

17.06.2010

Заработок на фотобанке, взгляд изнутри

Вот и вновь воскрес наш
«**Фоточетверг**», который никуда
и не пропадал, просто тоже

немного ушел в отпуск вместе с нами. Сегодня в эту рубрику к нам пришел необычный гость, это Ирина Терентьева, представитель одного из самых крупных наших фотобанков, **Лори**. О Лори у нас только самые теплые впечатления — сами мы там не зарабатывали, но тут все довольно просто, приятно ведь, что и у нас есть родные фотобанки, которые дают возможность честно заработать нашим фотографам. По фотобанкам написано много, но нам захотелось узнать не только то, что пишут о них пользователи, но и видение картины изнутри, чтобы получить понимание, что там и как, ведь чаще именно оттуда видны нюансы, которых не видно снаружи. Речь пойдет, естественно, о фотобанках, так что давайте предоставим слово Ирине.

Фотобанки и микростоки существуют, для того чтобы дизайнеры и рекламные менеджеры могли использовать авторские картинки в своем повседневном труде. Конечно, не было бы картинок, не будь тех, кто эти картинки создает. Как бы ни была извилиста дорога от фотографии к рекламному постеру, в конечном счете, именно благодаря фотографу постер получается не похожим на другие, и именно благодаря фотографу дизайнеры экономят свое время на создание того или иного шедевра дизайнерского искусства. Поэтому фотографы должны получать свою часть гонорара за свою творческую составляющую в рекламном деле.

Что же такое «фотобанк»? Кто отвечает за качество фотографий, представленных в нем? Как заработать на «фотобанке»? Обо всем об этом поговорим далее.

Редакторы фотобанков и критерии отбора

За качество фотографий, выставленных в «фотобанке», отвечают редакторы и решение выставлять фотографию на продажу или не выставлять, принимают они. Редакторы «фотобанка» — это специально обученные люди, которые ориентируются не на художественную ценность фотографии или ее значимость в мире искусства, и не на «нравится — не нравится», а отвечают строго всего только на один вопрос: можно ли это изображение продать или нельзя? В своем выборе редакторы «фотобанков», как правило, руководствуются стандартными общедоступными требованиями к фотографии (на Лори, к примеру, они изложены в довольно **лаконичной и общедоступной форме**). При этом, к разным сюжетам фотографий и требования предъявляются разные. Например, студийная съемка не

может быть с шумами или пересветом, а небольшой шум в репортажном снимке, наоборот, допустим.

Покупки и продажи

Самые популярные фотографии, работы которых наиболее часто покупают клиенты «фотобанков», всегда должны отслеживать конъюнктуру спроса: последние продажи, или анализировать все продажи в базе вообще. Необходимо также чаще откликаться на «Запросы клиентов» и снимать стабильно, присылая не менее 10 фото в неделю, а лучше даже больше.

Вот список самых продаваемых авторов крупнейшего российского «фотобанка» ЛОРИ, работы отсортированы по числу продаж:

1. Павел Лосевский
2. Татьяна Гладских
3. Наталья Лукиянова
4. Игорь Дмитриев
5. Татьяна Морозова

Если посмотреть первую страницу в каждом из портфолио, приведенных выше, то станет очевидным, что темы, которые продаются, могут быть самыми разными. Это даже постановочная съемка — преимущественно счастливая семья, бизнес, **эмоции**, какие-либо действия. Плохо продаются постановочные фотографии, когда модель просто стоит или портреты, в которых ярких эмоций не чувствуется.

К интересным темам относятся также **виды городов** России, начиная от Москвы — и до самых до окраин, а так как покупателей больше из Москвы, то окраины как раз скупаются гораздо лучше, нужны иллюстрации того, что нельзя снять по дороге на работу...

Неплохо продается **предметная съемка** — как добротная простая съемка предметов на белом фоне, так и сложная фотосъемка еды или натюрмортов.

Востребован **городской репортаж**: очередь в аптеку, бабушки, играющие в домино на скамейке в парке, мама с коляской... Надо просто внимательно смотреть по сторонам и не бояться снимать.

Покупают **красивые пейзажи**, спрос не так велик, как на «счастливую семью», но в сезон календарей пейзажи очень нужны. Снимая пейзажи, имеет смысл задумываться именно о календарях, и снимать, к примеру, 13 сюжетов разных

времен года и одной ориентации: либо все вертикальные, либо все горизонтальные. Подборка для календаря, снятая одним автором, выглядит более органично, чем сборная солянка работ разных авторов. Все вышеперечисленные жанры востребованы и нужны всегда, потому снимать и присылать их надо тоже постоянно.

При всем этом, необходимо учитывать также, что раз фотографий определенного жанра на фотостоке мало, это еще не значит, что, если именно недостающее прислать, то тут же начнут именно это и покупать. Например, во всех фотобанках очень много изображений на белом фоне, и в десятки раз меньше на черном. Сразу же возникает мысль: «Вот я сниму то же, но на черном фоне — и у меня будут покупать».

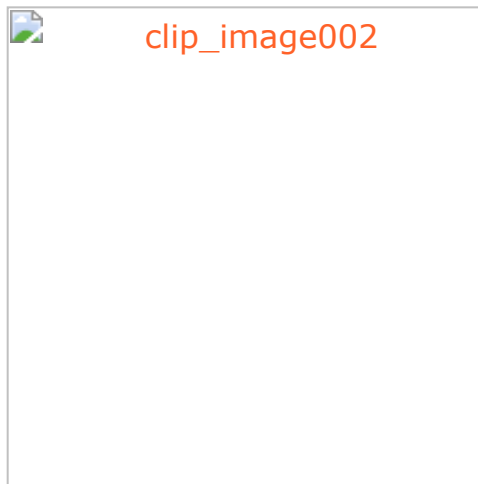
Не будут! Традиционно, в фотобанках покупают недорогие изображения для рекламы товаров повседневного и массового спроса, которые принято рекламировать на белом фоне и с людьми, выражающими яркие положительные эмоции. А объектами на черном фоне традиционно принято рекламировать товары класса премиум, и для этих товаров предпочитают заказывать съемку, а не покупать готовое изображение. Поэтому, если задача фотографа в фотобанке — зарабатывать, и присылать выгоднее то, что уже представлено в достаточно большом количестве и востребованность тематики подтверждена продажами.

Например, сюжеты с людьми можно повторять снова и снова — ведь покупают, как правило, одни и те же издания: там тематика номеров повторяется, а вот лица на иллюстрациях повторяться не должны ни в коем случае.

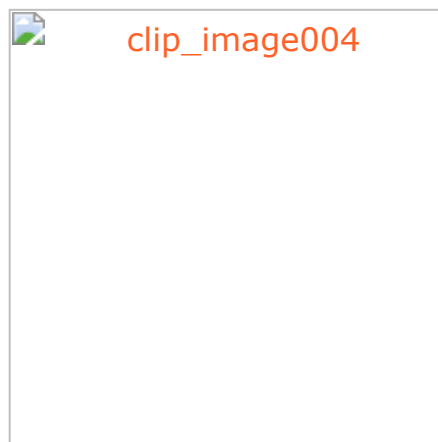
Фотобанк и отказать может

Помните, что не все то продается, что прислали в фотобанк. Вы можете легко получить отказ в приеме большинства работ просто по чисто техническим ограничениям. Вот примеры основных причин отказа от размещения в фотобанке:

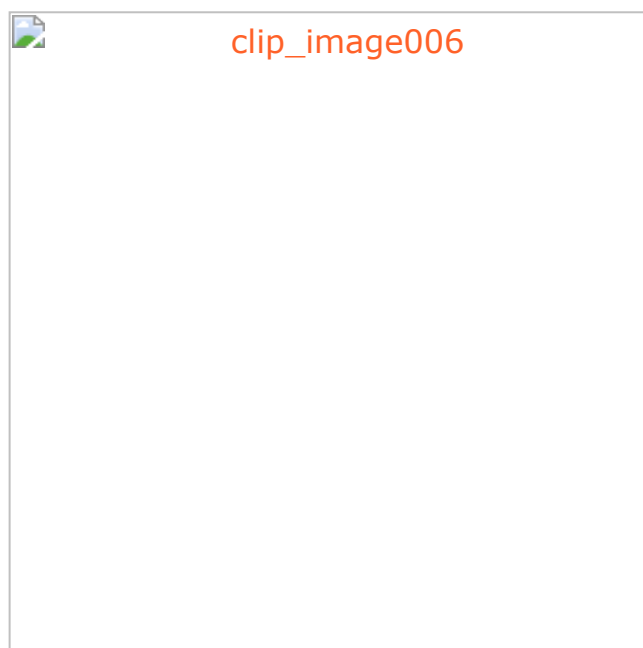
- Излишняя компьютерная обработка



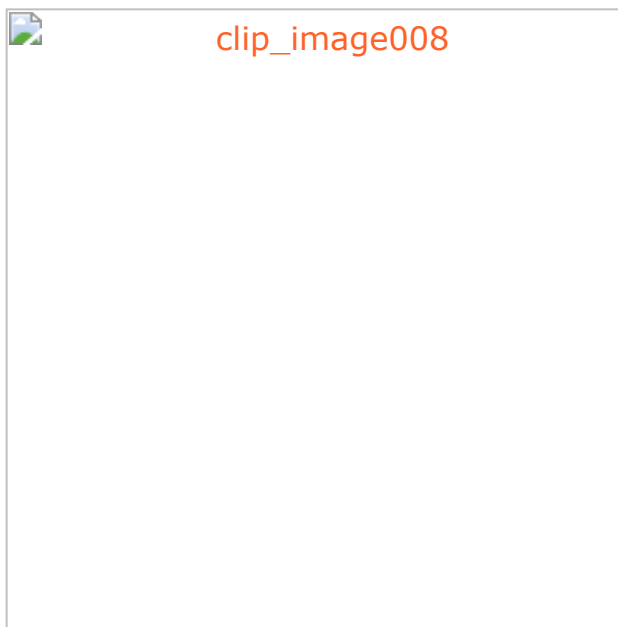
- Изображение менее 50% от размера фона



- Шум



- Недостаточная резкость на полном формате



А вообще, будьте оптимистичны и помните, что получается только у людей упорных, которые видят цель, к которой стремятся. Не получится несколько раз, научитесь на собственных уроках, и впоследствии все поправите.