дизайнера, верстальщика. Стоимость определяется индивидуально в каждом конкретном случае.

«Мы делили апельсин – много наших полегло». Прикиньте соотношение труда фотографа, дизайнера, не забудьте про менеджера, который этот заказ вам нашёл. Не упустите из виду важный момент: договариваться с клиентом и сдавать ему конечную работу должен один конкретный человек. «Лебедь, рак и щука» – это про нас написано. Умение работать в команде вообще невредно, а в данном случае просто необходимо. Вопросы цены решайте коллегиально – когда под конец работы дизайнер пошлёт остальных членов творческого коллектива подальше, соберёт пожитки и отправится домой, вы за него его

работу полноценно не сделаете, а он не сфотографирует за вас.

Интерьерная съёмка (съёмка в готовых интерьерах) – 2500 руб./час. При вывозе дополнительного оборудования + 3000 рублей. Возможно также создание интерьеров по заданию заказчика. Минимальное время работы фотографа не менее 2 часов.

Важный момент – фотосъёмка интерьеров порой требует дополнительного света. Есть ли у вас свой, или его придётся арендовать, не так важно. Важнее другое – в первом случае нужно учитывать амортизацию светового оборудования, а во втором – стоимость его аренды. Если чувствуете, что одним кадром не обойтись и вам придётся дома полночи склеивать вручную по контрольным точкам многорядные панорамы, заодно поправляя вертикали и мудря над перспективными искажениями – это тоже ваше рабочее время, которое должно быть оплачено.

Продажа готовых иллюстраций из собственного архива – по договорённости.

Определённую часть дохода фотографа-фрилансера составляет продажа архивных картинок. Пока вы нарабатываете опыт и собираете этот самый архив, нельзя сказать, что она будет велика, но уже в начале пути надо быть готовым ответить на вопрос о стоимости фотографий. Общих рекомендаций здесь быть не может: кто-то продаёт сканы с форматных слайдов на фотообои по тысяче долларов, кто-то пробавляется карточками по сто рублей в муниципальном вестнике – и тех и других, заметьте, ситуация в той или иной степени устраивает.

Всё определяет, как всегда, коммерческий дар и, что не менее важно, умение выйти на целевую, платёжеспособную – вашу аудиторию. Я лично стараюсь работать с рекламными агентствами, издательствами. Стоимость технически качественной (отсутствие шумов, идеальная резкость, естественная цветопередача при достаточном разрешении) иллюстрации мне видится в районе 1500–3000 рублей. Определённым спросом пользуются фотографии для рекламы в строительстве, промышленности, виды природы и города для плакатов и календарей. Как почувствовать конъюнктуру рынка, я подробно описал в главе «Работа с фотобанками». Сильно заламывать цены не то что не рекомендуется, но просто не получится: рекламисты и издатели – народ прижимистый и вопросами ценообразования владеют не хуже вас. Раздавать же плоды вашего труда задаром мне видится решением бессмысленным – лучше купите на вырученные деньги девушке букет цветов, а себе – новый объектив. Можно, конечно, и наоборот – суть не меняется.

В плане общих советов – ориентируйтесь на цены, по которым предлагают иллюстрации фотобанки, возжелайте от них 50–70 %. И главное – ищите «своего» заказчика. Если у вас в записной книжке сто телефонов редакторов строительных журналов по всей стране, то банальные картинки с башенными кранами на фоне заката гораздо быстрее сделают вас зажиточным, чем неизвестная миру фотография Элвиса с мамой. Если крупный банк слёзно упрашивает вас продать им сделанную с воздушного шара картинку нового офиса или, скажем, вы запечатлели рукопожатие председателя правления с Путиным – ну, просить можно хоть пять тысяч, хоть десять. Но карточки с сосновым лесом ваши коллеги продают за тысячу, а фото с посредственным разрешением без труда находятся в Интернете сотнями. Будьте реалистом – это свойство характера пригодится вам в профессии не раз.

Рекламная съёмка: от 6000 рублей за один сюжет. Окончательная стоимость зависит от сложности художественной композиции, технических требований и прочих ранее оговоренных условий.

В данном случае необходимо точно понять пожелания заказчика, а иногда и помочь ему их сформулировать. Факторов множество. Работать с профессиональной моделью

удобно, опытные модели понимают фотографа без слов, сами подсказывают наиболее выигрышные позы и ракурсы в каждом конкретном случае. Картина резко меняется, когда заказчик приводит на съёмки собственную семнадцатилетнюю дочку, пусть даже и красоты неземной – она просто не умеет фотографироваться, и вы будете рады сменить профессию и пойти в сталевары, так как после пятичасовых попыток объяснить ей, как встать и куда посмотреть, любой другой труд покажется лёгким и приятным. Учитывайте максимум: временные затраты, расходы на аренду дополнительного оборудования и студии, требуемое время на постобработку снимков, необходимость привлечения дизайнера. А в прейскуранте просто укажите разумный минимум, за который вы готовы пройти через эти тернии.

Ещё более витиевато приходится отвечать на вопросы о стоимости архитектурной съёмки зданий, промышленных и складских помещений, высотной фотосъёмки с летательных аппаратов. Узнайте задачу, требуемый уровень качества, временные затраты. Тогда, и только тогда вы сможете дать заказчику чёткий, а главное, аргументированный ответ.

При расчёте стоимости заказа не всегда верно скрупулёзно подсчитывать рабочие часы, амортизацию техники и расходные материалы – иногда фотограф просто определяет стоимость, за которую хочет продать свой рабочий день, как бы «ненаучно» это ни звучало. Когда вас зовут на целый день фотографировать выпускников, вам по большому счёту всё равно, сколько будет портретируемых, 28 или 35. Стоимость перевозки пассажира самолётом на 200 и 300 километров отличается несильно – взлёт и посадка стоят одинаково в обоих случаях. Помимо умения быстро и точно подсчитывать трудозатраты, полезно держать в уме эту «минимально достаточную» стоимость вашего рабочего дня.

И самое главное – не ленитесь периодически проводить мониторинг рынка: обзванивайте коллег, посещайте сайты профессиональных студий, интересуйтесь ценами в соседних регионах. Не отрывайтесь от реальности, подавляющее большинство заказчиков считать деньги умеют, и умеют неплохо.

Не исключено, что сначала демон-искуситель по имени «демпинг» будет на переговорах толкать вас в бок и шептать на ушко разные обещания. Не поддавайтесь, так легко можно вырыть себе яму, из которой будет крайне сложно выбираться, как минимум по двум причинам.

Во-первых, рано или поздно вы выйдете на достойный художественный и технический уровень, и поднимать цены до среднегородских неизбежно придётся. Вы вкладывали деньги в аппаратуру, тратили время на обучение, обзаводились связями, набивали шишки как в переносном, так и в прямом смысле. Если ваш коллега берёт за аналогичную работу рубль, а вы сорок копеек, то так продолжаться не будет вечно, поверьте. У вас уже есть определённая клиентская база, и сформированный пул заказчиков может «кормить» годами. Но любое, даже символическое повышение цены воспринимается людьми без особой радости. И вдруг вы – такой привычный и знакомый – поднимаете стоимость услуг вдвое! Иначе поступить можно, но будет ещё хуже – поднимающий раз в месяц тарифы фотограф уподобляется хозяину собаки, который из жалости отрезал ей хвост по кусочку. Вы оказываетесь в ловушке, которую сами себе и соорудили.

Вторая же причина кроется в области даже не экономики, а, скорее, психологии. А психология заказчика проста – если вам заплатили копейку, спросят всё равно на рубль. Сколько бы клиент ни заплатил, он хочет получить качественную услугу, а разводить руками и удивляться «а что вы хотели за эти деньги?» – верх непрофессионализма. Выражу мнение, к которому я пришёл самостоятельно и отнюдь не безболезненно: если хотите сделать человеку (компании, организации) подарок – не берите вообще ничего; если планируете работать за деньги – берите сразу «по-взрослому». Заплативший даже 10 % твёрдо уверен в том, что рассчитался за услугу, и требовать будет по полной программе.

Стоимость порции (дюжины) устриц в арендованном для корпоративного праздника ресторане примерно равна стоимости часа работы профессионального фотографа. Причём устриц можно встретить чаще, чем фотографа. Кто виноват? Просто менеджер ресторана умеет продавать услугу лучше, чем мы.

В нашем деле очень важна репутация, и неграмотной ценовой политикой вы можете снискать себе славу дешёвого фотографа. Этот ярлык приклеится к вам надолго. Большинство клиентов не забивают себе голову анализом фотографического рынка, они мыслят просто и ясно. «Почему фотограф берёт за работу мало, ему не нужны деньги? Очевидно, ему не дают больше. Почему же не дают больше? Может быть, он не умеет фотографировать?» В таком изящном, но обидном логическом построении не будет виноват никто, кроме вас.

Конечно, при разработке концепции продвижения можно и нужно продумать систему приятных бонусов «оптовикам» – издательствам, рекламным агентствам, постоянным заказчикам. Но лучше «наступать по другим фронтам» – придумать дополнительные услуги (к результатам фотосессии приложить слайд-шоу на диске, распечатывать «контрольки» или наиболее удачные снимки и т. д.), а снижение цены ради удержания клиента – наименее эффективный и, как мы только что выяснили, тупиковый путь. Учитесь на чужих ошибках, а своих в процессе работы вы и так успеете совершить достаточно.

Рано или поздно в сфере профессиональной фотографии повторится ситуация, которую сегодня мы наблюдаем в строительстве.

Сотни и тысячи «дешёвых», но низкоквалифицированных работников заполнят рынок, заметно «подвинув» аксакалов фоторемесла. Решение видится единственное – доказать высокий уровень профессионализма уже сейчас.

Напрашивается аналогия с «бомбилами», занимающимися частным извозом. Небольшая часть их встаёт в шесть утра, чтобы за 20 рублей собирать по остановкам не дождавшихся маршрутку. Представители второй, также малочисленной, группы готовы часами курить в аэропорту, ожидая опаздывающего на переговоры бизнесмена с гамбургского рейса. Основная же масса извозчиков умеренно обеспечена работой и ориентируется на среднюю стоимость часа и километра.

В моём профессиональном окружении, среди фотографов различной специализации и стажа, периодически появляются бойкие студенты-недоучки, купившие в кредит камеру и переводной самоучитель из серии «бизнес для чайников». Уверенность, амбициозность, доля здоровой наглости, кипучая энергия юности и, что нередко, умение неплохо фотографировать – вроде бы все составляющие будущего успеха налицо. Но студент, не имея никакой клиентской базы, решает «идти на таран», и крайне жаль, что в качестве тарана используется собственная голова, голову всё-таки лучше применять по основному назначению – думать. Ошибочно полагая себя самым хитрым в радиусе прицельной стрельбы, он делает первый шаг в пропасть – начинает демпинговать, назначая цены в разы ниже, чем у коллег. После нескольких лет работы невольно ведёшь статистику, и она неутешительна – ни одного примера удачного взлёта такого неофита я просто не могу привести.

Рынок услуг сильно отличается от рынка товарного, и сфера профессиональной фотографии является показательным примером – в ценовых войнах проигрывает тот, кто выиграл.

На вершину ценовой горы забраться можно, и не исключено, что у вас это получится. Для этого надо уметь очень хорошо снимать, прекрасно общаться и самое главное – талантливо продавать свою услугу. Но внизу, даже проглотив все свои амбиции, выжить нельзя. Как не может нормальная колбаса стоить дешевле мяса, а бензин – дешевле нефти, так и профессиональный фотограф не может работать ниже порога, обусловленного, как минимум, себестоимостью. А ведь хочется, согласитесь, ещё и заработать.

Глава 9

Проблемы, разрешение конфликтных ситуаций

– Не расчёсывайте мне нервы! Их ещё есть где испортить!
т/с «Ликвидация»

Надеяться на то, что в начале пути всё пойдет как по маслу, не приходится. Вы притираетесь в коллективах, нарабатываете практику, учитесь общению – ошибки неизбежны. Но если учитывать опыт коллег, число собственных набитых шишек можно значительно уменьшить. Не менее важно научиться «разруливать» конфликтные ситуации.

Самые частые ситуации, которые могут привести к конфликтам, – это ситуации трех «не»: не поняли задачу, не понравился результат, не заплатили деньги.

В первом случае, без сомнения, есть и ваша вина. Да, заказчики бывают разные. Но воспитывать их мы будем позже, а также просто отказываться от сотрудничества, если клиент оказался «невменяемым». Научиться общению всё-таки необходимо, да и разбрасываться заказчиками, особенно в первые месяцы самостоятельной работы – непозволительная роскошь.

В 1990-х в России проблемы примерно так и решались. К счастью, теперь такой снимок фоторепортёр может сделать на учениях спецназа ГУИН, а не во дворе у собственной редакции.

Не бойтесь показаться занудой – чем подробнее будет обрисована задача и оговорены все возможные варианты, тем сложнее «отвертеться» заказчику и проще работать вам. При обсуждении репортажной съёмки, например, изучите план мероприятия, узнайте, для чего клиенту снимки (фотоотчёт, показуха для московского руководства, картинки для

публикации в СМИ). Вы должны отчётливо представлять, чего от вас ждут на «выходе» – задачи репортажа бывают разные, иногда прямо противоположные. Не стесняйтесь задавать вопросы, опасаясь показаться некомпетентным – в некомпетентности вы распишетесь в том случае, если принесёте заказчику не то, на что он рассчитывал и ради чего приглашал вас как специалиста.

Те же принципы касаются любого вида съёмки, за которую платят деньги. Когда вас позовут провести фотосессию на заводе, попросите показать уже имеющиеся материалы. Карабкаться в поднебесье по кран-балке с риском для жизни, может быть, просто не надо; вы героически пополните архив предприятия ещё одним снимком, полностью повторяющим работы ранее приглашённых коллег. Поймите требования, выслушайте конкретные пожелания; креатив креативом, но если заказчику нужен общий вид склада, то целая пачка талантливых снимков токарей и сварщиков его «не спасёт» – задача не выполнена.

Замечательный московский фотограф Георгий Розов вспоминал случай с Окуджавой, на концерте которого ему довелось побывать. Посчитав один из снимков удачным (карточка действительно интересная – Булат Шалвович то ли снимает, то ли надевает гитару на шею, недоумённо глядя на инструмент), фотограф позвонил барду и договорился привезти фотографию. Только врождённая деликатность не позволила Окуджаве разочарованно вздохнуть – снимок явно не понравился модели. Зато поэт восхищённо продемонстрировал работу другого фотографа – типовую, стандартную, обычную – никакую.

Этот пример наглядно демонстрирует основное правило, которое надо учитывать профессиональному фотографу: если вы снимаете для кого-то, сделайте так, чтобы фотографии нравились именно ему. Требования резко ужесточаются, когда вы снимаете за деньги – клиент хочет получить конкретный результат под конкретную задачу, а самоутверждаться вы будете в свободное время за свой собственный счёт. Я не призываю «наступать на горло собственной песне», вовсе нет; от наиболее занудных клиентов, понятия которых идут вразрез с вашими, можно просто отказаться. Но если уж взялись – надо качественно отработать.

Этот же пример иллюстрирует и второе «не» нашего правила. Представьте себя клиентом, пригласившим на собственную свадьбу излишне креативного фотографа, который «себе на уме». Ему скучно в сотый раз фотографировать свадьбу – этот спектакль, хоть и в исполнении разных актёров, он уже видеть не может и фотографирует всё, что ему покажется интересным: интерьеры, колоритного водителя лимузина, забавно рассевшихся ворон в городском парке. Вполне возможно, что фотограф действительно хороший, и снимки получатся интересными. Но вы и ваша вторая половина, посмотрев альбом, с недоумением спросите: а где, собственно, наша свадьба? Утро невесты, гости, церемония в загсе, ресторан – всё, от чего ваш фотограф зевает со скуки, вы и планировали показать друзьям и знакомым. Задача не выполнена, как ни крути. Прочувствовали?

Подавляющее большинство моих коллег действительно хорошо умеют снимать. У них не бывает технического и композиционного брака, они хорошо «видят кадр», передают эмоции, ловят момент. Основная причина «не понравилось» кроется именно в непонимании задачи, неумении выслушать заказчика и принять к сведению его пожелания.

Что делать? Думать. Иногда можно исправить ошибки, досняв часть недостающих сюжетов. Ради сохранения репутации не ленитесь потратить несколько часов. Положительные отзывы и рекомендации могут дать дополнительных клиентов, а негативные способны заметно навредить фотографу. Разумеется, в случае с репортажем этот совет лишён смысла – ради второго дубля международный конгресс заново не созовут.

Третья типичная ситуация не то чтобы часта, но запоминается всем, столкнувшимся с ней. В отличие от смутных 1990-х, случаев прямого надувательства практически не бывает – не те суммы. Но задержки оплаты по объективным причинам, а то и просто по раздолбайству, случаются.

Все вопросы, касающиеся денег, следует обговаривать до начала работ. Если есть возможность, заключите договор. Гарантия это весьма относительная, и сам заказчик прекрасно понимает – ради пяти тысяч рублей проводить дни в арбитраже фотограф не станет, проще плюнуть и забыть. Но в договоре чётко расписаны обязательства сторон и стоимость услуг, а это служит неплохим аргументом в беседе и напоминанием склеротику-бухгалтеру. Если деньги обещаны «в конверте», поинтересуйтесь, кто именно и когда их отдаст. В случае с безналичным перечислением определите срок оплаты – на фоне многомиллионных счетов в бухгалтерии строительной корпорации ваш гонорар может легко потеряться, и бухгалтер искренне удивится, откуда столько беспокойства из-за каких-то пяти тысяч – всего-то на месяц задержали. Но из этих одной-двух-трех тысяч и состоит ваш доход, так что подсуетиться порой придётся.

Заказы могут быть крупными, многодневными. Если вам предстоит безвылазно сидеть две недели в студии, занимаясь предметной съёмкой канцтоваров, и под окном уже выстроилась очередь из грузовиков – не поленитесь оговорить порядок оплаты. В таких случаях уместно «разбить» общую сумму на несколько помельче и брать деньги поэтапно, по мере выполнения работ. Как знать, вдруг заказавший съёмку интернет-магазин завтра разорится (поменяет владельца, ассортимент), да и вообще, в море бизнеса постоянно случаются разнообразные шторма-рифы-пираты, но вы-то свою работу сделали, и сделали неплохо – «где деньги, Зин»?

Дотошность, внимательность, конкретность – вы не только фотограф, в этот момент вы ещё и бухгалтер, пусть даже сами для себя.

Но большая часть связанных с оплатой проблем – проблемы задержек. Совет один – тормошите клиентов, напоминайте о себе. Любые обиды здесь неуместны – вы ждёте денег за свой труд, и адекватный заказчик прекрасно это понимает. А с неадекватными в любом случае, рано или поздно, вам придётся расстаться. Если же задержки случаются часто и длятся долго – ну, решайте сами. В последнее время я прихожу к выводу, что проще отказаться от некоторых проблемных клиентов, чем забивать себе голову тем, кто и сколько мне ещё должен. Жизнь и так коротка, и тратить ее на ерунду – неохота, верно? Надо работать, реализовывать себя в профессии, отдыхать, а разборками с бухгалтериями пусть занимаются другие, менее брезгливые коллеги.

Ещё одна проблема, с которой вам наверняка придётся столкнуться, – проблема воровства картинок. У каждого человека своя моральная планка, и необязательно она окажется высока – кому-то в детстве мама забыла объяснить; кто-то сам, повзрослев, посчитал себя умнее мамы. Отчаявшись, ввиду отсутствия особых талантов, подняться до уровня продавшего Эйфелеву башню Люстинга, того же графа Калиостро или хотя бы Остапа Бендера, эти люди воруют по-мелкому. Зачем платить фотобанку, если Яндекс успешно находит фотографии практически по любому запросу?

> Чаще в шкодливости уличаются редакции журналов и газет разной степени желтизны, хотя бывают, конечно, варианты ещё смешнее. В канун 65-летия Победы «Пермское книжное издательство» сделало горожанам оригинальный подарок. Сэкономив пару тысяч на покупке картинок в ЦГАКФД, двадцатилетнее молодое дарование на должности дизайнера утащило из Интернета первые попавшиеся фотографии солдат. Плакаты сверстали, напечатали и даже благополучно расклеили – пусть ветераны порадуются. И всё бы ничего, но с пяти из шести вариантов плаката зрителям улыбались… фашисты. «Родине нужны герои, а рожают идиотов», – сетовал Смоктуновский. Спасибо деду за победу, ага.
>
> Хорошо, у дизайнера в голове опилки, как и у его начальства. Но вот не украли бы, и не было бы проблемы вообще, жили бы себе спокойно – а скандал вышел знатный. Хотели сэкономить и сэкономили: дизайнеру сделали строгий выговор без вазелина, тираж перепечатали за свой счёт, а услышать нервную скороговорку про кузькину мать и мать чудаков-издателей от самого губернатора – удовольствие ниже среднего, Пермь город небольшой, все на виду. А вы чего ждали, пирожков с повидлом?

Но обычно всё происходит скромно, незаметно, и бильд-редактор по-тихому таскает картинки с разных сайтов, преимущественно иногородних, – кто читает многотиражку подмосковного предприятия в Новосибирске? В фотобанки не обращаются принципиально, сама идея купить то, что можно взять бесплатно, этим ходячим недоразумениям от журналистики кажется абсурдной.

Русские эмигранты во Франции попросили рассказать гостившего там Карамзина в нескольких словах о российской жизни. Карамзин, как истинный гений слова, уложился в одно – «воруют!». Так что особо не удивляйтесь, увидев однажды напечатанными без спроса свои фотографии в изданиях, о которых вы даже и не слышали никогда. Традиция, понимаешь…

Наказать жуликов можно, причём рублём. Но надо сначала определиться, стоит ли игра свеч – если можно всё сделать «по любви» и лишний визг никому не нужен, то попробуйте, вы же не скандалист. Вам могут заплатить гонорар, в случае с сайтом несложно проставить ссылку, иногда вас устроят извинения. Но если чувствуете за собой правоту и есть свободное время – почему бы и нет? Статьи 1300 и 1301 Гражданского кодекса предусматривают денежную компенсацию в размере от 10 000 до 5 000 000 рублей за нарушение соответственно неимущественных и имущественных прав. Те же суммы фигурируют в статье 49 Закона РФ «Об авторском праве и смежных правах».

Под нарушением имущественных, или исключительных, прав подразумевается сам факт использования картинки без вашего ведома. Неимущественные права нарушаются в случае удаления информации об авторе и почти всегда сопутствуют первому нарушению – печатать украденную картинку с указанием авторства вряд ли кто-то станет. Случаев наказания воришек из редакций на пять миллионов я не знаю – обычно вся эта шарашка вместе с редактором, бильдом, несвежей секретаршей и цветным принтером Эпсон стоит в разы меньше. Но тысяч на пятьдесят – семьдесят рассчитывать можете, прецеденты были. В нескольких случаях размер компенсации вычислялся по несложной схеме: розничная стоимость журнала умножалась на количество страниц с ворованными картинками и на тираж, а от получившейся суммы – 10 %. Суда приходилось ждать долго, но решения выносились чётко и однозначно в пользу фотографов. Иногда компенсируется даже моральный вред – мелочь, а приятно.

Далеко не каждый фотограф готов просто съездить в суд, не говоря уже о том, чтобы довести дело до победного конца. Кому-то некогда, а кому-то просто противно – тратить время на судебные тяжбы, когда вокруг столько интересного… Но тормоша мелких воришек, мы делаем очень важное дело – учим не особо сознательных людей относиться с уважением к чужой собственности, ценить чужой труд.

Не доводите до абсурда каждый случай, подходите к вопросу гибко: если картинку стащили дли иллюстрации детского журнала, распространяемого бесплатно, – да простите вы им; сознательности на пятом десятке обычно уже не научить, а денег у издателей как не было, так и не планируется. Да и не жалко для доброго дела, согласитесь. Если же тиснули и напечатали в строительном журнале, где на каждом третьем развороте реклама элитного коттеджного поселка, – что за ерунда, господа?

В виртуальном пространстве воруют чаще – уличить сложно, а наказать ещё сложнее. Лично я руководствуюсь простым принципом. Если моя фотография оказывается на домашней страничке, в частном блоге – ерунда, проехали. Когда ею иллюстрируют явно коммерческий сайт – ну уж извините. Доводить дело до суда ещё не приходилось ни разу, но получить разумную компенсацию или просто заставить убрать картинку вполне реально.

Защититься сложно – здоровенные надписи на каждой фотографии смотрятся

неприятно, выдавая в вас жадину. Мелкую полупрозрачную подпись в уголке легко отрежут или заштампуют. Надежды на электронную подпись тоже не оправдываются. Просто примите тягу некоторых людей к воровству как данность, а при случае наказывайте клептоманов.

В качестве примера конфликтных ситуаций приведу несколько эпизодов из моей личной практики. Слушать и читать эти истории занятно, но решение каждого из этих вопросов потребовало времени и, опять же, нервов.

Почти два года я сотрудничал с издательством отраслевых строительных бизнес-справочников. Гонорары были невелики, но стабильны – смысл работать был. В последние несколько месяцев выплаты прекратились, зато начались обещания вроде «завтра всё отдадим», «в четверг ждём оплату» и прочие «приходи на следующей неделе». На следующей неделе сотрудники дружно пришли, но разговаривать было уже не с кем, кроме охранника на проходной, – не заплатив аренду, издательство благополучно исчезло в неизвестном направлении. Долг только мне составил около 40 000 рублей. Напомню, что для 2003 года сумма была намного более весома, чем сегодня.

Выяснилось буквально следующее. Директор издательства, неплохой, в общем-то, дядька, где-то ошибся в расчётах и просто сел в лужу. Долги росли, приток новых клиентов прекратился – полный коллапс, помноженный на панику. А вы что думали, издательский бизнес – это не настольная игра «Монополия». Бывает. Но прощать долг не хотелось – я не для того лазал по башенным кранам, трясся на попутках через всю Ленинградскую область и проводил дни и ночи на стройплощадках, чтобы разделять финансовые риски руководства. Я не знаю, как поступили бы вы – легко быть благородным за чужой счёт, – но я решил получить гонорар. Вот только получить его удалось лишь после милой беседы с директором поздним вечером в тёмном переулке.

Эту почти детективную историю я рассказал вам к тому, что ситуации с фотографами случаются разные, и далеко не всегда получается решить всё мирным путем. Чтобы избежать подобных пародий на плохие российские боевики середины 1990-х, будьте внимательны в отношениях с заказчиками: если долг по оплате растёт и вас «кормят завтраками» – приостановите сотрудничество; простить долг в несколько тысяч рублей проще, чем, накопив значительную сумму, трепать нервы себе и другим.

Практически необъяснимая история произошла с другим моим заказчиком – владельцем областного завода по производству цементно-стружечных плит. Клиент рассчитался, недодав около семи тысяч рублей. Дальше начались заячьи танцы, смысл которых мне неясен до сих пор. Секретарь ссылалась на директора, директор – на секретаря, и все вместе – на бухгалтера. От личной встречи директор под разными предлогами уклонялся, секретарша же встретилась с удовольствием, чтобы в очередной раз кивнуть на того же директора. От долга (в сравнении с рядовыми платежами промышленного предприятия – песчинка) никто не отказывался, но и отдавать тоже не собирался.

Знаете, я довольно брезглив. Бегать за теми, чьи моральные установки отличаются от моих, мне откровенно противно. Проще простить и забыть. Но фотографы, журналисты, издатели отраслевых СМИ общаются между собой. Чёрный список сотен медиапрофессионалов Петербурга пополнился ещё одним именем. Если вы столкнулись с недобропорядочным клиентом – предупредите коллег, вам будут благодарны. А может быть, чужой опыт и вас убережёт от контактов с жуликами. Взаимовыручка – основа сотрудничества, и наша с вами сфера – не исключение.

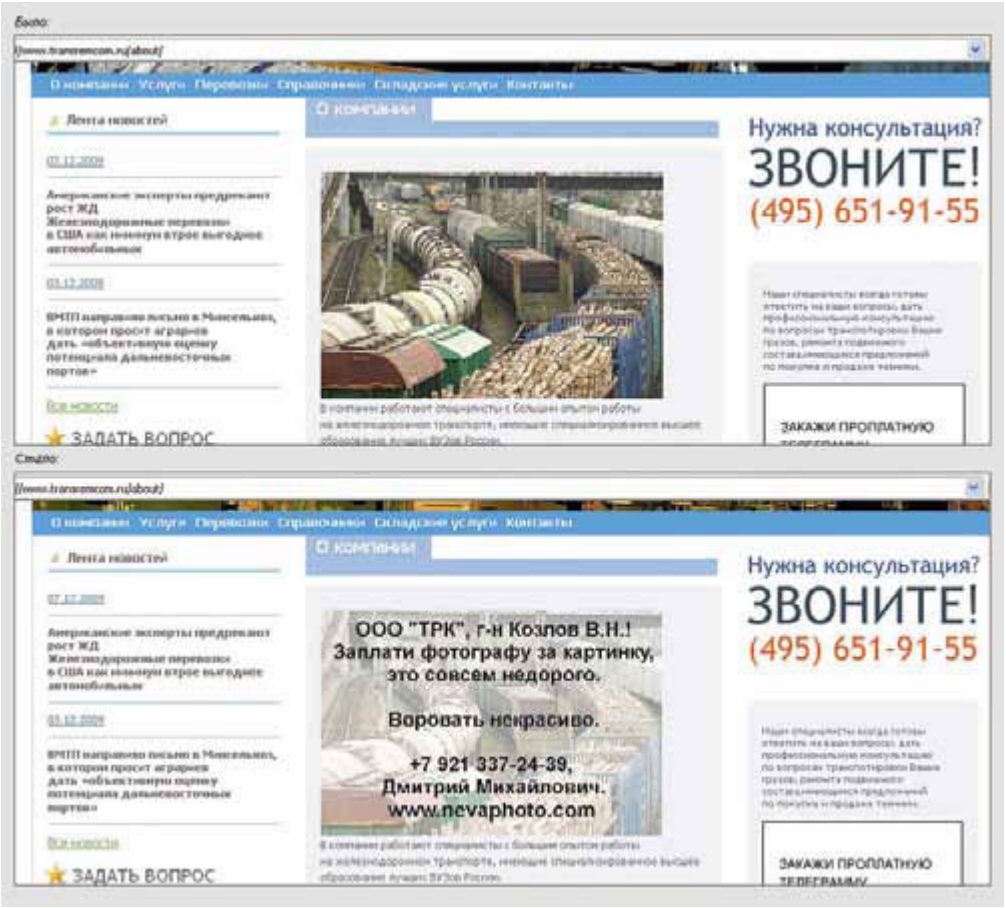
Около года продолжалось моё сотрудничество с организатором отраслевой строительной выставки и издателем информационно-аналитического сборника. Редактор журнала однажды попросил отправить по электронной почте несколько репортажных карточек для иллюстрации в статье смежного издания. Спустя месяц руководителя агентства, милую, интеллигентную женщину, было просто не узнать – ранее адекватный во всём директор, работать с которой было удовольствием, отказывалась что-либо слышать и понимать, видя во мне квинтэссенцию мирового зла. В беседе с сотрудниками издательства

выяснилось, что чудак-редактор просто работал на несколько журналов, не считая нужным согласовывать тексты и иллюстративный материал к статьям с основным заказчиком. Разумеется, мне и в голову не пришло уточнять правомерность задания у директора – практически вся работа в СМИ происходит на полном доверии. «Просят – дай» – привыкли рассуждать фотографы и журналисты, и даже гонорар в этой ситуации – дело десятое; за символической суммой в пару сотен рублей мне несколько месяцев было просто лень ехать. Что-то объяснить в телефонной беседе и почтовой переписке не представлялось возможным – сотрудничество прекратилось.

«Постелить соломку» в данной ситуации фотографу практически невозможно – уточнять перед каждым заданием редактора правомерность просьбы у руководства крайне проблематично, не говоря о том, что вы предстанете в его глазах странноватым трусом-перестраховщиком. Постарайтесь почувствовать атмосферу в издательстве, и если она излишне нервная, порождающая недоверие, будьте предельно внимательны. Такие случаи в практике моих коллег единичны, но всё-таки были.

Свои картинки в журналах видеть приятно, не скрою. Но когда их печатают без твоего ведома, радость сменяется удивлением. С резонными в этой ситуации вопросами я позвонил редактору отраслевого журнала о морском бизнесе. Я не знаю точно, что происходит в морском бизнесе региона, но в редакции журнала вещи творятся непонятные – редактор то вертелся ужом, то пёр танком, но извиняться не собирался. Спустя неделю он сообщил, что фотографии порта Высоцк предоставил сам порт и фотографу журнал ничего не должен. Просмотр архива подтвердил догадку – именно этой фотографии у порта быть не могло, а картинку взяли с моего демонстрационного диска в соседнем издании.

Оказавшимся в такой ситуации фотографам рекомендуется сохранить пару номеров журнала (редакция их не принесёт, разумеется) и не лениться подать исковое заявление. Журналы у меня лежат, будет время – займусь этим вопросом, срок давности законом не регламентирован. Разумеется, нужны полноразмерные, некадрированные файлы в качестве доказательства, для суда этого будет достаточно. И опять же – предупредите коллег на отраслевых форумах. Когда суд вынесет решение в вашу пользу, выложите в Интернете копии документов и опишите алгоритм действий, чтобы те, кому придётся столкнуться с проблемой, знали весь судебный механизм. Помогайте друг другу.



В Сети взору внимательного наблюдателя тоже открывается немало чудес. Свою картинку я заметил на главной странице московской логистической компании, о существовании которой раньше даже не подозревал. На администраторе, видимо, тоже сэкономили – достался ленивый. Фотографию не смогли даже нормально украсть, разместив у себя на сервере, вместо чего просто вставили в код страницы ссылку на файл (так называемый хотлинкинг). Решение было очевидно – заменяем картинку у себя на сайте на такую же (важно сохранить размеры), но с пламенным обращением к генеральному директору «Воровать некрасиво, заплати фотографу». Админ отправился в отпуск, а сайт железнодорожного флагмана региона заиграл яркими красками, радуя посетителей и веселя сотрудников. В структуре современного сайта, знаете ли, не всякая секретарша разберётся, и удовольствие продолжалось две долгих недели. Москвичи так и не позвонили – то ли стыдно, то ли платить не привыкли в принципе, просто поменяли картинку. Анализ html-кода показал, что и новая фотография оказалась ворованной, на этот раз у молдавских коллег.

На моей памяти ещё с десяток подобных, не менее увлекательных историй, но объём публикации заставляет быть лаконичнее. Я просто хочу подвести вас к простой, хоть и обидной мысли – воровать, скорее всего, будут. Когда вы называли себя фотографом-любителем, кража картинок была неприятна, но и не страшна – утащили, значит понравилась. Это своего рода даже показатель мастерства – вы снимаете настолько хорошо, что человек захотел разместить на своей странице ваш шедевр. Ситуация меняется, когда воруют у профессионала. Для него фотографии – это продукт, результат труда, подчас нелёгкого. Вы покупали недешёвую аппаратуру, вкладывали деньги и время в обучение, получали разрешения на съёмку. Картинки для вас примерно то же самое, что товар для продавца – попробуйте-ка утащить палку колбасы в супермаркете или не заплатить за проезд таксисту. Вот-вот.

Вряд ли стоит тратить на воспитание воришек много сил и нервов (я весьма далёк от идей кому-то мстить, тратя на это занятие драгоценное время), но если чувствуете в себе силы уберечь от проблем менее опытных коллег, то действуйте.

Глава 10
Разрешения, аккредитации

– А документы у вас есть?
– Усы, лапы и хвост – вот мои документы.
Кот Матроскин

Пока вы сидели в уютном офисе, вам и в голову не приходило, что вокруг существует столько «нельзя» и «не пущать». С законодательством в этой сфере полная путаница, и местные нормативные акты запросто могут противоречить федеральным законам, а порой и самой конституции. В торговом центре, принадлежащем конкретному бизнесмену, про законы даже слышать не хотят – нельзя снимать, и точка. Как бы основательно вы ни разбирались в законах, конкретный охранник просто запретит вам достать камеру и будет считать себя правым. Поэтому старайтесь не лезть на рожон и запасаться разрешениями на фотосъёмку заранее.

Спорить с секьюрити примерно так же эффективно, как пытаться почитать Пастернака телеграфному столбу. Одуревший от безделья и бессмысленности своей работы охранник просто не поймёт вас – ему важнее «прогнуться» перед начальством, а ваши проблемы ему до лампочки. Если раньше вахтёрами работали дедушки-отставники, то в наше время десятки тысяч мужчин в самом расцвете сил реализуют свои творческие способности, нажимая кнопку турникета на проходной. Не спорьте с ними – у вас просто должна быть нужная «бумажка».

Не успели получить аккредитацию? Ищите помощника покрепче!

В случае наиболее ответственных заданий на мероприятиях позаботьтесь об официальной аккредитации. Фактор времени немаловажен – в серьёзных структурах масса бездельников, единственная функция которых заключается в перемещении макулатуры по этажам здания – а это бывает ой как долго. Чаще всего вопросами аккредитации занимается отдел по связям с общественностью или PR-служба. Выходите на конкретного человека, настаивайте на личной беседе – e-mail-сообщения теряются, погибают в спам-фильтрах, их проще игнорировать. Чтобы не терять драгоценное время перед мероприятием, не ленитесь загодя получить «бумажку», где указана ваша фамилия, организация, дата и место съёмки.

Справедливости ради отметим, что мы живём далеко не в самые строгие в плане фотографических запретов времена. За несанкционированную фотосъёмку в блокадном

Ленинграде, например, вас запросто могли расстрелять. До семидесятых годов, вспоминают старожилы фотодела, вы не имели права сделать снимок с любой точки выше третьего этажа, и этот запрет был вовсе не номинальным. И хотя российские города справедливо считаются далеко не самыми дружелюбными к уличным фотографам, не отчаивайтесь – за снимок девушки на площади Тегерана вас просто предадут шариатскому суду, ещё никем не замеченному в излишней гуманности к неверным.

Тем более, что некоторые подвижки законодательства всё-таки наблюдаются. Стоило фотолюбителю Дмитрию Медведеву назвать запрет съёмки на Красной площади «чушью», как ситуация одномоментно изменилась – снимайте сколько угодно. Пункт 9.17 правил Санкт-Петербургского метрополитена также был изменён после решения суда – фотографировать в метро теперь можно, правда, без вспышки и штатива.

В теории, правовое регулирование аккредитации осуществляется на основе Закона «О средствах массовой информации», на практике в каждом монастыре устав свой. Вам важно главное – чтобы вас пустили в нужное время в нужное место. Отнеситесь к вопросу серьёзно – такая мелочь, как отсутствие нужной бумажки, вполне может сорвать вам все планы.

Глава 11
Взаимоотношения с коллегами-фотографами и журналистами

– Ребята, давайте жить дружно!
Кот Леопольд

Один в поле не воин – верно заметили в народе. Так или иначе, фотография редко бывает отдельным, самостоятельным продуктом. С картинками, которые вы принесли заказчику на флешке, в большинстве случаев работают бильд-редактор, дизайнер, верстальщик. Более того, вам придётся налаживать отношения и с коллегами-фотографами из вашего и других изданий. Вы – часть системы, и должны это отчётливо понимать.

С коллегами постарайтесь иметь ровные, деловые отношения. Вряд ли стоит хлопать по плечу всех находящихся в пресс-зоне, включая седого фотокора, который снимал октябрьский пленум ЦК КПСС шестьдесят четвёртого года и годится вам в дедушки. Не стоит и ходить задрав нос, мня себя крутым волком-одиночкой. Эти две крайности могут сильно усложнить вам жизнь и даже посеять справедливые сомнения в правильности выбора пути.

Нередка ситуация, когда вам нужен верный помощник, готовый подменить вас на ответственном задании. Простудились, не успеваете вернуться из похода, получили два заказа на одно и то же время – поводов найдётся масса, а заказчик в ваши сложности вникать не хочет и не должен, ему нужны фотографии, а не слезливые рассказы о том, как вам тяжело. Точно так же и коллеги могут иногда подкидывать вам заказы, с которыми не справляются сами. Будет такое сотрудничество поставлено на коммерческую основу или станете помогать друг другу бескорыстно – не столь принципиально. Вам важнее иметь «прикрывающего», и лучше не одного. В свою очередь от вас ждут аналогичного понимания и готовности «подставить плечо», когда возникнет такая необходимость.

В отношениях руководствуйтесь простыми этическими соображениями. Конечно, у окрылённого первыми успехами и поверившего в собственную гениальность может возникнуть соблазн «замкнуть» все заказы на себя, бесцеремонно расталкивая локтями коллег по цеху. Ответная реакция непредсказуема – кто-то перестанет подавать руку при встрече, а кто-то и подрихтует кулаком профиль, в зависимости от обидчивости, и на какую-либо помощь вам рассчитывать не придётся.

Это же касается и самой работы на мероприятии, где зачастую возникают настоящие «пробки». Можно в ответственный момент широкой спиной перекрывать обзор всем «изготовившимся к выстрелу», но готовьтесь к тому, что на следующий день пара внештатников покрепче ненавязчиво попросят вас «покурить на крылечке», пока губернатор режет ленточку и жмёт руки. За хамоватым поведением чаще замечаются видеооператоры,

но им и сложнее – фотограф более мобилен, чем «опер» со штативом и восьмикилограммовой камерой. Не ленитесь присесть, встать бочком, отойти в сторону. Чаще всего без особого ущерба для картинки можно немного поменять позицию, главное, не упрямиться и не «быковать» – вокруг тоже люди, от которых заказчик ждёт фотографий и которым нужны деньги не менее, чем вам. Вокруг интервьюируемого моментально образуется и начинает сжиматься плотное кольцо ваших коллег. Есть нехитрый приём, позволяющий задышать свободнее, – попросить всех сделать два шага назад. Психология толпы сильно отличается от психологии отдельно взятого фотографа, и очевидное вроде бы решение забывается – толпе нужен лидер, который мягко, но уверенно попросит отойти назад всю группу. Не толкайтесь, будьте спокойны и предупредительны.

Любой творческий коллектив, по меткому замечанию Любови Орловой, – клубок змей. Не давайте пришедшему вслед за вами убедиться в правоте её слов, сплетни и слухи оставьте другим – жизнь и так коротка, тратить лучшие годы на разборки и интриги – ну его нафиг, у нас есть дела поважнее.

Старайтесь даже рекомендовать наиболее проверенных своих коллег, когда нет возможности поработать самому. Во-первых, вы сможете рассчитывать на аналогичное отношение к вам, а во-вторых, жадный фотограф, который явно знает, но не даёт контакты многочисленных «сокамерников», и в глазах заказчика предстаёт совсем не шоколадным.

Крайне важно для фотографа научиться правильно строить отношения и с заказчиками. Похмельный Фёдор Панфёров на Всесоюзном совещании редакторов в качестве приветственного слова собравшимся произнёс краткую пламенную речь из нескольких предложений, которая сводилась к одному – «всех редакторов стоит перевешать, как шелудивых собак». Редактора прибалдели, но несколько человек аплодировали стоя. После нескольких бесед с бильдом вам неудержимо захочется в знак безоговорочного согласия отнести букет на могилу классика. Ваши фотографии бездарно кадрируют, полностью смещая акценты; выбирают из полусотни иллюстраций далеко не самые удачные, в случае публикации нескольких картинок грубо нарушают последовательность – одним словом, сводят на нет весь ваш труд.

В этой ситуации (кроме нечастых случаев, когда в креслах редактора и бильд-редактора сидят действительно случайные люди) необходимо осознать следующее. Вы работаете под задачу, ваш труд не самоценен. Пока вы снимали, в статье могли поменяться акценты, она могла быть дополнена или сокращена, её могли поручить другому автору, который и иллюстративный ряд видит совсем иначе. Вы привезли со стройплощадки шедевры, которым позавидовал бы Родченко, а в статье, оказывается, плач Ярославны в исполнении вице-губернатора про последствия экономического кризиса в городском строительстве, и статью иллюстрируют бездарными картинками, утащенными из Интернета. Чтобы избежать разочарований, постарайтесь максимально точно обозначить цели и задачи репортажа и работать строго по плану. Тогда и взаимного непонимания будет намного меньше.

Конфликтных ситуаций и путей их решения можно вспомнить множество, главную же мысль можно сформулировать просто: относитесь к коллегам по-человечески – этот

бумеранг в самом обозримом будущем обязательно к вам вернётся.

Глава 12
Репортаж

– Шарапов, ты запомни – это великий человек, Шесть-на-девять, непревзойдённый фотограф, старший сын барона Мюнхгаузена. Мог бы зарабатывать на фотокарточках бешеные деньги, а он бескорыстно любит уголовный розыск…

Братья Вайнеры. Эра милосердия

Большая часть моих коллег пришла в профессию из печатных СМИ. Вероятнее всего, вам тоже придётся пройти эту школу. Типичная задача, которую ставит редактор перед штатным фотокорреспондентом или приглашённым фрилансером, – съёмка репортажа. Какую бы специализацию вы ни выбрали в дальнейшем, репортажные навыки гарантированно пригодятся. Потому что, только освоив азы фоторепортёрского мастерства, вы научитесь «ловить момент», предчувствовать событие, уверенно ориентироваться во времени и пространстве.

О том, как снимать репортаж, не писал только ленивый – найти серьёзные книги авторитетных авторов можно в магазине, масса информации ждёт вас на фотографических сайтах. Тема это ёмкая, неоднозначная, спорная – у каждого фотожурналиста свой взгляд на мир, свой почерк и своя авторская позиция; широко раскрыть её не представляется возможным в рамках этой главы. И никакая, даже сама талантливая подача теории не заменит вам практических навыков, общения с коллегами и собственной практики.

На практике же получается следующее. Когда границы сотрудничества с редакциями

печатных СМИ станут вам тесны, вы начнёте обзаводиться новыми заказчиками – это PR-отделы промышленных предприятий, строительных компаний, органы исполнительной и муниципальной власти, организаторы мероприятий. Но общая картина останется неизменной – именно репортажная фотосъёмка будет превалировать над всеми остальными её разновидностями. Чтобы не быть голословным, я проанализировал свой архив за последний месяц. За это время мне довелось снимать праздник для ветеранов, две научные конференции, демонтаж башенного крана на Дворцовой площади для строителей, работу медицинской лаборатории, отраслевую выставку, торжественное открытие нового бизнес-центра. Так или иначе, всё перечисленное – событийный репортаж.

Отряд специального назначения по борьбе с подводными диверсионными силами и средствами 105-й бригады кораблей охраны водного района Лен. ВМБ БФ. Элитное подразделение морского спецназа. Рэмбо в сравнении с этими ребятами – просто трудный подросток. Финский залив, осень 2009 г.

Любой репортаж подчиняется трём обязательным законам: я был, я видел, я участвовал. И если пишущий, то есть журналист, может вести записи в блокноте с помощью сокращений, символов, стенографии, а порой и просто полагаться на свою память, то снимающий обязан успевать запечатлеть все происходящие события, причём на должном художественном и техническом уровне. Не успел – извини! Самолёт уже взлетел, корабль спущен на воду, а влетевший в ворота мяч с горя зафутболил на трибуны расстроенный вратарь. Журналист сможет дописать, фотографу «задним числом» доснять невозможно. Самого события читатель не узрел! А если рядом не было телекамер? Или коллег-фоторепортёров? С римской прямотой признаем – вы опозорились по полной программе. Оправданий можно придумать вагон, да вот беда – заказчику они вовсе не интересны, и в следующий раз на задание отправитесь не вы, а ваш коллега, и гонорар в кассе будет ждать его же.

При ведении репортажа держите в уме главную его цель: вы должны привезти последовательный рассказ о конкретном событии. Этому и должна быть посвящена вся ваша работа на объекте, а не съёмке отдельных шедевров. Если это сдача моста, то необходимо снять сам мост. Обязательно – рабочих, техников, инженеров, членов комиссии по приёмке объекта, выступающих на торжественном митинге, момент перерезания красной ленточки, первый транспорт, пошедший на другой берег. Если мост имеет какие-то особенности – ажурную решётку, особым образом выполненные фонари, это тоже должно найти отражение

в вашем фоторепортаже. Если мост разводной, постарайтесь побывать в «будке» техников – она, как правило, располагается в одной из опор. И пусть в статье будет одна-две картинки – вы должны привезти полноценный репортаж, чтобы тот, кто на мероприятии не был, по вашим фотографиям мог восстановить полную картину происходящего. Это тоже один из критериев качественной работы.

В принципе, все репортажи, которые вам доверит редакция, – событийные. Не вдаваясь в дебри теории журналистики, их можно разделить на плановые (о которых редакции или вам известно заранее) и внеплановые. К последним относятся чрезвычайные ситуации, интересные события и природные явления, случайным свидетелем которых стали лично вы, и т. п. Так как заниматься внеплановыми репортажами, по крайней мере, на первых порах вам вряд ли придётся, рассмотрим подготовку к плановому репортажу и процесс его ведения.

Итак, разберём особенности репортажной фотосъёмки на конкретном примере – фотосъёмке военных учений. Во-первых, тема сама по себе интересная, а во-вторых, пример будет показателен. И самое главное – отработанные навыки будут полезны и на других, даже внешне несхожих заданиях. Многое может вам пригодиться при съёмках мероприятий силовых структур и ведомств, работе во время освещения чрезвычайных ситуаций, на демонстрациях, митингах. Это тот самый, «доведённый до предела» пример, и полученный опыт можно аппроксимировать на добрую половину всех редакционных репортажных заданий, которые вам достанутся.

Вы спросите – а при чём тут бизнес? Да, завтра к вам домой не приедет генерал с чемоданом денег, чтобы выразить признательность за ваш репортаж. Но тут вот какая штука – если вы нацелены только на деньги и будете с ходу отказываться от заданий, которые вам покажутся невыгодными, то и на следующие, уже более денежные мероприятия позовут другого.

Я постарался обобщить собственный десятилетний опыт, а также успехи и неудачи своих коллег при съёмке военных учений на полигонах Ленинградского военного округа. Здесь вы не найдёте ни слова о том, как снимать реальные боевые действия. На эту тему написано много, качественно и интересно. К сожалению, на планете ещё много где горит, стреляет и взрывается. И съёмки в таких местах ведут специально обученные и подготовленные специалисты высокого уровня, настоящие мастера своего дела. Мы же поговорим про другую, но смежную сферу фотожурналистики – фотосъёмку военных учений.

Первый совет, который я хочу дать тем, кому завтра предстоит снимать учения –

хорошо подумать над тем, надо ли вам вообще всё это. Если вам неинтересно, откажитесь сразу, пусть редактор ищет другого. Армия – совсем не то место, откуда вы приедете богатым и известным, а устанете как собака, гарантирую. Едут на такую съёмку либо «за интерес», либо когда просто нельзя отказаться. Искренне посочувствовав вторым, приглашаю первых к беседе.

С мотивацией всё предельно просто – это личный интерес к предмету вашего репортажа, возможность отработки художественных и технических приёмов, самореализация, любознательность. Всё остальное не работает – за одну корпоративную пьянку фотограф получит больше, чем за трое суток тряски на уазике по ухабам полигона. За деньгами – это не сюда.

Кому это надо? Прежде всего, различным печатным СМИ. Гражданская журналистика в лице блоггеров пока остаётся в стороне, сложности в получении аккредитации практически исключают возможность поснимать всем, кроме официальных представителей серьёзных изданий. Сама же армия представлена в журналистике, помимо центральных и окружных печатных изданий, московским агентством «Военинформ», издателем информационно-аналитического журнала «Российское военное обозрение» и информационного бюллетеня «Военные комиссариаты», телеканалом «Звезда». Основное направление деятельности руководители агентства выражают термином «информационно-рекламное обеспечение». Располагающее современным техническим оснащением, штатом квалифицированных журналистов, талантливых фотографов и видеооператоров и практически безграничными возможностями в организации съёмок по всей стране агентство «Военинформ», как любая крупная вертикально-подчинённая структура, вовсе не отличается оперативностью и дружелюбностью к гражданским СМИ. А в ряде случаев, не стремясь прихвастнуть, замечу – наша группа всего из двух фотографов привозила с мероприятий гораздо более интересные картинки, чем целая бригада москвичей. К любой работе надо иметь интерес, приказ его никак не заменит.

Большая часть заметок и статей в петербургских изданиях иллюстрируется собственными фотографами и приглашёнными профессионалами. Привыкшие снимать столичные гламурные тусовки и довольных муниципальных депутатов, многие фотографы элементарно не владеют вопросом. Фотосъёмка военных учений предполагает постоянную тренировку и отработку навыков, повышение квалификации. Надо быть в курсе политических тенденций, отслеживать изменения в структуре ВС, интересоваться появлением новинок вооружения, оснащения и боевой техники.

Аккредитация на фотосъёмку в армии необходима всегда. С этим не шутите – в лучшем случае вас просто выгонят, документы у фотографа и журналиста проверяются в обязательном порядке. Вопросами получения аккредитации занимается непосредственно редакция издания, отправляющего вас на съёмку. Если с фотографом на мероприятие едет пишущий журналист, оператор или ассистент, оформлять аккредитацию надо на каждого участника, а также на автомобиль. Порядок аккредитации строго регламентирован Законом РФ от 27 декабря 1991 года «О средствах массовой информации» (№ 2124-1) и рядом нормативных документов Совета Федерации. Подробности узнаются уже на месте, в беседе с ответственным лицом в штабе округа. Вопросы аккредитации российских изданий решаются на уровне округов, зарубежных – только в Москве.

Все документы (паспорт, удостоверение журналиста и само разрешение на фотосъёмку) всегда должны быть с собой! Проверить могут где угодно – хоть на полигоне, хоть в столовой. Не пытайтесь отшутиться – согласно старой прибаутке, «кто в армии служил, тот в цирке не смеётся». Сержант на КПП тоже хочет в отпуск и задержит нарушителя с великим удовольствием, а любая задержка обернётся потерей ценных кадров.

Не опаздывать! Рассекать на собственных «жигулях» по полигонам вам совершенно справедливо не разрешат, а гнать за опоздунами машину тоже никто не будет. И само собой, учения идут по собственному, давно разработанному и утверждённому плану, и поменять уже никогда ничего нельзя. Будьте пунктуальны, это совсем несложно.

И ещё один забавный момент. В армии много чего занятного и интересного, в том числе для представителей зарубежных военных структур и ВПК разных стран. Джеймс Бонд вышел на пенсию, эпоха тотальной шпиономании прошла, но полностью исключать возможность противозаконных заказов нельзя. Совет тут один – в любом случае сообщайте обо всех подозрительных предложениях непосредственно тому, кто давал разрешение на съёмку. Вы же не готовы Родину продать, у вас другая профессия, а если окажется, что это штатная тренировка спецслужб, вы и ваше издание окажетесь в оч-чень неудобном положении.

Если вас просят что-то не снимать – не снимайте. Ради похвалы редактора рисковать дальнейшим сотрудничеством не стоит. Это фотографу надувной танк кажется забавной игрушкой вроде резинового слоника, а на самом деле является действительно секретным техническим средством дезинформации противника, секретней настоящего танка. То же самое касается любых документов и карт. Военным лучше знать, что секретно, а что не очень. И не спорьте – они же не учат вас выставлять выдержку и диафрагму.

Правилом хорошего тона считается показывать отснятый материал сопровождающему

офицеру. Подойдите и покажите сами, снимки можно продемонстрировать прямо на дисплее камеры, если она цифровая, конечно. Спросите ещё раз, можно ли всё это публиковать.

Техника безопасности – вот тут действительно всё серьёзно. Неприятные сюрпризы подстерегают неопытного фотографа на каждом шагу. Если вы на военных учениях впервые, представьте себя пятилетним ребёнком в огромном незнакомом городе – именно так вы на самом деле и выглядите. Не отходите от группы, не отставайте и не опережайте её. Вопросы можно задавать только ответственному офицеру – остальные могут быть элементарно не в курсе всех подробностей тактического плана и даже из самых добрых намерений способны спутать вам все карты.

Даже ходить следует только там, где указано. Самая безопасная на вид лужайка может быть, в лучшем случае, напичкана взрывпакетами, дымо-шумовыми гранатами и прочей пиротехникой, которая несколько посильнее новогодней китайской, – мало не покажется. Проверено, мины есть.

Если вы всё-таки потерялись, примите все меры к тому, чтобы вас заметили. Учтите, что в ответственные моменты оперативно-тактических и стратегических учений сотовая связь и навигация в этой местности могут быть подавлены, что нередко и происходит. Чего точно не следует делать – так это метаться по полю, обрывая провода и наступая на всё подряд, такие заячьи пляски могут привести к смертельному исходу. Самым разумным решением представляется обратиться к первому же военнослужащему. И сделать это надо побыстрее – согласно закону подлости, именно эта милая высота с берёзками через десять минут подвергнется массированной артподготовке. Прониклись?

Всегда смотрите под ноги! Прикасаться и перемещать любые металлические предметы

на полигоне опасно для жизни. Если увидите что-то незнакомое, не тяните руки – на вооружение принимается новая техника, которую вы, даже глубоко интересуясь вопросом, можете не знать.

Берегите уши! В армии вы столкнётесь с самыми громкими звуками, которые вообще бывают. Если вы не подготовились, то хотя бы приоткройте рот, чтобы уравновесить давление на барабанные перепонки. Тише от этого не станет, но так меньше вероятность получить травму. Наиболее громко «поют» крупнокалиберные системы наземной ствольной артиллерии и самоходные орудия, ненамного тише стреляет танк. Не подходите слишком близко, старайтесь никогда не заходить за дульный срез.

По воздушной цели работают зенитно-ракетные комплексы «Стрела-10 м». Дивизион ПВО 200-й ОМСБ на учениях в Ленинградской области. Фотографу следует иметь в виду, что снимать момент пуска с дистанции ближе 150–200 метров – не удаль, а преступная глупость.

Действительно жуткий звук у реактивного самолёта на форсаже. На некотором удалении от ВПП он терпим, но когда бомбардировщик пролетает в двадцати метрах над вами, вам захочется от ужаса вжаться в землю. Это не преувеличение – даже наличие многолетнего опыта не поможет обмануть инстинкт самосохранения. Двигатель в режиме форсажа орёт, воет и грохочет одновременно на всех мыслимых частотах сразу, бьёт по всему телу. Мне кажется, это вообще самый громкий звук, который мне приходилось слышать. Помочь тут могут только наушники. Вполне сгодятся строительные, предназначенные для защиты при работе с перфоратором. Экономить не следует, возьмите самые качественные из имеющихся в продаже – уши дороже.

Небезопасны для новичка боевые и военно-транспортные вертолёты. Основную опасность представляет рулевой винт, расположенный сзади. Если до несущего винта надо ещё умудриться дотянуться, то лопасти рулевого винта способны легко перерубить горе-фотографа пополам. Лучше всего просто держаться от вертолёта подальше. На стоянке вертолёты охраняются, так что если вы после съёмки стрельб забыли снять наушники и сунулись поснимать кабину пилота, солдата это волнует мало, он будет с вами поступать так, как велит устав. Догадались с трёх раз?

Стрелковое оружие, в том числе автоматы, также представляет серьёзную опасность в процессе фотосъёмки военных учений. Главное – не оказаться в секторе стрельбы. Дальность убойного действия пули АК-74 составляет 1,5 км! Основная ошибка начинающего фотографа – суетливая беготня вокруг стреляющего. Помните, что даже при стрельбе холостыми патронами пороховые газы, вылетающая в большом количестве из ствола дрянь и выплёвываемые вправо пустые гильзы опасны для находящихся рядом.

Нельзя находиться рядом в момент пусков ракет. Даже кажущийся игрушкой ПЗРК «Игла» вблизи точки запуска опасен. Оператор в обязательном порядке защищён каской и очками; фотограф на учениях, как правило, считает себя неуязвимым, как Рэмбо. Печальная статистика показывает, что настоящих Рэмбо – единицы, а обожжённых и контуженных – на порядки больше.

Что касается техники и оборудования, то здесь у каждого свои предпочтения, вам снимать – вам и килограммы техники таскать на горбу. Я хочу ограничиться минимумом рекомендаций, но довольно важных. Столь не любимые профессиональными фотографами универсальные зумы могут помочь в ситуации, когда менять объективы просто некогда. Содержание снимков с учений обычно важнее технического качества. Вряд ли стоит гнаться за звенящей резкостью, бокэ и цветопередачей в ущерб удобству и оперативности. Разумным компромиссом представляется наличие в кофре двух трансфокаторов – с фокусными расстояниями что-то около 18–70 и 70-200 мм. Не скупитесь на широкий угол – без телевика в армейском репортаже прожить обычно можно, а вот отойти подальше удаётся не всегда.

Умение работать двумя отдельными камерами вполне себя оправдает, если же такого навыка нет – не заморачивайтесь, только запутаетесь в ремнях и кнопках. При оперативных перемещениях штативы и моноподы также будут мешаться.

Кофр должен быть жёстким. Прокатиться на броне с мягкой сумочкой заманчиво, но для вашей техники такая поездка может оказаться последней. Мне лично нравятся рюкзаки. Если нет специального фоторюкзака – берите обычный, оптика на спине и на груди всегда чувствует себя более безопасно, чем на уровне пояса. Ставить сумку или рюкзак где бы то ни было не надо – везде очень грязно, а также не со зла могут поддать сапогом. Не экономьте на защитных фильтрах – смахнуть грязь со стекла фильтра легче, чем со слоя просветления передней линзы.

Фронтовой бомбардировщик СУ-24 на взлёте. Видимое пламя сзади означает включение форсажных камер. N-ский бомбардировочный авиаполк, Ленинградская область.

Возьмите мягкую фланель и полиэтиленовые пакеты. Про запасные аккумуляторы и флешки я даже не говорю – их стоит брать на любую съёмку. В поле розетку для зарядника найти бывает непросто.

Для регистрации быстрых процессов используйте возможности серийной фотосъёмки. Это позволит вам запечатлеть все фазы движения, чтобы потом выбрать для публикации наиболее удачные моменты. Кроме того, в результате вы сможете проанализировать быстропротекающие процессы, а также сделать эффектную анимацию. Рекомендуемая для большинства сюжетов «скорострельность» камеры – от 5 кадров в секунду, лучше больше.

Ёмкости буфера должно хватать не менее чем на 2–3 секунды.

Вспышкой злоупотреблять не стоит. То есть оно, конечно, при грамотном использовании невредно, но отломить её на бегу от контактного башмака проще простого. Ночью вспышкой в глаза не лупите: что является развлечением для вас, для солдат и офицеров – ответственная работа, годовой экзамен, важная ступень карьеры. И само собой, вспышкой можно загубить всю жутковатую красоту ночного боя. При длительной выдержке, наличии определённых навыков, знании тактического плана эпизодов и удаче можно привезти домой картинки, достойные кисти неплохого баталиста.

Никогда не стойте на пути колонны или отдельных машин! При любом перемещении бронетехники лучше вообще работать телеобъективом. Рассуждения о том, что это путь для трусов, не принимаются – пока вы не знаете тактического плана, не представляете в подробностях перемещения каждой единицы техники, не рискуйте. Сомневающимся в актуальности совета предлагаю решить школьную задачку – рассчитать кинетическую энергию несущегося на скорости хотя бы 60 км/ч при массе почти 50 тонн танка Т-80. Если на пути этого динозавра вдруг нарисуетесь вы с камерой на шее, вам никто и ничем не сможет помочь. Пожалейте того, кто вас позвал, – он не виноват в том, что у фотографа в голове опилки. Не рискуйте зря – вы же не хотите посмертную выставку в местном Доме офицеров.

Если место, откуда можно сделать эффектный снимок, известно заранее, продумайте вариант установки камеры с дистанционным проводным или радиоуправлением. Камеру, конечно, жалко, однако не так, как свою голову. Тут возможности шикарны – снимок с прыжком танка на камеру будет только у вас.

Необходимое правило для любого репортажа! Всегда подписывайте снимки – фамилия, звание, должность. О таких, казалось бы, основах фотожурналистики многие молодые фотографы и репортёры не знают. Раньше опубликовать в периодике даже самые эффектные снимки без подробной подписи не представлялось возможным. Можно использовать диктофон, я лично предпочитаю обычный блокнот. Также всегда помечайте и само действие, название тактических эпизодов, хронометраж каждого события – на следующий день всех подробностей боя вы просто не вспомните.

Нет, это не «звёздные войны». Это война вполне земная. Похожее на фантастический фильм зрелище снималось не в Голливуде. Ночной общевойсковой бой, отражение контратаки противника. Третий тактический эпизод. Бобочинский полигон, Ленинградская область.

Война войной, а обед по расписанию. Застрять на мероприятии, особенно по

неопытности, съёмочная группа может надолго. Если в кофр удастся запихать пакет с бутербродами – пихайте, пригодится. Лучше – с холодной курятиной (в жару не испортится). Неплохо бодрят шоколадки. Это совет на случай форс-мажора, так как обычно журналистов голодными не оставляют. Кормят в армии, как правило, вкусно.

Отношение художественной составляющей фоторепортажа к информационной – отдельная интересная тема. Здесь тоже всё решать вам. Держа в уме задание редактора, не забывайте о трёх китах фотожурналистики – объективности, повествовательности, хронологии. То, что вы снимаете, по сути своей – событийный репортаж, от законов этого жанра и отталкивайтесь. Стиль же у каждого свой, а учёного учить – только портить. Мне кажется уместной видимая непричёсанность, грубоватость подачи – армия не балет и не светская вечеринка, умеренная доля хулиганства будет вполне оправданна. Об этом же писал и «отец фотожурналистики» американец Клифф Эдом.

Помните главное – если задача не выполнена, даже самые глубокие знания и точное следование законам жанра вас не оправдают; если картинки получатся эффектными и информативными, вам простят даже самые грубые нарушения всех канонов. Фотография и армия схожи в том плане, что победителей не судят.

В погоне за взрывами, пусками ракет и стреляющими танками не забывайте о командовании. Взрывы военные видят часто, а командующий к ним прилетает не каждый год. Даже если вам лично этот кадр не нужен – не ленитесь, пригодится для архива, вам будут благодарны.

Будьте этичны. Чернухи в армии можно наснимать – за год не пересмотришь. Вопрос лишь в том, надо ли? Если вы хотите рассказать обществу о трудностях первых месяцев службы, о дедовщине, о хамстве офицеров и неотапливаемых казармах – выберите другое время и место. Активная фаза учений – это венец всему делу, итог учебного года, а для многих военных даже, не будет преувеличением сказать, звёздный час. Не портите людям праздник.

Общайтесь по-человечески. Солдат, чего уж там скрывать, полностью бесправен. Не злоупотребляйте этим. Можно и нужно просить что-то сделать «для кадра», но гонять отделение четырежды брать высоту, как я наблюдал это однажды в случае с московскими телевизионщиками, мне кажется свинством. Выбирайте комфортную дистанцию общения в каждом конкретном случае. Панибратство элементарно не будет понято. Вы – сытый, хорошо одетый, взрослый, обвешанный дорогими цацками гражданский человек, в любом случае для срочника из Вологодской области будете инопланетянином, существом из другого измерения.

Единственный в мире ныне живущий маршал артиллерии В. М. Михалкин инспектирует ход учений с боевой стрельбой на Лужском артиллерийском полигоне.

Не забывайте отблагодарить героев своего фоторепортажа. В армии есть валюта, непонятная гражданскому человеку, – сигареты. Это именно валюта, средство обмена, эквивалент стоимости всего вещественного. Предлагайте сигареты всем, даже некурящим – вам это ничего не стоит, им пригодится. Да и просто говорите спасибо. Тогда и красивых картинок в редакцию привезёте много.

А вернувшись в город, удобно расположитесь в кресле перед монитором и займитесь, может быть, самым сложным – отбором фотографий для демонстрации заказчику. Ловить

кадр, провалившись «по самые таланты» в холодную жижу полигона, висеть на вертолёте над бездной и бегать по жаре впереди взвода покажется не столь мучительным, как выбрать десять фотографий из отснятых трёх сотен. Безжалостно фильтруя материал, оставляйте для публикации самое лучшее. И главное – анализируйте свои ошибки, чтобы не повторять их при съёмке следующего вашего репортажа. Тем более, что очередное задание редакции, если фотографии понравятся, вы получите очень скоро.

Глава 13
Как снимать корпоратив

– Как попасть в Кремль? Очень просто – наводи да стреляй!

Первая мысль, которая самым подлым образом посещает фотографа, – о том, что ему сейчас придётся работать там, где другие отдыхают. Настраивайтесь именно на работу – от вас ждут продукцию, по качеству которой будет принято решение, иметь ли дело с вами в дальнейшем.

Но ходить с сосредоточенным угрюмым видом среди праздничного шума и веселья, «расстреливая в упор» гостей огромным объективом, вам тоже ни один нормальный организатор не позволит – не портите людям праздник.

Умение погрузиться в атмосферу праздника, не теряя при этом способности полноценно работать, – обязательная черта профессионального фотографа, снимающего корпоративы. А работа предстоит серьёзная. Редкий праздник длится менее трёх часов, обычная продолжительность мероприятия от четырёх до шести часов, бывает дольше. Несколько часов подряд вам придётся «держать кадр» в динамично меняющихся условиях и в незнакомом месте. Будьте готовы к тому, что даже покурить вам толком не придётся – вас сюда не курить позвали, а снимать, и платят за это деньги. «Если хилый – сразу в гроб», – пел Высоцкий, и пел верно. С камерой между столами лавировать, конечно, – не болванку на станке вытачивать, но что проще и легче, ещё бабушка надвое сказала. Любая работа требует внимательности и самоотдачи, а от фотографа ждут ещё и творчества – снимки не должны быть «вымученными», это репортаж о празднике, а не фото на документы.

Что же придётся снимать вам, когда позвали «на мероприятие»? Вероятнее всего, это будет корпоратив – организуемый праздничным агентством (предприятием, заводом, торговым домом, банком) праздник с культурной программой и привлечением актёров. Повод может быть любым – день рождения компании, Новый год, 8 Марта, рождение щенков у Жучки в будке охранника. Несколько реже приглашают фотографа на частные праздники – юбилеи, дни рождения. В последние годы набирает обороты тимбилдинг – командообразующие мероприятия, как правило, проводимые на открытом воздухе.

Вопрос выбора техники – вечный вопрос для любого фотографа. Камеру лучше взять репортажную – быструю, со значительным объёмом буфера, требования к разрешению обычно не так высоки: 8-10 Мп вполне достаточно – фотообои и постеры печатать никто не планирует. Из линейки Canon хорошо зарекомендовали себя EOS 20D – 50D, бюджетные варианты хххБ всерьёз не рассматриваются, «единички» (EOS IDs Mark III, EOS 1D Mark IV и предыдущие модели) для этой задачи избыточны, а любимая многими 5D лучше покажет себя при других видах съёмки, в репортаже ей элементарно не хватает скорострельности.

Совершенно необходима внешняя накамерная вспышка с возможностью поворота головки. Поворота только вверх недостаточно, при вертикальных кадрах толку от неё не будет никакого. Более того, иногда придётся бить прицельно – в белую колонну сзади слева, экран проектора справа. Так что на вспышке не экономьте – чем серьёзнее подход к съёмке на мероприятии, тем меньше возни дома при обработке.

Соблазн обойтись одним объективом проходит быстро. По-настоящему качественных и универсальных зумов я не знаю, приходится таскать несколько. Кучу фиксов я считаю простительным эстетством, но разумным компромиссом представляется наличие в вашем кофре трёх-четырёх трансфокаторов. Прежде всего, не обойтись без широкоугольника, часть значимых сюжетов без него просто не снять. В идеале, это что-то вроде 10–17/4L. Рыбий глаз иногда хорош для прикола, но основным, конечно же, должен стать широкоугольный объектив с исправленной дисторсией.

Основным при фотосъёмке праздников, как показала моя личная практика, стал Tamron 28–75/2.8. Причём, открытая или почти открытая диафрагма вовсе не редкость – светосилы много не бывает, а отделить за счёт малой глубины резкости прекрасный лик Светы из отдела продаж от тарелок с оливье – возможность крайне полезная. CANON EF 28–70 mm f/2.8L ещё лучше, но тяжелее и в разы дороже.

Промежуточный диапазон можно закрыть объективом Tamron 17–50/2.8 или аналогичным от других производителей. Самому распространённому кэноновскому штатнику 18–55/3.5–5.6 на открытой диафрагме просто недостаёт качества, как и светосилы.

Телевик на корпоративе нельзя назвать обязательным, но и лишним он тоже не будет. Выполненные длиннофокусным объективом фотографии не вызывают ощущения сопричастности, но обладают другим несомненным достоинством – вы далеко, портретируемый вас просто не замечает, поэтому не старается делать «нужное» лицо, не принимает неестественных поз, и главное, не смотрит в камеру. Некоторый прирост интересных портретов телевик даст, если в силах таскать – берите, не пожалеете. Длинные солидные объективы с фигурными блендами нравятся девушкам и, как сказала одна из заказчиц, «это просто красиво».

На празднике до 20–30 % кадров – вертикальные, а изогнувшись буквой «зю» работать пять часов подряд – гимнастика ещё та. Вывод – берите батарейный блок. Возможность установить два аккумулятора вместо одного нам сейчас неважна, дело именно в ухватистости при вертикальном положении камеры. Любая современная батарейная рукоятка имеет дополнительную спусковую кнопку.

Что снимать на празднике? Пригласившие часто ошибочно полагают, что снимать надо

только их, любимых. Надо, разумеется. И будем. Но вас позвали как профессионала, которому можно доверять. Ни одному пациенту не придёт в голову давать наставления хирургу, и вы вряд ли станете учить телемастера, что делать с вашим телевизором. Сделайте вид, что внимательно слушаете рекомендации, согласно покивайте, а дальше включайте голову – именно она ваш основной инструмент, а не штативы с объективами.

Дайте привязку к местности. Обязательно постарайтесь сделать несколько общих планов зала, ресторана целиком, сцены с артистами. Фотографии с корпоративного праздника обычно смотрят на компьютере, не печатая, и следуют они при просмотре в порядке нумерации файлов. Из этого можно сделать вывод, что фотосессию обязательно стоит перемежать общими планами несколько раз, чередуя с жанровыми сценками, портретами, фрагментами интерьеров.

Кто-то из гостей вам покажется симпатичным, а кто-то нет. Угрюмого сторожа снимать не столь заманчиво, как цветник из девушек-менеджеров, но в понедельник именно они разочарованно спросят, а где, собственно, любимец офиса Семёныч? На снимках, так или иначе, должны присутствовать все. Сделайте хотя бы по два-три общих плана всех столов и групп.

Максимум внимания уделяйте руководству. Именно они будут принимать решения о дальнейшем сотрудничестве с вами. К тому же, это вопрос политический – организатору праздника тоже надо показать себя командованию. Должны быть запечатлены все ключевые моменты: выступления руководителей, вручение наград отличившимся, рукопожатия.

Передайте действие. Поднимающие бокалы сотрудники компании на 90 % фотографий – это брак, пусть даже и безупречный технически, за который фотографу надо оторвать всё, что ниже пояса. Репортаж о празднике является по сути событийным репортажем, и должен подчиняться законам этого жанра. Нужно сохранять повествовательность, многопланово освещать действие, грамотно использовать элементы постановки. Певцы, музыканты, фокусники и аниматоры – это именно то, что превращает банальную пьянку в праздник. Даже если на приглашённых актёрах беспощадно сэкономили, всегда проводятся какие-то конкурсы, игры. Снимайте это в обязательном порядке.

Уделяйте достаточно внимания гостям из сторонних организаций. Если ваша работа понравится, вы обеспечены дополнительными заказами. Сарафанное радио работает по-прежнему надёжно, никто не мешает и вам вручить визитку их представителю.

Эмоции! Без них получится протокольная съёмка, не заслуживающая никакого внимания. Впрочем, это касается любого вида репортажа, событийного в том числе.

Конечно же, ваш репортаж сильно зависит от насыщенности программы. Но умение прыгать выше головы и нырять в бассейн без воды – отличительная особенность

профессионала в любой сфере человеческой деятельности. Как хороший новостной фотограф сумеет снять Ниагару в унитазе редакционного туалета, выпускающего редактора не волнует – «надо, Федя, надо». И здесь вы тоже не сможете объяснить заказчику, что «все только пили». Ищите, смотрите, думайте.

Обращайте внимание на мелочи – вы фотограф, вы просто обязаны их видеть. Селёдка в бронированных доспехах среди перламутровых колечек лука лежит красиво? На воздушном шарике кто-то маркером нарисовал сердечко? Поросёнок на блюде доверчиво улыбается будущим едокам? Так снимайте всё это!

Вот посреди танцующих молодая бухгалтерша задумчиво набирает SMS любимому – снимайте, пока вас не заметили! Через секунду она спрячет телефон и натужно улыбнётся в камеру – и снимок пропал. Вот двое охранников устроили армрестлинг за столом – снимайте! Спустя мгновение они станут изображать серьёзность – всё, фотографии тоже не получилось. Вот из-за кулис выглядывает клоун – снимайте срочно! Через секунду он уже выйдет – с нужным лицом, уверенными движениями, дежурными фразами приветствия. А мог бы получиться интересный, запоминающийся снимок. Не жалейте затвор.

Техника безопасности. В контексте праздничной фотосъёмки обсуждение этого вопроса кажется комичным, но лишь на первый взгляд. Фотограф, как любая творческая натура, увлёкшись процессом, перед окружающей средой беззащитнее пятилетнего ребёнка. Берегите технику! Вы всегда в центре событий, и отломанная в толпе вспышка – отнюдь не редкость. В любой момент вас могут случайно толкнуть, и если толчок придётся на момент смены объективов, виноватых не найдётся, кроме самого фотографа.

И ещё. Вам, совершенно трезвому (а пить даже не думайте, пусть и настойчиво приглашают) несколько часов придётся работать в обществе людей навеселе. Конфликты между гуляющими могут возникнуть в любой момент, что сплошь и рядом наблюдается. Разнимать бойцов и без вас найдётся кому, ваша задача – максимально быстро покинуть зону конфликта, спасая всю свою технику. Предъявить претензии за разбитую нечаянно камеру будет некому, протрезвевшие рэмбо станут виновато разводить руками, тряся кошельком с последним жетоном на метро. Не захочет вас утешить материально и организатор – ему-то это зачем? Вся ответственность за вас и за вашу недешёвую аппаратуру лежит на вас же, примите это как данность.

Собственно, с безопасного расстояния вы можете отснять и саму драку. Это редко бывает красиво, спортсмены предпочитают дубасить друг друга на ринге, а не за праздничным столом. Однако если чувствуете в себе силы поймать пару эффектных моментов, то почему бы и нет? Но тут уже сами смотрите, стоит ли игра свеч – заказчик такого креативного подхода к фотосъёмке самого радостного дня календаря их компании может и не оценить, а вероятность получить уже не по камере, а по носу автоматически возрастает на два порядка.

Избегайте конфликтов любого рода. Этот совет, впрочем, касается любой сферы деятельности фотографа. Не отказывайтесь сфотографировать кого-то, если вас просят. Не давая особо сесть вам на шею, идите навстречу. Для вас это стандартная работа, а для пригласивших вас – интересный, необычный день, праздник, который бывает нечасто. И самое главное – всегда улыбайтесь людям. С угрюмым букой не хочет иметь дело никто, будете хмурым – останетесь без заказов, только и всего. Доброе расположение к окружающим, улыбка, позитив – такой же ваш инструмент, как камера, и даже важнее.

Вы упаковали аппаратуру, попрощались с организаторами. Артисты и гости разъехались по домам, в ресторане моют посуду, гости неверной походкой идут к стоянке такси. Но ваша работа выполнена только наполовину! Даже не думайте отдавать весь отснятый материал заказчику. У вас на карте памяти только полуфабрикат, представляющий интерес пока только для вас, как кусок вырезки для повара. Чтобы приготовить из него

вкусную котлету, придётся повозиться.

Поговорим об обработке и окончательном отборе фотографий. Думаю, даже не стоит дополнительно упоминать, что вся съёмка должна производиться в RAW-формате, чтобы относительно безболезненно поправить экспозицию и баланс белого. Обработка обязательна! Условия вам достанутся далеко не студийные – почти во всех залах темно, нередки цветные потолки и стены, зеркальные поверхности, из всех углов бьют софиты, прожекторы и стробоскопы, а времени «пристреляться» практически нет, репортаж есть репортаж. Так или иначе, часть снимков придётся выкинуть как технический брак. Процент этого брака зависит от уровня мастерства фотографа, но он будет у каждого. Обязательно встретится и брак композиционный – на одном кадре вы завалили горизонт, на другом перед секретаршей Кристиной неожиданно материализовался охранник Серёжа с самыми серьёзными намерениями и бутылкой «Клинского» в руке, а на третьем вас просто не со зла толкнули под руку. Кто-то моргнул, кто-то тянет в рот фаршированный баклажан – ничего этого заказчик увидеть не должен. Ряд курьёзов, вроде поставленных гендиру рожек, можно оставить, они придадут съёмке ту самую изюминку. Остальное удаляйте безжалостно.

При отборе картинок будьте внимательны. Смаз от движения, например, может быть как браком, так и художественным замыслом – саксофонист «Стиляг» в экстазе от Stray Cats, а смазанный снимок стал динамичнее «правильного», идеально резкого.

Фотография – искусство отбора, а критерии у каждого фотографа свои. Я стараюсь просматривать фотографии с праздника трижды, причем третий раз уже утром следующего дня. Вечером вы находитесь под впечатлением самого веселья, запаха духов, новой песни Кристины Агилеры. Ваш заказчик будет смотреть результаты фотосессии утром в понедельник. Не забывайте об этом.

Вы работаете за деньги, так ведь? Я тоже. Давайте их считать. На середину 2010 г. в Санкт-Петербурге средняя стоимость фотосъёмки корпоративных праздников – 1500–2000 руб./час. В Москве цифра может быть несколько выше, в провинции – ниже в разы. Некоторую девиацию может дать именитость фотографа – мэтр может попросить дополнительно «за имя», студент-вечерник старается демпинговать, ошибочно считая себя самым хитрым. О том, что он роет глубокую яму самому себе, я упомянул в одной из предыдущих глав.

Забавный курьёз, замеченный давно и не нами: стоимость часа работы фотографа в любом регионе страны довольно точно соответствует стоимости услуг проститутки «среднего звена». Есть о чём задуматься, не правда ли?

…Артисты уедут домой, будет выпито вино, отшумит весёлый праздник. Фотографии – это единственное, что останется на память. И вы как фотограф можете сделать очень много – сохранить для сотен людей на долгие годы радость и тепло этого вечера.

Снимать людей за столом – задача непростая, но в практике профессионального фотографа довольно частая. Двое голубков, спрятавшись за бликующие бутылки, тыкают друг друга вилкой на фоне пёстрых обоев. Вам нравится? Но именно такими картинками наводнены дневники в Интернете.

Совершенно «проходная» карточка с рядового новогоднего корпоратива. Я специально не выискивал в своём архиве шедевры, наполненные идеей, – взял первую попавшуюся. Эмоции, настроение, техническое качество. Это – уровень, ниже которого, если вы фотографируете на заказ за деньги, опускаться нельзя.

ВМЕСТО ДЕСЕРТА

К вопросу о выборе ракурсов

Самая запомнившаяся мне съёмка помолвки происходила, что само по себе и не ново, в ресторане. Беда лишь в том, что ресторан оказался охотничьим – чучела с разинутыми пастями, шкуры на стенах, и что самое пикантное – рога. Рога везде! Снять жениха так, чтобы над головой не было рогов, оказалось самой сложной задачей того вечера. Нужно ли говорить, что почти треть фотографий при внимательном просмотре оказались в корзине?

К вопросу о выборе моделей

Снимая концертную программу на юбилейном вечере одного банка, я уделил довольно много внимания фокуснику – колоритный усатый тип вынимал кроликов из шляпы, разрубал ладонью бетонную плиту, доставал из карманов гостей валюту любой страны в любом количестве. Ни остальные артисты, ни сотрудники, ни руководство моим вниманием также не были обделены. Результаты понравились всем. Единственная, мало понятная мне претензия – почему фокусника так много? На ревность списать не получится – усатый пятидесятилетний мужчина вряд ли мог вызвать у меня любой интерес, кроме профессионального. Почему же его так много, – не унималась заказчица. «Да потому што он мнэ нравится!» – ответил я словами анекдота с кавказским акцентом, театрально хлопнув себя по лбу. Так или иначе, из этого банка мне больше никто никогда не звонил.

К вопросу конкурентов

Однажды, во время съёмки юбилея крупной строительной компании, я взял телефончик у симпатичной девушки из отдела PR. Завязалась SMS-переписка, виртуальное общение логично перешло во вполне реальное. Идиллию нарушали лишь частые звонки отвергнутого ею юноши – от уговоров остаться до угроз поколотить меня. Но… насильно мил не будешь. Прошли годы, с той девушкой мы теперь дружим, а бывший молодой человек уехал в Москву, где и наладил благополучно свою личную жизнь, а заодно и кардинально сменил род деятельности. Вы, конечно, уже догадались, кем он стал? Разумеется, фотографом. В отместку, не иначе. Смайл.

Глава 14
Фотосъёмка строительства и недвижимости

Поработав фотографом пару лет, вы будете удивлены, насколько часто заказчик будет ставить перед вами данную задачу. Про стройку пишут все, кому не лень, и весь этот поток осмысленной и не очень информации нужно как-то иллюстрировать. Тема живая, актуальная во все времена – везде что-то строится, а когда из-за океана приходит злой кризис, этажи перестают расти, зато разговоров становится ещё больше. Так или иначе, стройку вам снимать придётся очень часто.

Представители одного из наиболее динамично развивающихся секторов экономики давно осознали важность фотографии в рекламе и PR-сопровождении. Кроме того, перед фотографом нередко ставится ряд смежных задач – рекламная фотосъёмка строительных

объектов, фотофиксация процесса строительства, создание отчётных документов для контролирующих государственных органов, репортажи со стройки для СМИ и корпоративных изданий. Заказчиком может выступить кто угодно – журналы и газеты, властные структуры, сами строители.

Наиболее банальная задача – фотофиксация этапов строительства. Такие картинки пригодятся строительным компаниям для размещения на сайте и демонстрации покупателям жилья, озабоченным судьбой вложенных денег.

В результате ежемесячной съёмки здания в течение всего срока строительства виден процесс в динамике – краны вертятся, этажи растут, сроки новоселья приближаются. Из отдельных картинок, которые вы привозите со стройки раз в месяц, можно склеить даже мультик, эффектную flash-анимацию – дом будет расти буквально на глазах. Эту методику правильнее называть цейтраферной, или интервальной съёмкой, но пугать клиента хитрыми немецкими словами незачем, представители рекламных отделов строительных компаний обычно не хуже вас знают, что хотят получить от фотографа.

Пример фотосъёмки строящихся зданий с коррекцией перспективных искажений.

Заказчик: интернет-портал www.domkontrol.ru (мониторинг объектов жилищного строительства).

Особого креатива старайтесь не проявлять – это чисто техническая съёмка, и у неё есть свои жёсткие правила. Во-первых, в первый же выезд на объект проявите максимум внимательности – однажды выбранные точки съёмки впоследствии уже не поменять, на этих пятачках вам придется крутиться пару лет. Обязательно поинтересуйтесь этажностью будущего здания – если вы плотно впишете в границы кадра построенные полтора этажа, то тридцатиэтажный небоскрёб в эти самые границы никак не войдёт, вам придётся использовать более широкоугольный объектив, отходить на полкилометра, в общем, всё пропало – фокус не удался. Учитывайте сезонность – январским утром ветви деревьев ничуть не мешают, но в конце мая с этой же точки за плотной молодой листвой не будет видно вообще ничего. Старайтесь выбирать одинаковую погоду – либо всегда солнечную, либо одинаково облачную. Конечно, петербургским фотографам данный совет покажется издевательством – попробуй-ка найди в декабре солнечный день. Но мечтать ведь не запретишь. И наконец – постарайтесь мыслить временными категориями, сверяясь с планами строителей. Если вы целый год фотографировали здание с определённой точки, то на второй год перед вами вполне может вырасти живописная трансформаторная будка, и переносить её по вашей просьбе никто не станет. В общем, в самом начале работ проявите максимум смекалки и внимания – дальше будет проще. Не ленитесь брать на съёмку распечатки с предыдущих фотосессий, так легче повторить ракурс, что позволит значительно сократить время на последующую подгонку картинок в фотошопе.

Творчества в этой работе не много, но проекты попадаются перспективные, долгоиграющие – за неделю дом не построишь, вы будете обеспечены работой годами. Главное – делать её качественно, и тогда съёмку нового дома строители тоже поручат вам.

Не менее часто на стройке вам придётся снимать репортаж. Каких-то уникальных отличий от прочих разновидностей репортажа здесь нет, главное – понять суть публикации. Губернатор или председатель городского комитета по строительству могут спеть этот блюз в до-мажоре, а обманутый вкладчик – в реминоре. Подход к иллюстративному ряду в каждом случае будет, соответственно, различным.

Специалисты компании «АТП-100» производят монтаж крана контейнерного терминала в порту Усть-Луга.

Эта гигантская ящерица – место развязки Западного скоростного диаметра с КАД Санкт-Петербурга.

Фотосъёмка дорожных развязок КАД с борта вертолёта (развязка с пр. Энгельса), 2009 г.

Мыслите шире, от вас ждут не только картинки башенных кранов и уходящие ввысь этажи – не забывайте о рабочих, техпроцессах, благоустройстве прилегающих территорий. Фотографии со стройки пригодятся позже, и не раз, собирайте архив – он обязательно будет востребован.

Строительство – это не только возведение зданий. Монтаж и демонтаж строительного оборудования, транспорт и логистика, производство и применение строительных материалов, аспекты экологии в городе и пригородах – вот далеко не полный перечень того, что могут осветить толковый журналист и любящий свою работу фотограф. Дорожное строительство и ремонт, проектирование и возведение мостов, дорожные развязки, прокладка инженерных сетей и коммуникаций – это тоже строительство, и нуждается в картинках не меньше, чем жилые дома, заводы и фабрики.

Москвичи и петербуржцы будут удивлены, но за чертой КАД тоже есть жизнь – фотосъемка коттеджного посёлка и загородных домов, наряду с фотосъёмкой других объектов строительства и недвижимости – задание для профессионального фотографа вовсе не уникальное. По различным данным, только на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области насчитывается от 200 до 250 коттеджных посёлков, малоэтажных жилых комплексов и порядка 6500 отдельно возведённых за последние пять лет коттеджей и таунхаузов. Но нередки случаи, когда на сайте посёлка размещены любительские фотографии, сделанные с помощью мыльницы дрожащими руками бригадира по пути со смены домой. И дело тут вовсе не в экономии на профессиональном фотографе; в общем рекламном бюджете строительной компании стоимость работы опытного фотографа составит исчезающе малый процент. Беда в отсутствии фотокультуры и непонимании со стороны руководства. Но потенциальные покупатели элитной загородной недвижимости – люди разборчивые. Они могут ничего не понимать в теории и практике фотографии, но «заваленные» стены на неряшливой любительской картинке заметят всегда. Фотография, как и любой визуальный образ, действует напрямую на подсознание покупателя, минуя логику. Выполненная профессиональным фотографом иллюстрация для сайта и буклета выглядит «вкусно», этот дом хочется если не купить, то хотя бы внимательно рассмотреть.

Одна из ошибок начинающих фотографов при съёмке коттеджей – желание непременно поместить в кадр всё здание целиком. Без сомнения, такие фотографии должны быть с каждой фотосессии загородной недвижимости. Однако не следует забывать и о деталях. Фотографии фрагмента фасада, эффектного элемента отделки могут оказаться тем неповторимым штрихом, который будет отличать иллюстрируемый вами каталог от сотен

других. Любому опытному фотографу понятна разница в подходах к иллюстрации рекламных материалов в России и на Западе. Дело даже не в качественном уровне, а в самой концепции. Наши суровые строители ограничиваются строгими фронтальными видами, заграничные коллеги не боятся экспериментировать и хулиганить.

Фотосъёмка коттеджного посёлка «Михайловское», пос. Стрельна. Задача – в серии фотографий зданий эффектно показать используемые материалы (керамическая черепица BalticTile и кирпич Wienerberger) для иллюстрации каталогов и рекламных материалов производителей.

Съёмка частного коттеджа в посёлке Мельничный Ручей Всеволожского района по заказу владельца. Fisheye-объектив с ФР 10 мм.

Зима традиционно считается не самым удачным временем для проведения фотосъёмки строительства, коттеджных посёлков и загородных домов. Это верно лишь отчасти. Зимой фотографу работать сложнее, но в архиве строительной компании должны быть и летние, и зимние изображения. При достаточно высокой квалификации фотографа, везении с погодой и терпении можно получить восхитительные фотографии, при виде которых конкуренты зарыдают. Освещение в зимнее время на широте Петербурга капризное, малопредсказуемое, но и весьма интересное. Для смягчения излишнего контраста фотограф применяет передовые компьютерные методики, в том числе технологию расширенного динамического диапазона HDRi.

Зимней ночью коттедж превращается в сказочный дом, из которого вот-вот выйдет Дед Мороз с мешком подарков. Если, конечно, не постесняется помешать фотографу, который тоже внёс свой вклад в создание волшебства. HDRi, суммарная выдержка экспозиций для одного снимка порядка пяти минут.

Глаз зрителя с удовольствием ловит мелочи. Профессиональный фотограф даёт ему

такую возможность. В любом коттеджном посёлке при желании можно найти детали, на которых стоит акцентировать внимание. В первую очередь это касается благоустройства и озеленения территории.

Такие фотографии имеют полное право войти в рекламный буклет, служить украшением сайта строительной компании и даже занять видное место в офисе отдела продаж.

Фотосъёмка интерьеров коттеджа представляет собой отдельное и довольно сложное направление профессиональной фотографии. Тем не менее такая съёмка часто сочетается с фотосессией экстерьеров и проводится в тот же или на следующий день. Здесь крайне важно уметь использовать освещение, уважительно относиться к законам перспективы, быть корректным с точки зрения геометрии пространства. Использование специальных широкоугольных объективов и панорамных методик позволяет показать на фотографии даже небольшое помещение во всей красе.

Мы с вами можем создать панорамы с любым углом обзора. Оптимальными для помещений коттеджа среднего размера можно считать углы от 70 до 130 градусов. При компьютерной сшивке панорамы из отдельных фотографий можно задать линейное, цилиндрическое либо сферическое представление пространства. Целесообразность применения той или иной методики при фотосъёмке загородного дома выясняется в предварительной беседе с фотографом.

Эффектно смотрятся снимки коттеджных посёлков, выполненные с борта вертолёта. Такие иллюстрации позволяют осмотреть весь посёлок в целом, со всей инфраструктурой, благоустройством и прилегающими территориями. На моём сайте www.nevaphoto.com есть отдельная страница примеров высотной фотосъёмки и адресованная заказчикам и коллегам-фотографам статья о фотосъёмке с борта вертолёта.

С высоты фотограф имеет возможность сделать совершенно необычные кадры. Технически сложная съёмка, не верите – попробуйте. В случае с вертолётом приходится применять крайне короткие выдержки, чтобы избежать смаза. Панорамный снимок с большой высоты позволяет добиться особой выразительности. Данная методика в зарубежной практике широко применяется для иллюстрации рекламных материалов крупных предприятий.

В общем, разгуляться на стройке есть где – простор для творчества у фотографа огромный. Конечно же, и со стороны заказчика должно быть понимание: нанимать вертолёт за свой счёт вы вряд ли станете. Умение объяснить необходимость той или иной разновидности съёмки, как и всей вашей работы в целом – такое же важное умение, как и навыки самой съёмки. Владельцы строительных компаний, разумеется, кого попало с улицы не пригласят – у вас уже должно быть приличное тематическое портфолио и десятки удачно

реализованных проектов за спиной. Учитесь, экспериментируйте, перенимайте опыт соотечественников и зарубежных коллег, не стесняйтесь предлагать свои услуги. Общительность и мастерство, рано или поздно, откроют перед вами все двери.

Фотосъёмка интерьеров частного коттеджа в Ленинградской области по заказу владельца.

Усть-Лужский морской торговый порт. Единственный способ показать на одном снимке все основные терминалы порта вместе с инфраструктурой – фотосъёмка с вертолёта.

Фотосъёмка коттеджного посёлка «Капитан» на завершающем этапе строительства (застройщик – ООО «Аничков мост 2»). Элитный посёлок клубного типа на живописном берегу озера Разлив. Съёмка производилась с вертолёта МИ-8, с высоты от двухсот до четырёхсот метров. Обработка снимков в C1pro для коррекции атмосферной дымки.

Глава 15
Фотосъёмка производства

– Шумит, как улей, родной завод.
А нам-то ####, ###### ## ###.
музыка А. Н. Пахмутовой, слова неизвестного хулигана

Снимать производства, промышленные предприятия фотографу приходится довольно часто. При этом качественно работать с темой промышленности умеют единицы. Эти заметки, возможно, помогут фотографу, которому завтра предстоит делать то, что он никогда не делал, – снимать производство. Читателям-заказчикам я могу посоветовать одно – пригласите того, кто точно знает, как надо.

Начну с банальностей. Если вам на заводе скучно, если при виде дробильно-сортировочной линии и этикетировочного агрегата у вас сводит скулы от тоски – промышленная фотосъёмка не для вас, снимайте свадьбы. Без интереса к предмету фотографии получатся безумно скучные, что, впрочем, касается почти любой области человеческой деятельности. На производстве мёдом не намазано (если это не кондитерское производство, конечно), свадьбы в сто раз выгоднее. Если же «Дискавери» – ваш любимый канал, а самая желанная игрушка детства – сломанный соседский телевизор, то попробовать можно.

Наблюдение за процессом обжига во вращающейся печи химического завода «Фосфорит». Раскалённая дрянь летит оттуда, откуда её меньше всего ждёшь, – отскакивает от боковых поверхностей смотровых отверстий.

Хоть вы и фотограф, начинать надо не с фотографии. Фотосъёмка промышленности требует вдумчивого подхода и понимания предмета, простая пробежка с камерой по цехам будет пустой потерей времени и для фотографа, и для предприятия. Ещё при первом разговоре попросите заказчика рассказать о производстве. Килограммы, градусы и химические формулы вам не нужны; попытайтесь в целом представить всю производственную цепочку – от склада сырья до склада готовой продукции. Чаще всего удаётся напроситься на экскурсию, заказчик обычно идёт навстречу. Не стесняйтесь задавать вопросы – вы профессиональный фотограф, от вас, как от доктора, секретов нет.

Экипировка фотографа обычно не столь важна, чтобы готовиться специально. Всё необходимое выдают, как правило, на месте. Я бы посоветовал не экономить на мягких тряпках, полиэтиленовых мешках и защитных фильтрах – на многих производствах очень пыльно. Если выдают защитные очки, респираторы, противогазы и прочие ОЗК – не хихикайте, ответственному за ТБ из-за фотографа в тюрьму совсем не хочется, у него дома дети.

Часто в один день проводится фотосъёмка и производства, и офиса. Начинать надо с офиса, как бы ни хотелось оставить чай с печенюшками у молодой бухгалтерши напоследок. После цехов и складов вы будете грязный и уставший, факт.

Техника безопасности в процессе фотосъёмки производства – не пустая формальность. Это после десяти лет ежедневной работы в цеху там бегают с закрытыми глазами, вы же будете биться головой обо всё подряд. Работать после этого сложно, проверено. Выданную каску надо носить на голове, а не в рюкзаке. На стройке каску лучше взять белую, там как у Данелии в фильме «Кин-дза-дза»: белая каска – два раза «ку», то есть перед вами бригадир. Рабочие носят только оранжевые.

Р-ррруки! Руки никуда не тянуть! Смешная ситуация, когда плавно поехала металлическая полочка с чехлом от штатива, чуть не закончилась трагедией. Чехол-то я забрал, но спустя секунду туда плюхнулся здоровенный кусок расплавленного стекла. Кусок покатился превращаться в бутылки, а фотограф в первый раз за день задумался о том, какой он растяпа, – без правой руки фотографировать, видимо, было бы совсем неудобно.

Старайтесь даже ходить только там, где ходят другие. Часть проходов, лесенок и мостиков на заводах – технологические, т. е. созданы для перемещений персонала при обслуживании и ремонтных работах. В остальное время там вполне могут летать многотонные предметы с большой скоростью. Если на вашем пути повешена ленточка или цепочка – не рискуйте, пусть шампанское пьют другие.

В общем, смотрите в оба – под ноги, наверх, по сторонам. Ни один кадр не стоит вашего здоровья и жизни.

Защитные фильтры! Нет ничего обиднее, чем подставить L-оптику под сноп искр от болгарки. Вроде бы холодные, почти не ощущаемые кожей искорки навсегда оставляют мелкие точки на слое просветления передней линзы. Краска и растворители оставляют не менее противные разводы, и никакой ленспен потом не поможет. За одну фотосессию «отбить» стоимость хорошего объектива у вас вряд ли получится. Кроме искр, на заводах масса факторов, способных вывести аппаратуру из строя. Это, прежде всего, агрессивные среды химических производств, высокие температуры и мощное электромагнитное излучение. Форс-мажор вроде радиации мы пока в расчёт не берём.

РАДИАЦИЯ
НЕ ТРОГАТЬ
СМЕРТЕЛЬНО

KOMATSU
PC
200

Съёмка с 90-метровой стрелы шагающего экскаватора ЭШ/15‑90.

Горный взрыв на руднике Фосфорит, Ленинградская область.

Фотосъёмка ярких объектов и источников света – задачка ещё та. Мощные лазеры видимого диапазона на производстве встречаются крайне редко, а к инфракрасным вас и не пустят. В любом случае, снимать там особо нечего. А вот за сварщиками фотографы охотятся часто. Тут-то основная опасность и кроется. За зеркальную камеру, у которой матрица оказывается открытой только на время экспозиции, можно не волноваться, а установленная на штативе мыльница вполне может накрыться медным тазом, прецеденты были. Впрочем, с тем же успехом матрицу можно сжечь, просто направив компактную камеру в полдень на Солнце.

О чём точно было бы преступлением забыть, собираясь на съёмку, – так это об оптике. Берите максимум объективов, чтобы охватить весь диапазон фокусных расстояний. Упущенных кадров будет жаль, а повторить на бис можно далеко не всё. Первая картинка была бы невозможна без широкоугольника (вы не Карлсон), а вторая – без «длинного» телевика (40 тонн тротила жахнет – и за полкилометра зашибёт).

Практика показывает, что отсутствие телеобъектива при фотосъёмке производства пережить, в теории, можно (рискнуть подойти поближе, кадрировать картинку и т. д.), а вот без широкого угла будет гораздо тоскливее. И дело не только в тесных помещениях цехов, складов и производственных площадок. Широкоугольник подчёркивает перспективу, разделяет планы, позволяет сделать динамичные картинки в стиле «Время, вперёд!» (с. 151).

В процессе съёмки производства не забывайте об основных фотографических приёмах, отработанных вами в других жанрах. Именно они могут составить изюминку, что и будет отличать вашу работу от работ других фотографов. Это касается даже самых простых, хрестоматийных приёмов (с. 154).

Кстати, к вопросу движения. На многих производствах фотограф сталкивается с нешуточной вибрацией. Трясётся и ходит ходуном всё – пол, ограждения, лестницы. Многолетняя привычка брать с собой устойчивый штатив весьма полезна, но когда вибрирует пол, не поможет даже самый устойчивый штатив. А иногда бывают очень забавные казусы. Так, на заводе по производству керамической плитки я потратил полчаса на сооружение фантастической конструкции из труб, амортизирующих прокладок, резиновых шайб и кучи других подручных материалов. Результат удивил – снимки оставались смазанными. Оказывается, сам объект – чан с расплавленной массой, трясся вместе с площадкой, где стоял я. Когда штатив был установлен на вибрирующее основание, смаз исчез. Опыт, прав был классик, – сын ошибок трудных. Про гения, который парадоксов друг, я не сказал, заметьте.

Сверху: освещения на кирпичном производстве в Никольском было вполне достаточно для короткой выдержки. Однако благодаря длительной (около секунды) экспозиции движущаяся по конвейеру шихта смазалась – снимок стал динамичнее. Снизу: придаёт динамику картинкам и съёмка с проводкой, когда фотограф ведёт камеру за объектом. Бутылки остались резкими, фон размазан. Производство стеклотары, Киришский стекольный завод.

Режиссируйте! Не стесняйтесь ставить персонал так, как вам нужно. Вы же не обещали снимать только правду и ничего, кроме правды. Вы эту правду и создаёте – здесь и сейчас. Попросить спрятать с пульта управления банку шпрот гораздо легче, чем убирать её в фотошопе на сорока снимках. Больше уверенности во взгляде, больше бархата в голосе. Вы тут главный в радиусе прицельной стрельбы, вам и командовать. Никогда никого не просите сфотографироваться, просто ставьте перед фактом. Они делают своё дело, а вы – своё. Хвалите после каждого кадра, не скупитесь на комплименты, улыбайтесь.

Кронштадтский мясоперерабатывающий завод. К вопросу правды и неправды: вы же не думаете всерьёз, что сосиски именно так и делают – в белом и с серьёзностью кардиохирургов? :)

С пониманием относитесь к смущению – это не они к вам в студию напросились сниматься, это вы к ним в цех припёрлись именно в тот момент, когда нет причёски. Перечисленные вещи настолько просты, банальны и очевидны, что постоянно упускаются из виду.

Как хороший фотокор может снять Ниагару в редакционном горшке, так хороший фотограф сумеет сделать передовое наукоёмкое производство из подвальной артели с тремя гастарбайтерами. Не бойтесь сделать «слишком красиво», переборщить с пафосом – за это нам и платят. Умеренное хулиганство – поощряется.

Больше акцента на руки! Раньше в каждой заводской библиотеке был сборник московского поэта Лапко «Поэзия рабочих рук». Коммунистическая идеология успешно заменена на корпоративную, профсоюзы как были, так и остались – иллюстрации пригодятся для оформления помещений предприятия, пойдут в буклеты, на сайт. Только убедитесь, что соблюдены все правила ТБ – за работу без перчаток ответственный надругается над нарушителем с наждаком, а виноват будет фотограф. Рукавицы и очки требуются в большинстве случаев.

«Адская машинка» (blasting machine) – применяется взрывниками при горных работах. За несколько секунд до взрыва.

Рудник ПГ «Фосфорит».

Снимайте с запасом, особенно это касается редких моментов, которые нельзя или сложно повторить. Грязные руки здесь сработают только в плюс, зритель понимает, что вам не позировали в тёплой студии на заказ, он верит, что «всё так и было».

Делайте несколько кадров. Как есть мимика у лица, так и у человеческих рук есть промежуточные, не очень удачные фазы движения. Руки точно так же могут быть напряжены, расслаблены, взволнованы. «Настроение» рук должно, в идеале, соответствовать моменту, подчёркивать происходящее, резонировать с общим настроением вашего репортажа. При вёрстке дизайнер зачастую чередует подобные снимки с общими планами, оборудованием, техпроцессами и главное – лицами. Диссонанса с другими картинками быть не должно.

Особое внимание следует уделять наличию в кадре корпоративной символики, в первую очередь, логотипов.

По собственному опыту промышленной фотосъёмки знаю – каждый раз заказчик удовлетворённо кивает головой, просматривая картинки с эмблемой компании. Как иначе в журнале читатель отличит их грузовик от десятков тысяч таких же? Это можно делать

аккуратно, не акцентируя внимания специально, а можно и «в лоб». Оба варианта уместны и оправданны. Думаю, нет нужды повторять, что использовать любые иллюстрации с зарегистрированной символикой по своему собственному усмотрению с точки зрения законодательства вы не имеете права.

Высотная фотосъёмка с летательных аппаратов открывает новые возможности в рекламной съёмке производства. Удовольствие это не из дешёвых, но цель в данном случае полностью оправдывает средства. Снимки получаются выразительные, они долгие годы будут украшать помещения офиса, пригодятся в качестве иллюстраций к печатным рекламным материалам.

Фотосъёмке с вертолёта посвящена отдельная заметка на моём сайте www.nevaphoto.com. Если излагать кратко – съёмка непростая. Главные проблемы – сильная вибрация, с которой не справляются системы стабилизации в современных объективах, мощный воздушный поток от лопастей, холод, шум и прочие радости. Любителям я не могу даже посоветовать за это дело браться, лучше позовите специалиста. Профессионалам рекомендую обращать внимание на кадрирование – под углом 30–60 градусов к нормали объект выглядит иначе, чем с поверхности Земли. Не забывайте оставлять больше пространства сверху кадра, чем вы привыкли делать для кадров, снятых с земли – это придаст объём. Также, если это не противоречит техзаданию, оставляйте на снимке линию горизонта и полоску неба. Попробуйте делать панорамные снимки. Разумеется, вертолёт должен быть неподвижен. Тангажом можно пренебречь, а вот линейно перемещаться даже в пределах 20–30 метров крайне нежелательно – панорама не склеится. Учтите, что далеко не в любую погоду можно договориться с пилотом о режиме висения. Кроме того, пилот нужен опытный.

Фотография здания завода Российской стекольной компании в Петербурге. Съёмка с вертолёта, высота 200 метров.

Вопросы согласования полёта и фотосъёмки с разрешительными органами, способы договориться с ведомственными ЛА и военно-транспортной авиацией выходят за рамки этой книги. Кто ищет – тот найдёт. Зато заказчик может быть уверен в том, что таких снимков точно нет у конкурентов.

Фотографии с высоты дают возможность взглянуть на завод, производственные площадки и логистические терминалы в целом, чего невозможно достичь иными способами. Попросите пилота сделать полный круг, а если получится – то и на разных высотах. Каких-то конкретных рекомендаций насчёт рабочей высоты дать нельзя – экспериментируйте. И ещё – время в полёте для вас летит незаметно, а оно недёшево.

Обращайте внимание на мелочи, игнорируя советы «это неинтересно, тут снимать нечего». Вас сюда как фотографа позвали, а не просто «кнопку жамкать». Сотрудники компании могут просто не видеть будущую удачную карточку именно потому, что ходят мимо десять раз за смену. Если вы кормитесь архивом – не проходите мимо мелочей. Пригодится.

Эмоции! Последний пункт этой главы должен был, наверное, стоять первым. Роль эмоций в фотосъёмке производства и строительства ничуть не менее важна, чем в любом

другом жанре фотографии. Без живых лиц на картинках цена вашей работы будет равна нулю.

Всегда говорите спасибо, всегда показывайте фотографии. Не исключено, что заказчик станет постоянным. Вы должны чётко понимать – всё, что делают рабочие для вас, они делают только из доброго расположения и личной симпатии. От их отношения к вам напрямую зависит качество вашей работы. Общение должно быть свойским, но без панибратства. Послать в пешее эротическое путешествие чистюлю-фотографа, если он начинает борзеть, может каждый из них совершенно безнаказанно. Станьте «своим». Тогда и картинки будут – высший класс.

С такими зелёными лицами можно сниматься в «Аватаре» без грима; поправить баланс белого при наличии в кадре халата – проще простого. Как и удерживать камеру ровно – снимок оставляет ощущение сделанного на корабле в шторм. И это не самодеятельность – фотографией похвалился Рязанский радиозавод в разделе «Фотоархив» официального сайта предприятия.

У меня нет никаких оснований считать себя мастером производственного портрета, и в мою камеру тоже забыли поставить кнопку «снять шедевр». Но соблюдение элементарных правил композиции и технических требований позволяют получить фотографию, за которую не стыдно.

Глава 16
Предметная фотосъёмка

Предметная фотосъёмка для каталогов – отдельное, широко востребованное направление профессиональной фотографии. Так или иначе, вам придётся этим заниматься – заказчик своими силами не справится, как бы ему ни хотелось сэкономить. В предметной съёмке важно не только умение, но и значительная техническая оснащённость, парк достойной оптики, световое оборудование – лайткубы, предметный стол, осветители. Не менее ценно сочетание наработанного опыта с желанием экспериментировать – очень часто предметная съёмка проводится на территории заказчика, куда просто невозможно вывезти всю технику.

Что нам потребуется? Весьма недурно было бы заиметь приличный макрообъектив. В линейке Canon подобрать «макрик» под задачу легко, были бы деньги; 50, 60, 100 мм – какой удобнее, такой и берём. В отличие от обычных объективов, которые уже давно пригрелись в вашем кофре, «макрушник» позволяет снимать с очень близкой дистанции, а картинка отличается поразительной резкостью. По этой же причине использование макрообъектива противопоказано для других видов съёмки, например портретной, – слишком высокая резкость превратит романтический портрет дамы сердца в пособие для дерматолога, что вряд ли понравится как фотографу, так и модели. Щи лучше кушать всё-таки ложкой, а гвозди забивать молотком.

Предметы нам могут попасться довольно проблемные – металлические, блестящие, отражающие всё подряд. От этих неприятностей нас спасёт лайткуб – специальное приспособление, представляющее собой обтянутый белой матовой тканью кубический (реже – цилиндрический, пирамидальный) каркас. Внутри чудо-кубика, особенно если его равномерно осветить с разных сторон, получается очень мягкое, практически бестеневое освещение, а заодно блестящие предметы перестают отражать штатив с камерой, неубранную постель и раскиданные по квартире футболки. Это только звучит смешно, на практике же реклама металлического чайника, в пузатом боку которого отражается довольное лицо китайца с форматным «Синаром» – отнюдь не редкость. Вам нужна такая слава?

Применять кубик, разумеется, надо по делу – полностью избавиться от бликов нам теперь несложно, но для ряда предметов такой подход станет фатальным – картинка покажется «мёртвой», скучной. Снимать так ювелирные украшения, например, представляется ошибкой – кольца, броши и браслеты смотрятся эффектно именно за счёт отражений, бликов на гранях и камнях. Но вообще, безусловно, вещь полезная – берём. Перед походом в магазин рекомендуется определить, что конкретно вы будете фотографировать; размерами предметов будет обусловлен размер кубика, а они в продаже есть разные – от почти игрушечного, со стороной 30 см, до этакой небольшой туристической палатки. Если есть деньги, возьмите пару. К комплекту обычно прилагается несколько крепящихся внутрь на липучках фонов наиболее популярных цветов, а также белая накидка для фронтальной стороны с прорезью под объектив.

Облегчит нам жизнь и предметный стол – специальная раскладушка с регулируемым наклоном. Более «продвинутые» модели позволяют работать на просвет, что расширит границы применения. Покупать недешёвое, в общем-то, приспособление ради одной съёмки

в год лишено всякого смысла, но если заказы станут частыми, купить придётся; выбор в магазинах есть, и немалый.

Всё перечисленное – необходимый минимум; про осветительное оборудование я не упоминаю намеренно – любое помещение со специальным светом автоматически превращается в полноценную студию, рассказ о которой сам по себе мог бы составить отдельную книгу.

Предметная съёмка бутылок с оливковым маслом и элитными сортами уксуса для иллюстрации каталога продукции компаниипоставщика.

Предметная фотосъёмка продукции для компании «Парма» – производителя электроизмерительных приборов (г. Санкт-Петербург). Работы осуществлялись на территории заказчика, использовалось студийное осветительное оборудование. Было отснято более 100 сюжетов, в том числе многопредметные композиции. Иллюстрации нашли применение в рекламных буклетах и на сайте предприятия, в каталогах продукции, используются для оформления выставочных стендов.

Предметная фотосъёмка стеклянных изделий – одна из наиболее сложных разновидностей съёмки, требующая от фотографа немалой квалификации, достойного оборудования и технического оснащения, владения предметом, чёткого понимания задания заказчика и готовности к экспериментам.

Здесь нет готовых решений, каждый заказ требует индивидуального, вдумчивого подхода. Фотографии для буклета, для рекламного плаката, для выставки могут выполняться по разным техзаданиям и с разной световой схемой. Крайне важно контролировать блики на стеклянных поверхностях – слишком много отражений сделает снимок неряшливым, полностью задавленные в лайткубе блики дадут «неживую» картинку – такой хоккей нам не нужен! Дополнительная сложность этой разновидности съёмки заключается в том, что количество, расположение и яркость источников света фотографу приходится подбирать индивидуально под каждый сюжет.

В случае с напитками и пищевыми продуктами фотограф должен не только продумать световые решения, но и максимально бережно относиться к цветопередаче. Суть предметной

фотосъёмки в данном случае – предельно точно донести цвет до зрителя. Подобно тому, как толковый гурман без напряжения назовёт десяток оттенков рубинового цвета вина, так и опытный шеф-повар ресторана легко отличит оливковое масло из разных провинций Италии только по цвету. В предметной съёмке для контроля цветопередачи используются вспомогательные приспособления – цветовая и серая шкалы; обязательна постобработка фотографий на компьютере. Чем качественнее проведёт съёмку фотограф, тем меньше денег заказчик потратит на работу дизайнера.

Какие именно задания достанутся вам, предположить сложно. Наверное, без достаточного опыта в области предметной съёмки не следует браться за ювелирку – это одно из наиболее сложных направлений. Вряд ли стоит обещать заказчику достойный результат, если вас попросят сфотографировать стеклянную посуду. Такая работа ждёт гораздо более опытных фотографов. Но большинство типовых заданий по фотосъёмке для каталогов вам уже вполне по плечу. Анализируйте ошибки, отмечайте удачные решения, советуйтесь с коллегами – только так нарабатывается опыт, который в дальнейшем позволит вам браться за следующие, более сложные и интересные работы.

Глава 17
Фотосъёмка официальных мероприятий

Фотосъёмка официальных мероприятий требует от фотографа, признаем без лишней скромности, довольно высокой квалификации и профессионализма. От вас не требуется походить на Индиану Джонса или Лару Крофт; вам не придётся мокнуть под дождём на улицах, добираться до героев вашего репортажа по рвам полигона или карабкаться на стометровую заводскую трубу. Основная сложность, к которой многие, даже очень толковые фотографы оказываются не готовы, – вам придётся «рожать» в муках видимость какого-то события там, где вообще ничего не происходит! А не происходит ли?

Я считал так же, пока однажды не услышал овацию во время симпозиума математиков. На третьем часу мероприятия, после сотой за день точки, поставленной на исписанной числами и формулами доске, меланхоличный зал взорвался. Седые академики вскочили с кресел, запорхали бумажки, и как-то очень искренне прозвучало театральное «брависсимо». На несколько минут я усомнился, в том ли месте я нахожусь, куда приехал несколько часов назад.

125

Начальник Управления на транспорте Министерства внутренних дел Российской Федерации по СевероЗападному федеральному округу полковник милиции В. А. Каширин ведёт рабочее совещание.

Эмоции есть везде, где есть люди. Надо только уметь их увидеть, и самое важное в нашей работе – запечатлеть. А вот как быть с действием?

Под «официальными мероприятиями» у фотографов принято понимать конференции, симпозиумы, конгрессы, брифинги и семинары. Сюда же можно отнести и некоторые бизнес-мероприятия вроде презентаций, если программа предусматривает официальную часть. Нравится вам это или нет, но такие задачи перед фотографами ставятся нередко – снимать надо уметь, однозначно.

Рецепт успеха несложен. Во-первых, постарайтесь вникнуть в суть происходящего. Если вам предстоит снимать конгресс по нанотехнологиям, то хотя бы уточните в словаре значение этого слова. Вряд ли у вас получится работать полноценно, когда вокруг целый день говорят на птичьем языке – без интереса к предмету фоторепортаж получится дряблым и скучным. Во-вторых, ознакомьтесь с программой мероприятия, чтобы фотографии давали полное представление о последовательности и хронологии всего события. В-третьих, будьте внимательны и дотошны. Именно этот неброско одетый старичок, выступающий двадцать

девятым на пятом часу конгресса, окажется «главным по тарелочкам», и заказчик вашей рассеянности не простит вам никогда.

Обязательно следует запечатлеть все ключевые моменты действа. Сбор гостей, церемония открытия, доклады, дебаты и прения, кофе-брейк, пресс-конференция, закрытие – вот далеко не полный перечень «узловых точек» любого подобного мероприятия.

Не упустите из виду ни одного выступающего. Отличить перспективного студента-практиканта от светила мировой науки вы вряд ли сможете, если, конечно, не брать в расчёт возраст. Кто важен, а кто нет, решит ваш заказчик – снимайте всех. Делайте больше дублей – фотографировать говорящего человека вообще непросто, а вошедшего в раж и полемический задор учёного – туши свет, сливай масло! Мимика бывает очень динамичная, и до 80 % брака (открытые рты, закрытые глаза, перекошенные от избытка эмоций лица) совсем не редкость. Постарайтесь ловить паузы между предложениями – в это мгновение выступающий эффектно жестикулирует, как бы подчёркивая движением рук сказанное. Общего совета нет, все люди разные. Но затвор беречь не следует.

Не забывайте про зал. Кроме общих планов, которые дадут привязку к месту проведения, снимите несколько фрагментов интерьера – зону президиума, сидящих перед экраном проектора, трибуну с нескольких разных точек. Когда на вас перестанут обращать внимание (а у прирождённого фотографа способность не приковывать к себе взгляды выражена явно), займитесь слушателями. Тут фотографу есть где развернуться – моделей десятки и сотни, выбирай любых. Основная идея при съёмке – внимающие докладчику специалисты пополняют копилку бесценного опыта. Когда вы научитесь выполнять программу-минимум, вы двинетесь дальше – начнёте хулиганить, ловя скепсис, иронию, возмущение сказанным. Думается, хороший репортаж об официальном мероприятии должен оставлять ощущение полемичности, недосказанности, ожидания продолжения. Всё это достигается за счёт эмоций зрителей и слушателей в зале.

Мелочи, штрихи, детали! Печатная плата притаилась за букетом лилий, каталоги ближайших отраслевых выставок изящно разложены среди флагов стран-участниц, на красивых коленях девушки-секретаря сидит игрушечный медвежонок – официальный символ ассоциации. Снимайте всё это! Грамотно скомбинировав такие картинки с обязательными «говорящими головами», вы превратите свой репортаж в конфетку.

Набор техники требуется, в целом, вполне репортажный – не очень шумная на высоких значениях ISO камера, в меру светосильный объектив с ФР в районе 24–75 мм, весьма желателен телеобъектив до 200–300 мм. Вспышка обязательна, но использовать её следует гуманно, работая исключительно на отражение либо для лёгкой подсветки теней. Бить «прямой наводкой» вообще нежелательно, а в нашем случае просто противопоказано.

Стоимость часа подобной работы в целом соответствует стоимости часа съёмки корпоративного праздника, от этих расценок и отталкивайтесь. При определённых коммерческих талантах можно накинуть 20–30 %, аргументируя свои аппетиты ответственностью и значимостью мероприятия.

Никаких особых эксцессов с вами на такой съёмке, вероятно, не произойдёт. Но зевать не следует – мой коллега, прошедший огонь, воду и медные трубы, потерял камеру именно на подобном мероприятии. Одной зеркалкой он работал, а вторую непредусмотрительно оставил на полусложенном штативе. Обычная пресс-конференция: вице-губернатор врёт, журналисты слушают, ассистенты согласно кивают, и все вместе уже хотят кушать, – всё как обычно. Вдруг в зал врывается кто-то из свиты и несётся, подобно ФАУ-2 в небо, с ворохом бумаг в пресс-зону. Не замечая ничего на пути, комсомолец в сером костюме поддевает ногой карбоновый штатив, который от неожиданности расстаётся с камерой, и летит она, согласно всем законам подлости и баллистики, прямо в торт. Это только в американских комедиях смешно, на деле же недешёвая камера, плюхнувшись передней линзой объектива в кремовые розочки, рукояткой опрокидывает вазу со льдом, и талая вода щедро проливается на чудо японской инженерной мысли, вовсе не рассчитанное на подобные капризы природы. Остаётся открытым вопрос, принимали ли участие в проектировании зеркальных камер Canon инженеры Боинга, – аэродинамика чудная, разве что элероны не выросли. Мир, как известно, не без добрых людей, а благими намерениями вымощена дорога сами знаете куда. Молоденькая журналистка пытается подхватить камеру-самолёт, но без авиамодельного опыта получается всё смешнее некуда – стол опрокидывается, и верный друг EOS совершает третий и последний эффектный перелёт, теперь уже на пол. Где благополучно и накрывается (нет, не угадали, хотя итог одинаков) –

мстительным кулинарным чудом, тортом, не простившим такой неожиданной грубости. Минус 120 тысяч, ага. Редакция купила новую камеру; вам же в аналогичной ситуации, как фрилансеру, вероятно, придется опустошать собственный кошелёк.

Не упустите из виду необходимость аккредитации, особенно на мероприятия с участием высших официальных лиц страны. На крупные международные «посиделки» первых попавшихся фотографов с улицы тоже не пустят. Вопросами оформления бумажек озаботьтесь заранее – за полчаса до церемонии открытия подписывать разрешения и ставить печати уже будет просто некому. Поинтересуйтесь, не предусматривает ли протокол обязательного соблюдения дресс-кода. Случаи, когда самые хорошие фотографы остаются куковать за дверью лишь потому, что лень было доставать костюм из шкафа, редки, но бывают.

В целом, любое официальное мероприятие – вовсе не зажигательное go-go шоу с фейерверком и конфетти. Но привезти информативный, а главное, интересный фоторепортаж о важном событии – вполне в наших с вами силах.

Фотографу удалось почти нереальное – превратить умного, волевого, харизматичного губернатора Ленинградской области в перезрелого «братка», толкующего «по понятиям». Сие творение обнаружилось не где-нибудь, а на сайте ведущего информационного агентства. По губам довольно несложно прочитать, куда именно советовал сходить Валерий Павлович надоедливому папарацци.

Можно предположить, что вовремя получивший аккредитацию и не проспавший пресс-конференцию фотограф застал бы Сердюкова таким. Разница есть?

Глава 18
Фотосъёмка в офисе

Когда вам позвонит заказчик и пригласит в «маленький, но уютный офис», вы вполне можете растеряться и задать себе (и что гораздо хуже – заказчику) вопрос: а что там снимать-то? Вы привозили эффектные фоторепортажи с городских праздников, лазали на башенные краны, проводили дни и ночи на заводах, фотографировали военные учения, гоняли на джипах по бездорожью – везде движение, драйв, события – экшн! А в офисе нет ничего, кроме мониторов и дыроколов, – что фотографировать?!

Однако, если вы твёрдо решили стать фотографом, будьте готовы, что подобные заказы вас начнут «преследовать» часто. Найдёте вы клиентов сами или задания дадут редакции СМИ – не так важно. Фотосъёмка для рекламы в строительстве, промышленности,

PR-службах властных структур и отраслевых комитетов правительства города – перечислять можно долго и нудно, но офис есть у всех. Так что лучше, согласитесь, быть готовым.

Внимание особо сомневающихся хочется обратить на фильм Майка Джаджа «Офисное пространство». Любой офис – это целый мир, и если комедийный, в общем-то, режиссёр сумел рассказать нам увлекательную, чуть ли не детективную историю, то нам-то с вами точно есть где развернуться.

Прежде всего нас интересуют сотрудники. И хотя деловой портрет как таковой логичнее отнести к студийной съёмке, полноценно поработать с теми же руководителями мы вполне можем. Правильный студийный свет позволит придать снимкам некоторую «гламурность», вот только оценят это единицы. Создать же руководителю требуемый образ имеющимися в распоряжении средствами – вполне в наших силах. Каждая компания желает сегодня выглядеть солидно и респектабельно. Руководитель – лицо компании. Так называемая «американская модель» – даже если ты торгуешь кормом для попугайчиков на рынке, смотреться должен не хуже президента Майкрософт.

Имиджевый бизнес-портрет заметно отличается от любого другого. В деловом портрете нужно подчеркнуть ряд вполне определенных черт характера, не акцентируя внимание на остальных. Начальник отдела маркетинга должен восприниматься именно деловым человеком, а не героем-любовником, например. От профессора ждут смелости мышления, блеска глаз, а кандидат в депутаты должен излучать уверенность и деловитость. Директор компании представляется (ну, помечтаем) умным, способным к принятию волевых решений. Проявить характер человека через фотографию – непростая, но интересная задача для профессионала.

Пообщайтесь с моделью. Многие руководители подходят к фотографу, как штангисты к своему снаряду – с лихорадочным блеском в глазах, сжатыми кулаками, отважным прищуром. Предложите посидеть, пока вы готовитесь к съёмке. Поменяйте для вида пару объективов, протрите линзу – тяните время, пусть портретируемый хотя бы отдышится. Задавайте любые вопросы, слушайте ответы. Настраивайте человека на 15–20 минут интересной работы.

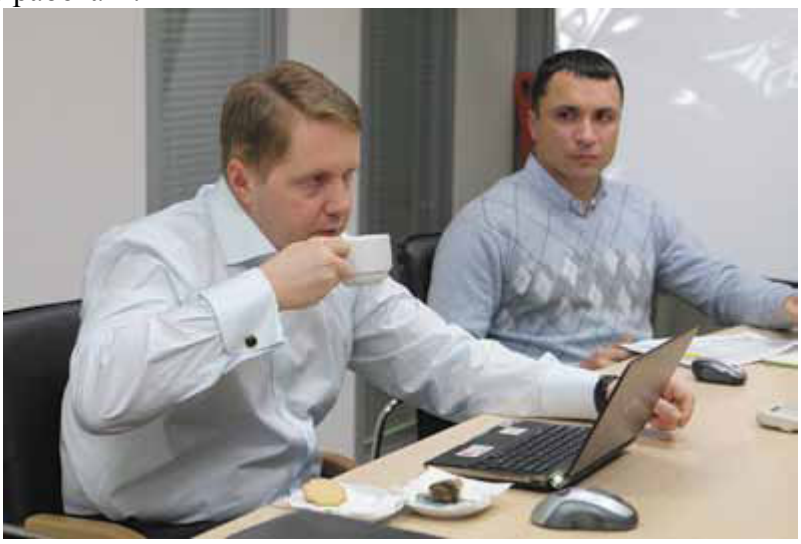
Выбор поз и сюжетов зависит от задачи. Традиционные решения включают несколько беспроигрышных вариантов: лицо крупно («под узел галстука»), поясной и ростовой портреты, фотографию в кресле. Эти сюжеты должны быть реализованы как в правом, так и в левом развороте (последующий выбор зависит от того, на какой стороне разворота или страницы картинка будет напечатана), а также анфас.

Начинаем хулиганить. Не стесняйтесь гонять нашего директора по офису, стеснение тут неуместно. Если вам природная скромность мешает попросить коммерческого директора строительной компании покрутить глобус, то можете представить, каково было мне, когда я «играл в тетрис» двадцатью милицейскими генералами, выстраивая их для группового портрета, или главкомом СВ РФ с многочисленной свитой. Смотрите по сторонам, в кабинете наверняка найдётся немало забавных штуковин, способных сойти за реквизит, – те же глобусы, карты страны и города, чертежи, макеты зданий. На стенах висят дипломы и грамоты, в стеллажах выстроились статуэтки и кубки – используйте всё это. Попросите поводить указкой по карте – пусть директор поиграет в маршала Жукова; руководителя логистической компании уместно заставить покатать игрушечные машинки, а почётного строителя РФ – сложить домик из кубиков. Не жалейте затвор – часть кадров уйдёт в брак (закрытые глаза, неудачная мимика), часть просто не понравится вам при внимательном просмотре. Пока что сохраняйте всё, кроме заведомого брака, дома выберете более тщательно.

Отпустив измученного директора на очередные переговоры, прогуляемся по офису.

Дайте «привязку к местности», снимите помещения с наиболее выгодных точек. Здесь нам пригодится широкоугольник – не факт, что помещения по площади будут напоминать спортзал, а создать видимость простора надо.

Разумеется, потребуется и стандартный объектив с ФР порядка 35–50 мм, также желателен портретник (85-120 мм), в качестве которого на первых порах можно использовать в меру светосильный телевик. Не забудьте о внешней вспышке с возможностью поворота головки – в офисах обычно невысокие белые потолки, и работать вспышкой на отражение легко и приятно. Сама камера может быть любой – никаких экзотических требований к защищённости, разрешению и скорости съёмки нет; берите ту, с которой вам удобнее работать.



Акцентируйте внимание на современном оборудовании, технике. Если вы снимаете в

проектном бюро, нет особого смысла снимать секретаря за монитором – рядом выстроился целый ряд цветных плоттеров, наличием которых коллектив очень гордится. Если вы недостаточно владеете вопросом, посоветуйтесь с заказчиком, что именно из технического оснащения имеет смысл показать на фотографиях.

Ловите моменты! В офисе (в идеале, конечно) все заняты делом, а не перепиской в «Одноклассниках». Принтер должен печатать, мониторы – светиться, на столах будет органичным умеренный «творческий беспорядок», разумеется, не переходящий в бесконтрольный бардак.

> К вопросу «занятых делом». Однажды во время съёмки офиса крупной компании я забыл снять с объектива поляризационный фильтр. Эффект обнаруживается забавный – в определённом положении фильтра «срезается» поляризованная составляющая и все мониторы гаснут полностью! Представьте себе фотографию огромного офиса: более полусотни заваленных документами рабочих столов, лица и спины программистов, снующие между столами курьеры с папками, склонившиеся над клавиатурами компьютерные гении – всё, как в жизни. И ни один (!) монитор не светится.
>
> Разумеется, я сделал и «нормальный» снимок с той же точки. Альтернативная версия привела руководство сначала в недоумение, потом в бешенство, и наконец, когда «фокусник Данилин» объяснил весь нехитрый механизм этого безобидного обмана, заказчики смеялись, как дети, пообещав распечатать фотографию в формате 1х1,5 м и заставить писать объяснительные записки всех запечатлённых.

Жанровые сценки – основа нашей фотосессии. Грамотно комбинируйте постановку с репортажем. Попросите сотрудников передавать друг другу бумажки, погулять по коридору с папкой документов, склониться над графиком. Сам график, разумеется, должен быть оптимистичным, ломаная кривая пусть уходит по оси ординат в заоблачные дали, приводя конкурентов в священный трепет. Офис-менеджер с чашками кофе, коллектив отдела продаж делит карту мира, клиенты принесли букет в знак благодарности за ударный труд, представитель заказчика обсуждает план работ с главным инженером – да мало ли что можно придумать, если у фотографа есть фантазия, а у снимаемых – понимание. Режиссируйте, экспериментируйте, изобретайте!

Очевидная, но забываемая вещь – фотограф работает не с техникой, а с людьми. Крайне важно наладить контакт, чтобы вам доверяли как профессионалу и симпатизировали как человеку. Не ленитесь общаться, не скупитесь на улыбки и комплименты. Превратите фотосъёмку из нудного процесса в увлекательную игру. Вымученные улыбки на картинках можно смело отнести в разряд брака – нужны чувства, действие, эмоции!

Уделяйте внимание мелочам. Раскрытый ежедневник, расклеенные бумажки с напоминаниями, аккуратные ряды папок с технической документацией, руки с французским маникюром на розовой клавиатуре – эти картинки создают настроение, и даже если не будут использованы в рекламе, пригодятся для оформления, к примеру, корпоративного сайта.

Это у авиаторов в песне «девушки – потом», фотографы мыслят иначе. Почти любой офис – это цветник, ярмарка невест. Вокруг вас полно симпатичных моделей, целыми днями изнывающих от скуки и ждущих праздника. Наладьте контакт, подмигните, шепните на ушко комплимент, и вы обзаведётесь десятком моделей, согласных помогать вам в вашей работе. Опять же, вы создадите настроение всей фотосессии, которое будет невольно передаваться всем присутствующим. Не будьте букой, дарите людям улыбки – это не только приятно всем, но и значительно помогает самой съёмке.

Рассказывайте интересные истории, живо интересуйтесь происходящим. Хороший фотограф всегда немного артист – только так можно расположить к себе людей, в ответ получая столь нужные вам для полноценной работы эмоции.

Бывает, что эмоции вы вызовете и помимо своего желания. Мне приходилось трижды за день карабкаться по пилону вантового моста, висеть на одной руке за ограждением стрелы башенного крана, обнаружить перетёртый страховочный пояс при съёмке военных учений с вертолёта, поймать блендой расплавленный металл, упасть на ходу с брони танка – ни царапины, тьфу три раза. Но вот однажды, оперевшись в поисках удачного ракурса на самый безобидный офисный стол, я по-голливудски эффектно обрушил его вместе с техникой, документами и бутербродами на радость всему офису. Жертв не было, разрушения были. Техника выжила; фотограф хромал, но по-прежнему улыбался, и ничто не может так верно растопить сердце женщины, как нуждающийся в лёгкой медицинской помощи и сочувствии мужчина. Надо ли говорить, что «расшевеливать» публику никакой нужды уже не было – глаза сотрудников столь неподдельно блестели, как будто всему коллективу подарили оплачиваемый полугодовой отпуск на Гавайях.

Когда закончите съёмку, продемонстрируйте заказчику снимки на дисплее камеры – вы вполне можете забыть о чём-то важном, что обязательно следует показать. Спросите совета сами, людям нравится, когда интересуются их мнением. Недостающие сюжеты можно доснять тут же, а заодно и «переиграть» показавшиеся не очень удачными жанровые сценки.

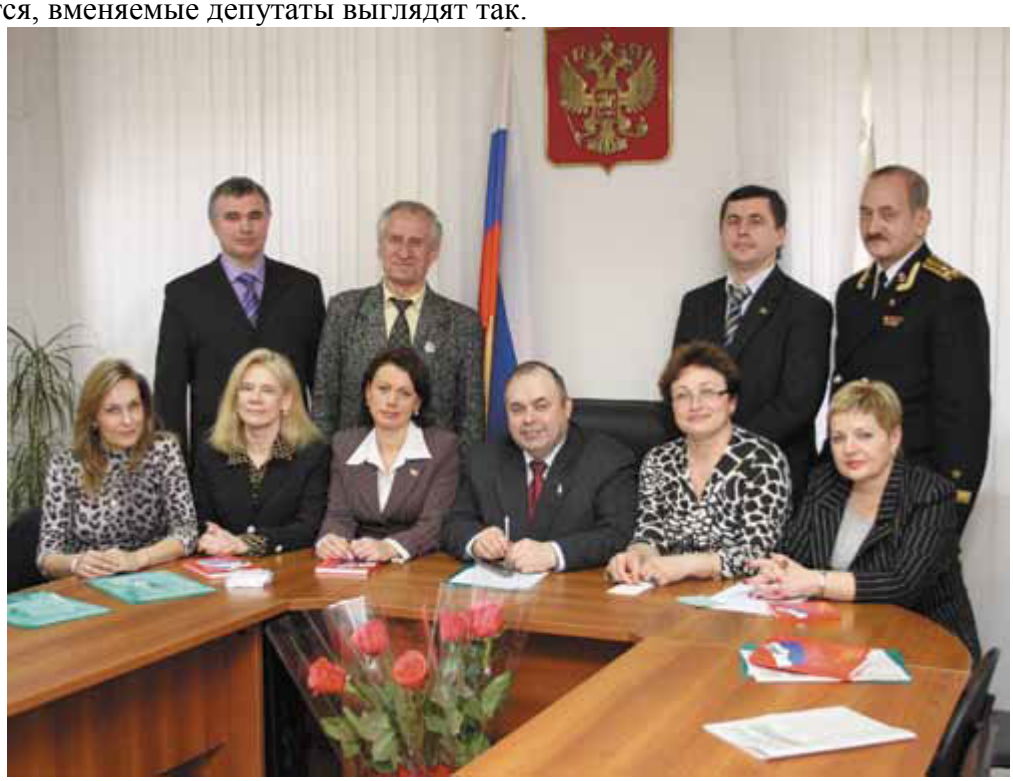
Творческий подход – совершенно необходимая составляющая мастерства фотографа. Как хороший писатель в своей фантазии не ограничен временем и местом – все времена и страны доступны ему, так и для фотографа нет и не может быть никаких ограничений – в самом скучном офисе он должен уметь снять увлекательную историю о чём угодно.

Основная идея, которая должна красной нитью проходить через всю съёмку: офис – целый мир, коллектив единомышленников, занятых важным и интересным делом.

Даже герой Василия Ливанова ни за что не догадается, что делают люди на этом снимке. Выбирают председателя месткома? Учатся танцевать фрейлехс? Собираются прихлопнуть муху? Не угадали – это депутаты муниципального совета. Как вы думаете, глядя на такую фотографию на сайте округа, хоть один здравомыслящий человек решится за

них вторично проголосовать?

Думается, вменяемые депутаты выглядят так.



Глава 19
Фотосъёмка для корпоративной доски почёта

Про фотосъёмку на доску почёта следует рассказать отдельно. Задача эта для профессионального фотографа нередкая, но аксакалов, знатоков позабытого ремесла осталось мало. Здесь, как и в любом другом жанре, есть свои особенности: умение работать с людьми, понимание корпоративной этики, знание правил и законов оформления стенда, навыки съёмки с фонами и многое другое.

Доска почёта, всегда считавшаяся эффективным методом поощрения сотрудников, и сегодня является важным элементом корпоративной культуры. Требования к оформлению высоки – расположены доски почёта на самых видных местах, всегда открыты взорам сотрудников, руководства и посетителей компании. Как показала практика, наиболее эффектно смотрится конструкция с цветными фотографиями формата 20х30 см. Возможно использование и других форматов, в зависимости от габаритов стенда, количества портретов, наличия символики и пояснительных текстов. Обновляется доска почёта, как правило,

ежегодно.

Основная сложность (предположим, что общаться с портретируемыми вы умеете хорошо, и хмурые лица не будут напоминать состав Политбюро ЦК КПСС последних созывов) состоит в том, что условия вам могут достаться непредсказуемые. Когда заказчик делал ремонт, он почему-то не предусмотрел среди многочисленных переговорных, приёмных и прочих серверных оборудованную фотостудию. Ничего страшного – на доску почёта снимают только лица, иногда «под узел галстука», и просторное помещение нам не потребуется, возможности отойти на четыре-пять метров будет достаточно. Мне нравится комбинировать свет из окна с направленной в потолок накамерной вспышкой – светотеневой рисунок моделируется изменением отношений имеющегося освещения и рассеянного от потолка света вспышки. Не вздумайте «лупить» вспышкой в лоб – рисунок станет «плоским», тени в вертикальном положении камеры будут прекрасно видны – так снять заказчик и своей «мыльницей» может, без всяких фотографов. Перед съёмкой обязательно проверьте результат, особое внимание уделяя теням под глазами и подбородком. При грамотном использовании естественного освещения офиса и направленной вверх вспышки практически всегда можно получить достойные по качеству портреты. Угол поворота вспышки подбирается экспериментально, в самом крайнем случае для подсветки теней можно использовать расположенный снизу отражатель или просто крупный лист белой бумаги.

Та же бумага пригодится нам и в качестве фона. Мне удобно работать с бумагой для офсетной печати в рулонах шириной 84 см (можно больше). Купить её можно в типографиях, непригодные для печати книг остатки на втулках вам с удовольствием продадут или просто подарят. Бумагу меньшей ширины использовать нежелательно – одной полосы не хватит, а стыки будут видны на фотографиях. Белый фон (без отдельной фоновой подсветки он получится на 10–25 % серым) смотрится нейтрально и хорошо сочетается с любым цветовым решением будущего или уже имеющегося стенда.

Задача немного усложняется, если корпоративный стиль и прочие брендбуки чётко предписывают использование определённых цветов. И если ряд цветов (серые, светло-голубоватые) нам погоду не испортят, то некоторые особо ядовитые цвета фона портрета смотрятся достаточно дико, а заодно дают противные рефлексы на коже. Представьте себе портреты сотрудников основных сотовых компаний – ребята из МегаФона будут красоваться на зелёно-сиреневом фоне, эмтээсовцы затеряются среди красных тряпок, а сотрудники Билайна станут напоминать пчёлок. В таком случае фотограф должен предложить разумный компромисс – снимать всё-таки на белом, а корпоративные цвета, раз уж они так дороги сердцу руководства, использовать уже в цветовом решении при создании самой доски.

Из объективов на такую съёмку следует брать портретник с фокусным рассто янием от 85 до 125 мм, он будет основным. Не поленитесь взять и остальные «стёкла» – вас вполне могут попросить снять групповой портрет, а также руководство на рабочем месте. Не забудьте дополнительные заряженные аккумуляторы как для камеры, так и для вспышки – съёмка на доску почёта обычно длится долго, порой целый день.

Делайте много дублей – кто-то неизбежно моргнёт, кто-то переборщит с серьёзностью, девушки из отдела продаж будут заразительно смеяться, и утром в понедельник начнут жалеть, что не сделали чуть более серьёзное лицо. В конце работы показывайте снимки каждому, категорически не понравившиеся удаляйте сразу. К каждому портретируемому ищите индивидуальный подход – любого из них оторвали от какого-то дела, каждый думает о своих проблемах, а снимать всё-таки надо. Им на доске почёта красоваться, как минимум, год, радуя сотрудников компании и многочисленных посетителей.

Очень не маленький процент людей считают себя нефотогеничными. Эта тема безгранична, как океан, спорить можно долго и жарко. Докажите своей работой обратное – на фотографиях сотрудники должны получиться сплошь принцессами и чудо-богатырями, на радость себе и к зависти конкурентов. Далеко не каждый бухгалтер – двадцатилетняя королева красоты, и сварщик-пенсионер из ремонтно-эксплуатационного цеха уже не так свеж, как в 1969-м. Но задача превратить всех в юнцов перед вами не стоит – просто сделайте красиво. Психология наблюдателя в первом приближении несложна: на лице улыбающегося человека не ищут морщинки и мешки под глазами – улыбка подкупает сразу, настраивая на симпатию. Это не значит, что все должны скалиться, как участники передачи «Аншлаг» во главе с Петросяном (не тем, который фотограф, а юмористом-старожилом) и Региной Дубовицкой, отнюдь, – неискренность чувствуется сразу, будет только хуже. Но доброжелательный и приветливый взгляд, полуулыбка, ироничный прищур мне видятся беспроигрышным решением в большинстве случаев.

Если печатать фотографии предстоит тоже вам, отнеситесь к этому этапу работ с максимальной серьёзностью. Выбирайте проверенные лаборатории, забыв об экономии, – затраты на печать в несколько тысяч рублей для предприятия погоды не сделают, а просроченные химикаты и слишком низко растущие руки операторов дешёвого минилаба сведут на нет все ваши старания при съёмке. В случае с портретами крайне важно бережно относиться к цвету – сиреневый оттенок кожи не понравится никому. Точной, адекватной передачи цвета можно ждать только от серьёзных лабораторий, даже в крупных городах их немного. Не следует печатать фотографии для доски почёта на цветном принтере, даже самом качественном – такие отпечатки выцветают довольно быстро, и год на свету они могут не прожить; в плане стойкости к выцветанию пока не придумано никакой альтернативы химической печати на фотобумаге. И само собой, съёмка должна производиться в RAW-формате, с предварительной калибровкой по белому листу.

Творчества в такой работе, признают многие мои коллеги, немного. Отчасти соглашаясь с ними, замечу – вас позвали как профессионала, которому можно доверить самое ценное – себя, любимого. Фотограф, как утверждается в старом анекдоте, гораздо опаснее любого каратиста – он человека может изуродовать одним пальцем. Рутина же есть в любой профессии, но и тут всё зависит от вас – превратите всё в увлекательную игру, маленький праздник. Отнеситесь к заказу ответственно, уважайте людей, грамотно используйте технику и освещение. И тогда довольные клиенты с удовольствием будут рекомендовать вас своим коллегам, уверенно обеспечивая дальнейшими заказами.

Глава 20
Фотосъёмка интервью

Для иллюстрации интервью профессионального фотографа приглашают издатели журналов, газет и сетевых СМИ. Иногда организаторами фотосъёмки выступают PR-отделы компаний, заинтересованных в представлении своих руководителей в выгодном свете. Съёмка интервью – специфическая задача, требующая от фотографа умения работать с людьми, располагать к себе, знать тонкости как постановочной, так и репортажной съёмки. Фотографии должны не только соответствовать художественному вкусу самого фотографа и его заказчика, но и верно соотноситься с текстовыми материалами, которые готовит журналист.

Немаловажно уметь работать в сложных условиях, далёких от идеальных условий фотостудии – интервью зачастую проводятся в офисах, на производстве, в гримёрке театра. Опыт, обаяние, желание экспериментировать – не единственные, но непременные требования к фотографу-профессионалу, которому доверили иллюстрацию интервью.

Кто чаще других попадает в объектив фотографа? Это актёры театра и кино, чиновники городского и федерального уровня, представители бизнес-структур.

Редакторы печатных СМИ менее предсказуемы – вас могут отправить фотографировать космонавта, сварщика, доярку, учёного с мировым именем, бригадира молдавских гастарбайтеров – кого угодно.

Фотосъёмка для интервью потребует от вас чёткого взаимодействия с пишущим статью журналистом, от его рекомендаций и отталкивайтесь. Конечно, вам лучше знать, как фотографировать, но вы должны иметь чёткое представление о будущей статье, чтобы верно расставить акценты, задать настроение, проявить нужные черты характера и не заострять внимание на тех, которые могут отвлекать.

Найдите контакт с вашим героем. Вас не должны пугаться, перед вами не должны позировать. Конечно, после интервью вполне уместно попросить уделить вам десять минут, чтобы поснимать портреты. Но основная работа происходит именно во время беседы с журналистом, в эти моменты интервьюируемый забывает про камеру – рассказывает, жестикулирует, на его лице отражается полная гамма эмоций.

Не следует пускать корни в кресло – двигайтесь, перемещайтесь, ищите наиболее выгодные точки съёмки. Эффектные картинки можно снять отовсюду – из-за спины журналиста, от окна, из входной двери, иногда даже сверху. Комбинируйте общие планы помещения с крупными планами – иногда необходимо охватить всю театральную гримуборную, порой выигрышно выглядят лишь глаза, а всё остальное будет отвлекать. Не бойтесь экспериментировать, не экономьте на кадрах – среди двух сотен фотографий вам будет намного проще выбрать нужные для статьи три картинки, чем всего из десяти.

Перед публикацией постарайтесь показать уже свёрстанный материал вашему герою. Согласование материалов вроде бы необязательно с точки зрения законодательства, но уже давно стало признаком хорошего тона в приличных изданиях. Если картинки не понравятся, даже в случае абсолютно гениального текста представителям вашего журнала в следующий раз молча укажут на дверь. Уважайте людей – в работе профессионального фотографа эта «мелочь» всегда значила очень много.

Глава 21
Изготовление виртуальных 3D-панорам

Крутится, вертится шар голубой…

Прогресс на месте не стоит, и пытливые умы Эдисонов от фотографии постоянно выдумывают что-то новое. В данном случае мы имеем дело не с фотографией в чистом виде – виртуальные панорамы представляют собой синтез фото и новейших компьютерных методик. Технология позволяет показать весь объём пространства вокруг наблюдателя с недостижимой ранее реалистичностью, что не может не радовать фотографов и их заказчиков.

Виртуальная панорама (в случае, когда кроме обзора по кругу обеспечивается также полный обзор по высоте, от зенита до надира, её можно назвать сферической, или 3Б-панорамой) имитирует реальное посещение объекта, создаёт эффект присутствия, позволяет рассмотреть всё вокруг себя под любым углом. Фактически, сегодня это единственный способ показать всё пространство на плоскости монитора, просто «повертев» картинку мышкой.

Как же сделать подобное чудо? Основной сложностью визуализации в презентациях и рекламе была невозможность представить объём помещения на плоскости монитора. Восемь лет назад немецкий профессор Хельмут Дерш создал математическую модель представления сферы на плоскости с учетом геометрии объективов, яркостных перепадов и кучи прочих важных мелочей. Заметим, что доброе дело редко остаётся безнаказанным, и против совершенно бесплатно поделившегося наработками с общественностью профессора жадная до денег компания IPIX начала судебное преследование, аргументируя свои действия тем, что широкий жест математика попирает их права и заставляет терпеть материальные убытки. Профессор поступил по-немецки – сайт на время прикрыл, но тысячи копий его программного пакета уже успели расползтись по закоулкам виртуального пространства, как тараканы.

Автор во всеоружии (для изготовления ЭР-панорам нужен не только устойчивый штатив с уровнем, но и специальная головка для панорамной съёмки) во время съёмки сфер по заказу медицинского центра. Операция вполне реальная, и соблюдение жёстких условий стерильности – не пустая формальность.

Сегодня технология выглядит сплавом классической фотографии с компьютерным шаманством. На первом этапе производится съёмка камерой со специальным сверхширокоугольным объективом, установленной на особой штативной головке для панорамной съёмки, позволяющей вращать камеру с большой точностью вокруг нодальной точки. Термин не совсем корректен, но используется из-за отсутствия в русском адекватного аналога английскому «no-parallax point». Объектив используется, как правило, без исправленной дистории (так называемый «рыбий глаз», или fisheye), поскольку в процессе как минимум двух преобразований картинки от характерных искажений не останется и следа. Отдельными кадрами снимаются зенит и надир. Без панорамной головки не обойтись, а прецизионная точность её изготовления и настройки необходимы для исключения проявлений параллакса на соседних кадрах, что является обязательным условием для последующего монтажа. При панорамной съёмке в небольших помещениях все элементы конструкции головки требуется устанавливать с миллиметровой точностью!

Далее производится «сшивка» панорамы. Кадры сферы программно преобразуются в эквидистантную проекцию. Затем получившееся изображение превращают в изображения шести граней куба, попутно обрабатывая артефакты совмещения в графическом редакторе. На последнем этапе панорама приобретает готовый для использования вид – флеш-ролик или файл формата quicktime. Такую виртуальную панораму без труда «понимают» компьютеры.

Выбор стандарта зависит от требований заказчика, обусловленных структурой и идеологией сайта, на котором будут жить панорамы, а также личных предпочтений. Основное достоинство технологии Flash – универсальность. Для просмотра виртуальной сферической панорамы не требуется устанавливать никаких плагинов, 99 % посетителей ресурса без всяких дополнительных кликов мышкой увидят вашу панораму – flash есть почти у всех. Её предельно просто разместить на разрабатываемом или уже существующем сайте, в корпоративном блоге. Технология Quicktime даёт дополнительные преимущества при просмотре. В числе плюсов – более плавное вращение, полноэкранное представление, всплывающее меню и ещё несколько «вкусностей». Работа с этой версией 3Б-панорам несложна – надо установить плагин quicktime, а ещё лучше – более перспективный DevalVR. Размер инсталлятора небольшой, у рядового посетителя на всю процедуру установки плагина уходит максимум 15–20 секунд.

Основное применение трёхмерные панорамы находят при оформлении представительских и корпоративных сайтов, для презентаций музейных экспозиций и дворцовых интерьеров, на выставках, конференциях, встречах с заказчиками, инвесторами, прессой. Выгодное отличие от фотографий и видео – интерактивность. Наблюдатель может полностью погрузиться в виртуальный мир, управлять изображением на экране – приближать и удалять «камеру», менять направление и угол обзора. Несколько виртуальных панорам могут быть объединены в виртуальный тур.

Сайты и презентационные материалы строительных компаний и коттеджных посёлков,

промышленных предприятий, торговых и бизнес-центров, отелей, банков – именно тот случай, когда применение трёхмерных панорам уместно и оправданно.

Стоимость съёмки и изготовления виртуальной панорамы составляет в среднем 2–3 тыс. руб., в зависимости от сложности и количества (лето 2010 г., Санкт-Петербург). Но и работа предстоит непростая – даже снятые при помощи стабильного штатива и настроенной под конкретную связку «камера – объектив» головки панорамы редко «складываются» идеально, очень часто необходимо активное вмешательство фотографа. Такие этапы процедуры изготовления, как выбор контрольных точек, оптимизация проекта и работа с артефактами, доверить машине пока не получается. При просчёте эффективности не забудьте о стоимости оборудования – как минимум, придётся купить приличный «фишай» (около 20 000 руб.); примерно в ту же цену обойдётся панорамная головка.

Вероятно, не стоит питать иллюзий относительно будущего успеха продвижения виртуальных панорам как конечного продукта. В Москве и Санкт-Петербурге есть несколько специализированных студий, и мне доподлинно известно, что дела там – не фонтан. Но в беседе с уже «поспевшим» заказчиком заодно предлагать услуги по их изготовлению – идея неплохая.

> Фотосъёмка виртуальных панорам, если к делу подходить серьёзно, требует штатива – а он, в паре с панорамной головкой, довольно весом. Фотографы – народ ленивый, но изобретательный; разумной альтернативой при съёмке сфер на улице может служить закреплённый на объективе в районе нодальной точки отвес с грузиком, который позиционируют по установленной на земле метке. Со стороны, для непосвящённых, эта гимнастика выглядит, надо признаться, довольно странно, особенно момент съёмки надира: фотограф делает «ласточку» – стоя на одной ноге, вытягивает камеру максимально далеко вперёд, пытаясь поймать эталонную метку.
>
> При попытке сфотографировать панораму у Спасо-Преображенского собора я заметил непонятные телодвижения одной из прихожанок – вроде бы адекватная с виду бабушка с точностью повторяла все мои движения. Работающего десять лет в пятимиллионном городе фотографа, безусловно, сложно чем-то удивить. Но бабушка упорно повторяла все мои наклоны и повороты с точностью пловца-синхрониста в финале чемпионата мира. Спустя десять минут, на выходе из ворот храма, ко мне подошла удивительная бабушка и спросила, как правильно называется этот обряд. Объяснения про ЭЭ-визуализацию и прочие параллаксы она явно не поняла, зато попросила не кощунствовать – лучшая подруга рассказала ей по секрету, что вместо метки на земле должен лежать чёрный хлеб! А в остальном, сказала она, всё правильно.
>
> Панорама, несмотря на грубые нарушения технологии съёмки, всё-таки получилась.

Посмотреть примеры практического применения новой технологии можно у меня на сайте www.nevaphoto.com (раздел «Сферические 3D-панорамы»).

Глава 22
Работа с фотобанками. Продажа иллюстраций из архива

После нескольких лет работы фотографом у вас образуется внушительный архив фотографий совершенно различной тематики – репортажные картинки с мероприятий, фотографии из поездок за рубеж и с загородных прогулок, виды города. Так почему не сделать на этом добре хоть какие-нибудь деньги?

Библиотеки изображений, предлагаемых для продажи, получили название фотобанков. Это своего рода посредники между «производителями», то есть фотографами, и потребителями – печатными и сетевыми СМИ, книжными издательствами, рекламными агентствами и дизайнерскими студиями. Штука удобная – в одном месте заказчик может найти и выбрать иллюстрации практически любой тематики.

Соблазн купить готовый клипарт, библиотеку изображений в ближайшем подземном переходе или стащить картинку в Интернете велик. Однако всё больше редакций журналов и газет склоняются к цивилизованным формам сотрудничества с фотобанками. Причин несколько, и они весомы. Автор фотографии, увидев своё произведение напечатанным без его ведома, постарается испортить нервы воришкам, и будет совершенно прав. Более того, накажет материально, прецеденты были. Использование бильд-редакторами отечественных образов позволит избежать неприятных казусов, когда полицейские на дорогах темнокожие, дорожная разметка жёлтая, автобусы почему-то двухэтажные. Читатель – он заметит, не сомневайтесь. Экономить на визуальном ряде не рекомендуется никому. Так или иначе, фотобанки сегодня если и не процветают, подобно международным строительным корпорациям, то исчезать с рынка не собираются – напротив, появляются всё новые и новые.

Тому, как реализовать свои фотографии через подобные «биржи», в Интернете посвящены сотни довольно толковых статей. Если по-простому, то необходимо заключить договор, а затем загружать на сайт фотобанка картинки. Возьмут не любые, и критерии отбора высоки – безупречное техническое качество, достаточное разрешение, осмысленность сюжета. Есть и специфические требования – например, полное отсутствие в кадре любых логотипов и зарегистрированных торговых марок. Разумеется, перед тем, как фотографии попадут «на прилавок», их одобрит (или отклонит, как повезёт) модератор. Время придётся потратить и на подпись ваших шедевров – нужно дать краткое описание изображённого,

ключевые слова, по которым конечный потребитель сможет найти ваши фотографии среди сотен тысяч творений ваших коллег.

По мере реализации фотографий на вашем виртуальном счёте образуется сумма; при достижении определённого порога её можно превратить в живые деньги.

Комиссия посредниками берётся разная, обычно 40–60 %, про цены говорить бессмысленно – они зависят от фотобанка, от формы использования (исключительное или неисключительное право), от разрешения самой фотографии и ещё множества вводных. Есть и отдельное направление – так называемые «микростоки», реализующие картинки по смешным ценам, зато в очень приличных количествах.

Рекомендовать конкретные фотобанки сложно, я бы предпочёл наступать сразу по всем фронтам – так больше шансов продать. Из громких имён вспоминаются Shutterstock, Fotolia,

iStockphoto, Stockxpert, среди российских – «Лори» и Findfoto.

Желающим попробовать свои силы в этом направлении фотобизнеса с удовольствием помогут. Дело в том, что большинством фотобанков предусмотрены специальные реферальные программы, направленные на поиск новых фотографов уже участвующими в системе. Приведший вас за руку будет иметь копеечку и с ваших продаж – ну чем не MLM? Политика, на самом деле, мудрая – зарабатывающий деньги фотограф не отваживает конкурентов; наоборот, ему выгодно привести в систему новых участников. Собственно, ничто не мешает и вам через какое-то время навербовать себе армию рефералов – всего на свете вы всё равно не сфотографируете, а проценты с чужих продаж не будут лишними.

Хотите продавать фотографии самостоятельно – а пуркуа бы и не па? Позиционировать свой архив как самостоятельный фотобанк вряд ли разумно, конкурировать с любым из существующих коммерческих фотобанков не под силу ни одному фотографу. Но если у вас есть востребованный в перспективе эксклюзив, то попробовать найти покупателей можно.

Но вовсе не эксклюзив составляет основу оборота фотобанков. Наоборот, статистика вас удивит и даже может шокировать – удачные во всех отношениях фотографии, наполненные идеей и смыслом, не покупают совсем, зато бестолковые картинки рукопожатий, устремлённых ввысь строительных кранов, стопок монет, рук на калькуляторе и прочих дорожных пробок идут влёт.

Никакого парадокса здесь нет, надо лишь понять, кто является основными покупателями. Фотографии чаще всего не самоценны, их покупают не для украшения интерьера квартиры или офиса, их не повесят в музее (хотя как знать – не зарекайтесь) – львиная доля картинок приобретается для иллюстрации статей в печатных изданиях и использования в рекламных материалах. Для получения более полного представления купите несколько клипартов на дисках. Вот это и есть основной оборот фотобанков. Конечно же, отдельные чудаки вполне могут искать фотографию самца белой трясогузки, укреплений времён Финской войны или аверса солида эпохи Константина. Но на одну такую покупку приходится сотня более банальных иллюстраций – петербургских видов, развевающихся на ветру флагов и очередей на маршрутку. Вскоре вы почувствуете конъюнктуру рынка, продавать станет легче.

Эти три фотографии сняты в одном городе с разницей в час. Первая фотография успешно продаётся в России, остальные не вызывают ажиотажного спроса.

Очевидно, в самом Израиле была бы востребована вторая,

а в мусульманских странах СМИ покупали бы исключительно третью.

Когда продажа архивных фотографий станет отдельным направлением вашей деятельности, вам придётся всерьёз озаботиться вопросами сохранности коллекции. Ничто не вечно под луной, а уж в корпусе компьютера – тем более. Вирусы, скоропостижная кончина винчестера и прочий форс-мажор могут серьёзно ударить по кошельку. Мне представляется относительно надёжным вариантом иметь копии на DVD-дисках в двух экземплярах, причём болванки лучше брать разных производителей – какой-нибудь да и выживет. Для оперативности поиска весь архив также удобно держать и на жёстком диске рабочего компьютера. Разумеется, архивировать данные и дублировать информацию на болванки нужно не раз в пятилетку, а минимум еженедельно – особенно, если за неделю вы сфотографировали что-то интересное и (или) коммерчески востребованное. В наше время, когда стоимость хранения гигабайта информации составляет исчезающе малую величину, хранить можно вообще всё отснятое – кто знает, что и когда у вас попросят.

Старайтесь сразу же подписывать если не каждую фотографию, то хотя бы директории – название, дату съёмки. Когда за год скопится куча-мала, разобрать её, и тем более сразу найти требуемую иллюстрацию, будет просто нереально.

Авторское право, согласно определению, неотчуждаемо в принципе – авторство возникает в момент создания фотографии, когда вы нажали кнопку, и остаётся навсегда. А вот с имущественным правом ситуация сложнее. Не рискуя углубляться в юридические дебри, дам краткий совет: в любых спорных ситуациях советуйтесь с тем, для кого вы снимали – правилом хорошего тона считается спрашивать разрешение на публикацию. Если у вас просят фотографию заводского цеха (а вы как раз фотографировали местную фабрику для рекламного буклета), позвоните PR-менеджеру с вопросом, не возражает ли он. В подавляющем большинстве случаев вам охотно идут навстречу – печатайте на здоровье. Опять же, в очередной раз напомните о себе, что нелишне.

Умение продавать – особый талант. Говорят, это как музыкальный слух – кому-то дан от рождения, кто-то в поте лица и других частей тела развивает его постоянными упражнениями. Продавая иллюстрации, старайтесь руководствоваться здравым смыслом, ориентируясь на конкретного покупателя. Фотографии Коломны будут периодически востребованы местными районными и муниципальными изданиями, а самые талантливые фотографии Парка Победы им же, образно выражаясь, ни на что не упали – вы просто ошиблись адресом.

Разумеется, географическая привязка – основной фактор, о чём бы ни писалось в самой статье. Фотографию с этой страницы приобрёл израильский «Маарив», а постоянному покупателю петербургских видов с разведёнными мостами – журналу «Мир экскурсий» – панорама тель-авивского променада и даром не нужна.

Фотографии расположены в порядке убывания спроса – первая продана много раз, вторую покупают реже, третью пожелали лишь единожды. Объяснение простое – про армию пишут реже, чем о науке, зато про стройку, особенно в связи с кризисом, не писал лишь ленивый.

Всё просто? Да. Но чтобы жизнь не казалась малиной, я расскажу вам историю моего знакомого, иногда приторговывающего картинками из собственного архива. Редактор районной газеты раз в пару недель звонил ему с просьбой подобрать иллюстрации к статьям. Газету делать – это же вечный форс-мажор, дедлайны, истерики молоденьких журналисток и скупые редакторские слёзы в ночи – то штатный фотокор батарейку не зарядил, то просто руки низко растут, да и вообще – где ты в январе ландыш сфотографируешь, а в мае – снежную бабу? Кстати, о бабах.

Так или иначе, к дню Святого Валентина захотел редактор чего-то возвышенного, как сама любовь. Приятель мой, не чуждый здорового цинизма, предложил накачать с порносайтов пару гигабайт любви плотской и не мучиться, но редактор, ханжа такой, приказал отставить шутки и предпочёл любовь, для начала, платоническую. Ищи, говорит, а то сам с нашей бухгалтершей Вероникой Матвеевной фотографироваться будешь, пока ещё на пенсию не ушла. Ну, делать нечего – редакция сказала «надо», фотокор ответил «есть». Искать долго не пришлось. Питер – город красивый, и красивое у нас всё: улицы, дома, мосты, люди. Замечательная фотография целующейся парочки на Английской набережной понравилась редакционному совету сразу и безоговорочно.

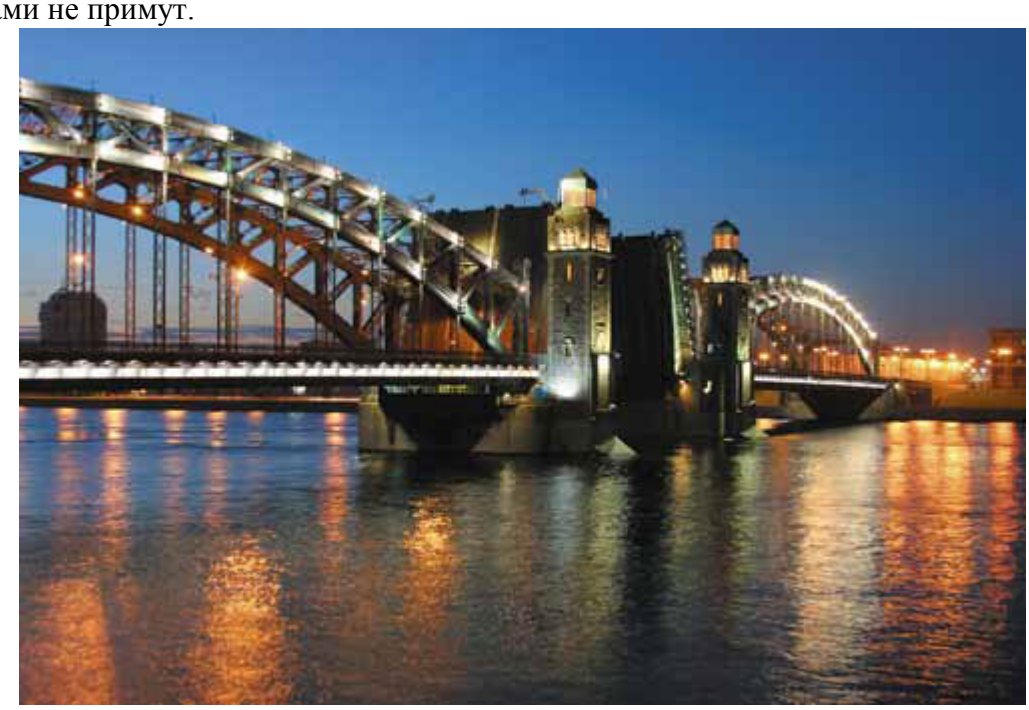
Но… «Лох – это судьба», – не устаю повторять я слова моей давней подруги по любому поводу, а повод случился, что ни говори, знатный. На первой полосе районной газеты, под пафосными словами о любви красовались наши целующиеся голубки. И всё бы хорошо, но Ромео оказался. сыном главы соседнего района, причём Джульеттой – очередная любовница. Никогда ещё Штирлиц не был так близок к провалу. Редактор запивал валокордин Араратом, пугая фотокора и своих сотрудников хриплыми обещаниями любви мужской, насильной, совсем противоестественной. Попытка отыграться на бильде успеха не имела, да и откуда мальчику-практиканту знать девок местных районных бонз? Хоть сам бегай, газеты из почтовых ящиков спицей вытаскивай.

Закончилось всё, как ни странно, хорошо – то есть никак. То ли газету вообще никто не читает, то ли звонить с претензиями наш герой-любовник справедливо посчитал решением проигрышным – жена не увидела, да и ладно. В общем, улеглось всё, любимый город может спать спокойно, и видеть сны, и зеленеть среди весны.

За рюмкой чая в той же редакции мы попытались просчитать вероятность такого попадания в пятимиллионном городе – математик подобные величины назвал бы мнимыми. Однако газета – вот она, в подшивке торчит. Бывает.

Страшно? Да бросьте вы. Если это – страшно, как бы вы сапёром служили? А бывают ситуации ещё смешнее, по собственному опыту знаю. Напечатал однажды ко Дню учителя в газете картинку этого самого учителя. Колоритный немолодой дядька с выразительным взглядом писал на доске формулы – я привёз эту фотографию из одной областной гимназии. Но редактор, командуя сразу несколькими изданиями, иллюстрировал ею статью о безработице среди педагогического состава. Сам учитель лишь благодушно пожал плечами, зато директриса гимназии позвонила и устроила разнос килотонн на двадцать сразу в двух редакциях – и тем, для кого снимал, и тем, кто напечатал. Спустя год на правительственном конкурсе именно за эту фотографию я получил призовое место и почётную грамоту.

Конечно, можно фотографировать бабочек и цветы, ежедневно отсылая карточки по фотобанкам и редакциям, но шансов разбогатеть у вас немного – пишут в журналах обычно не про бабочек, и иллюстрации нужны соответствующие: люди за работой, прохожие, улицы и дворы, социальная тематика. В общем, решать вам, но тысячи ваших коллег работают и продают картинки, не особо заморачиваясь возможными осложнениями, – работа есть работа, и она у вас далеко не самая проблемная и опасная. Не разбрасывайтесь фотографиями людей известных, публичных – бизнесмены и политики за своей репутацией пытаются следить. Чаще спрашивайте совета, разрешения на публикацию, а известные фотобанки любые изображения людей без подписанного и отправленного по почте релиза модели и сами не примут.



Есть вопросы у матросов? Вопросов, разумеется, со временем образуется куча. Решение простое – ищите фотографа, имеющего опыт общения с фотобанками, открытым текстом озвучьте желание стать рефералом. Вам расскажут всё – как и что фотографировать, чтобы покупали, технические требования, механизм загрузки картинок на сайт фотобанка и хитрые алгоритмы получения денег. А уж на что деньги потратить, вы легко сообразите и без чужих советов.

Глава 23
Перспективы дальнейшего развития

Не тужи, дорогой, и не ахай.
Жизнь держи, как коня за узду.
Приписывается Есенину

Нет человека, который не хотел бы заглянуть в будущее, и размышления о перспективах вполне свойственны любому. С уверенностью можно сказать лишь одно – перспективы у вас имеются, и самые радужные. Профессиональное мастерство, навыки эффективного общения с заказчиками и умение продать свою услугу – необходимый минимум, без которого рассчитывать на успех фотографу-фрилансеру не приходится. Будущее, безусловно, есть – при условии, что раньше вы не помрёте с голоду.

Если вы оптимист, если стакан для вас всегда наполовину полон, а весна ассоциируется с капелью, короткими юбками и молодой листвой, а не с собачьими какашками и вечным насморком, если вы идёте по жизни с жизнерадостным оскалом, относясь к ней же с юмором, умеете быть благодарными судьбе за синяки и шишки, – вы добьётесь успеха во всём, чем бы вы ни занимались. Унылый плакса даже доставшиеся от предков миллионы потратит быстро и бездарно, чтобы всю оставшуюся жизнь жаловаться на несправедливую судьбу-злодейку.

Конечно же, есть и небольшой элемент случайности – ваш мини-бизнес наиболее уязвим в первые месяцы и годы, за это время нужно успеть выйти на определённый стабильный уровень в плане обеспеченности заказами. Вы ходили на курсы и покупали оборудование в относительно безоблачный период, а спустя полгода грянул очередной экономический кризис, и адекватные в прошлом заказчики резко стали прижимистыми. Но вообще, знаете ли, может и метеорит прилететь, и никакой Брюс Уиллис нас не спасёт. «Делай как надо, и будь что будет», – повторяли викинги фразу короля, бесконечно верную.

Принято считать, что новичок может потерпеть неудачу оттого, что переоценивает свои силы. Мои собственные наблюдения однозначно указывают на то, что силы мы оцениваем как раз верно – их у нас вагон и маленькая тележка. Вот что мы действительно недооцениваем, так это сложности, которые встречаются на пути к цели. Особо сомневающимся можно посоветовать не бросаться в новое дело с головой, сохранив часть яиц в других корзинках (совет относится не только к мужчинам). Кому-то просто нечего терять, а некоторым надо кормить четверых детей, которых мало волнуют коммерческие способности папы. Если вариант совмещения покажется вам приемлемым – пробуйте, расскажете.

Книжки по маркетингу – фантастически увлекательное чтиво, Брэдбери с Шекли нервно дымят в уголке, прикуривая у Пелевина. Если вам доведётся подружиться с толковым, увлечённым своей работой маркетологом, он вам расскажет, что спрос на услуги можно не только искать, но и стимулировать: под лежачую селёдку водка не течёт – цинично сформулировал суть экономической парадигмы русский народ. Придумывайте новые практические применения фотографии, развивайте перспективные технологии, ищите

отличия от конкурентов, находите способы донести информацию о вас до потенциальных заказчиков.

Консолидируйтесь с коллегами, развивайте смежные направления – вёрстку, графический дизайн, полиграфию. Продать комплекс услуг проще, приятнее и выгоднее, чем отдельную составляющую – так, готовая колбаса реализуется намного успешнее, чем тмин, краситель Е124 и оболочка из белкозина по отдельности. Если же вы торгуете только мясом, оно должно быть безусловно качественным. Развивайтесь профессионально – в фотографии границ творческого роста практически нет.

Относитесь к новому делу легко, а к неудачам – философски. Я глубоко убеждён в том, что жизнь бесцеремонно берёт нас за шиворот и прикладывает лицом об стол исключительно для нашего же блага. Умение же извлекать выводы из ошибок пригодится в любом деле, если делать его качественно, на совесть. Я вижу смену профессии некой беспроигрышной лотереей – вернуться в постылый закуток чужого офиса можно, в общем-то, всегда, а в случае победы вы приобретёте любимую работу, в которой есть всё важное для творческого человека: перспективы дальнейшего роста, личностное развитие, общение с интересными людьми, и таки да – осмысленность своего существования, как бы пафосно ни звучал последний пункт.

Не научившись уходить по-английски, я хочу пожелать вам успеха в освоении азов и премудростей профессии, коммерческой эффективности в продвижении услуги, адекватных, но требовательных заказчиков и надёжных коллег. Последнее крайне важно – время одиночек прошло, вместе весело шагать по просторам, припев два раза. Делитесь наработками с общественностью, будьте в курсе происходящего. А если будут вопросы и предложения – «яндекс знает, где меня искать».

Удачи вам и вашим близким.

Рекомендуемая литература

Дыко Л. П. Беседы о фотомастерстве. М., 1977.

Фрост Л. Творческая фотография. М., 2005.

Фрост Л. Современная фотография. М., 2003.

Фельдман Я. Д., Курский Л. Д. Техника и технология фотосъёмки. М., 1981.

Розов Г. Как снимать. М., 2006.

Лапин А. Фотография как. М., 2009.

Кроуфорд М. Photoshop для профессиональных фотографов. М., 2010.

Рекомендуемые интернет-ресурсы

Сайт автора этой книги: http://nevaphoto.com/

Фотожурнал Д. Каткова «Хулиганствующий элементъ» – статьи о фотографии, каталог ресурсов, авторские галереи, коллекция ссылок: http://photo-element.ru/

Петербургский фоторепортер Александр Петросян, авторская страница в «Живом журнале»: http://petrosphotos.livejournal.com/

Фотографический портал «Клуб Фото. ру»: http://club.foto.ru/

Галерея работ продвинутых любителей «ФотоСайт»: http://photosight.ru

Зарубежные и российские фотобанки:

Fotolia: http://ru.fotolia.com/

Shutterstock: http://shutterstock.com/

Stockxpert: http://stockxpert.com/

iStockphoto: http://istockphoto.com

FindFoto: http://findfoto.ru/

Фотобанк «Лори»: http://lori.ru/

Благодарности

Помощнику командующего войсками ЛенВО по информации и общественным связям полковнику Клёнову Ю. Н.

Начальнику войск ПВО Ленинградского военного округа полковнику Лосюкову И. И.

Заместителю начальника управления по работе с личным составом ГУВД по Санкт-Петербургу и Ленинградской области полковнику милиции Трипутину С. Н.

Командиру авиаотряда специального назначения ГУВД по г. Санкт-Петербургу и Ленинградской области Пустовалову А. М.

Начальнику отдела по связям с общественностью ПГ «Фосфорит» (МХК «Еврохим») Ларькович Т. Б.

Заместителю главы МО Адмиралтейский округ, главному редактору газеты «Адмиралтейский вестник» Дмитриевой З. В.

Абрамову А. В. за любезно предоставленные фотографии автора книги за работой.

Заместителю главного редактора журнала писателей России «Невский альманах», ответственному секретарю правления Союза писателей «Многонациональный Петербург» Кокосову В. Н.

В книге использованы иллюстрации, созданные в процессе сотрудничества с компаниями, организациями и ведомствами.

- Служба информации и общественных связей Ленинградского военного округа
- Северо-Западное Управление внутренних дел на транспорте МВД РФ
- Управление кадров ГУВД по Санкт-Петербургу и Ленинградской области
- Инвестиционно-строительный холдинг «Петротрест»
- Строительная компания «КВС»
- АКАДЕМСЕРВИС Дома Мертенса
- Инвестиционно-строительный холдинг «Стройимпульс»
- ПГ «Фосфорит» (предприятие МХК «Еврохим»)
- Кронштадтский мясоперерабатывающий завод
- ЗАО «Строительное управление»
- ООО «Инфотекс»
- Компания «BalticTile»
- ООО «Винербергер Кирпич» (дочернее предприятие Wieberberger AG в России)
- ОАО «Морской торговый порт Усть-Луга»
- Группа компаний СМУ-303
- Страховая компания «Югория»
- Страховая компания «Согласие»
- Торговый дом «Менахем»
- ООО «Парма»
- ЗАО «АТП-100»
- ОАО «ПО Элтехника»
- ООО «Группа компаний «Хоссер»
- ООО «Аничков мост 2»
- Муниципальный совет МО «Нарвский округ»
- Институт специальной педагогики и психологии им. Рауля Валленберга
- Международная ассоциация геронтологии и гериатрии (программа ООН)
- Фестивальный центр
- Ресторан «Дежа Вю»
- Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет (ЛЭТИ)
- Многопрофильная клиника РАМИ
- Лабораторная служба «Хеликс».