

Фотография в рекламе

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Глухова Августина Геннадьевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: avgustinaglukhova@gmail.com

Реклама настолько плотно вошла в нашу жизнь, что представить современный мир без нее практически невозможно. Визуальные средства выражения, а особенно фотография, играют большую роль в создании рекламы. В последнее время на пике популярности находятся такие визуальные сервисы, как Inatagram (согласно данным нового исследования о пользователях Instagram в России, сервисом пользуются около 10% россиян, то есть 14,4 млн челлвек из всего населения в 146,5 млн), Pinterest (по данным агентства E-consultancy, Pinterest пользуются более 12 миллионов пользователей из США, а так же 200000 активных подписчиков в Великобритании) и другие сервисы, главным средством которых является фотография.

Instagram - это программа, в которой пользователи делятся своими фотографиями. Этой программой так же активно пользуются различные бренды и организации, регистрируясь и выкладывая фото. Pinterest - социальный интернет-сервис, позволяющий пользователям добавлять в режиме онлайн изображения и делиться ими с другими пользователями. Основная цель этой программы - поиск вдохновения в фотографии.

Существуют так же и другие интернет ресурсы, печатные издания, глянец, в которых важную роль играет фотография и ее подача. Фото это не просто красиво напечатанная картинка, это мощнейший инструмент рекламы. Довольно часто первое знакомство потенциального покупателя с товаром происходит именно по фотографии. Рекламное изображение демонстрирует главные качества и полезность товара, его преимущества, и в то же время скрывает недостатки. Сюжет фотографии тщательно продумывается, качественное рекламное фото привлекает, вызывая желание стать обладателем того или иного продукта. Зритель должен почувствовать вкус рекламируемого пирога или мысленно покупать телефон, что изображен на фото. Фотограф и режиссер Виктор Горбачев так характеризует роль фотографа и фотографии: "Если мы говорим о чистом искусстве, тогда фотограф - это человек, который умеет трогать души других людей, ведь гениальный проект можно и на Iphone снять. Но если иметь ввиду индустрию, то фотограф - это человек, который стабильно может выдавать высоки уровень качества, и знает, как каждый день делать качественные изображения в зависимости от технического задания, как собрать ситуацию, чтобы все получилось". Иногда фотопроизведение выступает как самостоятельный вид рекламы - фотореклама.

Цель моей работы заключается в том, чтобы изучить фотографию, ее значение в рекламе, узнать основные критерии, которые следует учитывать при создании образа и ознакомиться с популярными рекламными фотографами. Актуальность выбранной мной темы состоит в том, что в современном мире фотореклама не стоит на месте. Печатная реклама становится настолько разнообразной, что выделяется множество стилей.

Источники и литература

- 1) Маклюэн Г.М. понимание Медиа: Внешние расширения человека // Пнр. с англ. в. Николаева; Закл. ст. М.Вавилова. - М.; Жуковский: "КАНОН-пресс-Ц", "Кучково поле", 2003. - 464с.

- 2) Барт Р. Риторика образа // Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1994. с. 297-318.
- 3) Назайкин А.Н. Иллюстрирование рекламы. – М.: Эксмо, 2005. – 320с.
- 4) Феофанов О.А. Восприятие рекламы // [http://htbiblio.yolasite.com/resources/%D0%A0%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0.%20%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5%20%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8.%20%D0%9E%D0%BB%D0%B5%D0%B3%20%D0%A4%D0%B5%D0%BE%D1%84%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%20\(%D0%9F%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%80,%202000,%20225%D1%81\).pdf](http://htbiblio.yolasite.com/resources/%D0%A0%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0.%20%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5%20%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8.%20%D0%9E%D0%BB%D0%B5%D0%B3%20%D0%A4%D0%B5%D0%BE%D1%84%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%20(%D0%9F%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%80,%202000,%20225%D1%81).pdf)
- 5) Круткин В.Л. Визуальные системы как медиа и пространство фотографического опыта // Вестник Удмуртского университета. Социология и философия. №3. 2007. С. 13-28.
- 6) Пронин С. Рекламная иллюстрация. Креативное восприятие // <http://www.klex.ru/65m>