

Авторский семинар Валерия Решетняка.
«Как стать рекламным фотографом»

Здравствуйте, уважаемые фотографы!

Я занимаюсь коммерческой (рекламной), в основном студийной, фотографией около 15 лет — с момента ее появления в нашей стране. До этого около 20-ти лет осознанно занимался документальной, жанровой, художественной фотографией в статусе любителя (смотрите биографию и сайт) и хотел стать фоторепортером. Следовательно, почти о всех областях фотографии знаю почти все и почти все умею. По этой причине (в данном случае - упрощенно) разделяю фотографов на две очень разные профессии:

- фоторепортеры-все фотографы, которые снимают со светом и ситуацией, которые Бог послал (собственно репортер, свадебный, модный, пейзаж, архитектура, спорт, животные и т.п.);
- рекламные фотографы-фотографы, снимающие со светом и ситуацией, которые сами создают с требованиями и на условиях, диктуемых другими людьми.

Большинство даже очень хороших и очень опытных фоторепортеров не представляют насколько профессия рекламного фотографа отличается от их профессии.

На данном семинаре я и предлагаю Вам на примерах своих рекламных съемок самым детальным образом ознакомиться со спецификой рекламной фотографии, начиная с того, как заказчик выбирает фотографа для конкретной работы до того, как он ее принимает.

Вы узнаете:

1. Как и кто определяет требования к аппаратуре, осветительному и прочему оборудованию студии и даже к файлам Вашего фотоаппарата.
2. На какой стадии рекламной кампании и по каким критериям различные заказчики выбирают фотографа, как выглядит задание(бриф) на фотосъемку и чем грозит его отсутствие.
3. Как происходит ценообразование, кто это делает, и как проводится тэндэр по выбору фотографа.
4. Авторские права в рекламной фотографии — кто за что несет ответственность и наказание. Среди прочего Вы сможете ознакомиться с текстами документов, которые подписываются между заказчиком и фотографом, заказчиком и моделью, фотографом и моделью.
5. Организация и проведение рекламных фотосъемок-кто и как это делает, когда и зачем нужны реквизиторы, постановщики, стилисты, визажисты, костюмеры, фуд-стилисты, кто их подбирает, как определить уровень их квалификации, кто несет ответственность за результат их работы и многое другое.
6. Чем, собственно, отличается профессия рекламного фотографа, что он должен знать, чем отличается его обучение, как, где и за сколько времени можно научиться.
7. Искусство или ремесло? Споры на эту тему бесконечны и бесплодны. Я детально, на конкретных примерах, разложу все по «полочкам» и Вы сами сделаете выводы.

Полученные на этом семинаре знания позволят Вам:

1. Правильно выбрать стратегию Вашего обучения и продвижения на рекламный рынок.
2. Очень сильно сократить время, необходимое для этого и сделать значительно меньше ошибок.
3. Недостаточно настойчивым позволит избавиться от сомнений и отказаться от затеи стать рекламным фотографом.

2 занятия по 2-2,5 часа или одно - 4 часа с перерывом.