

СОБЫТИЯ

ФОТОСТОКИ: КАК ПОЛУЧИТЬ МАКСИМАЛЬНЫЙ ДОХОД ОТ СВОЕГО ТВОРЧЕСТВА

05

СТОКОВАЯ ФОТОГРАФИЯ В РОССИИ – 2010

ФОТО: БАНК ЦИФРОВЫХ ИЗОБРАЖЕНИЙ PRESSFOTO ТЕКСТ: НИКОЛАЙ ШИШКОВ

Ровно год назад в Москве с успехом прошла первая Международная конференция «Стоковая фотография в России: как зарабатывать больше на любимом деле». Рассказав тогда же об этом незаурядном событии и собственно о стоковой фотографии, мы обещали вернуться к этой теме, что и делаем, вновь приурочивая публикацию к проведению конференции.

Итак, через неделю после выхода этого номера журнала Digital Photo в Москве пройдет II Международная конференция «Стоковая фотография в России». Подведение ее итогов и анализ того, как изменилась ситуация в сфере стоковой фотографии за прошедший год – еще впереди. А пока позволим дать ряд прикладных рекомендаций – как для тех, кто собирается принять участие в конференции, так и для всех остальных, кто интересуется стоковой фотографией как средством заработка.

Что же необходимо для того, чтобы занятие фотографией не только радовало вас самих, ваших знакомых и близких, но еще и приносило доход, в том числе и в долгосрочной перспективе?

ПОМНИТЕ: ФОТОСТОКИ – ЭТО БИЗНЕС! Стоит сразу условиться, что стоковой фотографией мы называем изображение на определенную тематику, права на использование которого в качестве рекламы или иллюстрации продаются в режиме он-лайн, что позволяет потребителю в сети Интернет получить такие изображения сразу же после совершения оплаты. При этом необходимо оговориться, что на сегодняшний день приобрести и продавать на фотостоках можно не только фотографии в чистом виде, но и иллюстрации, векторную и 3D-графику, а также аудио- и видеофайлы.

В настоящее время в мире действует целый ряд фотобанков и фотостоков, которые, в свою очередь, тоже имеют ряд подвидов (макростоки, микростоки, мидстоки). Основное отличие между ними – это, по сути, объем прав на использование изображений и, соответственно, их стоимость для покупателя. Самыми известными микростоковыми фотобанками на сегодняшний день являются Shutterstock, iStockphoto, Fotolia и Dreamstime.



РАБОТАЙТЕ НА ПЕРСПЕКТИВУ, НО НЕ ЗАБЫВАЙТЕ О КОНКУРЕНЦИИ! В первую очередь, фотостоки являются собой для фотографов, иллюстраторов и видеорежиссеров источник достаточной стабильной прибыли. Удачная работа может быть куплена не раз, и даже не десятки, а тысячи раз! Впрочем, деньги – далеко не единственный мотив, движущий профессиональными стокерами. Добавьте сюда профессиональный рост, признание коллег, востребованность и творческую самореализацию.

Результат закономерен – фотостоки набирают все большую популярность: печатные СМИ, издательства и рекламные агентства все чаще предпочитают подбирать иллюстрации именно на стоках, и десятки тысяч фотографов получают гонорары от продаж своих работ. Между тем, несмотря на то что в ближайшем будущем доходы фотостоков, скорее всего, продолжат расти, зарабатывать на этом бизнесе каждому конкретному стокеру становится все сложнее:

количество участников рынка постоянно увеличивается, а качественный уровень контента неумолимо растет. Поэтому для успешной работы на этом рынке вам понадобится грамотная стратегия – чтобы создавать изображения, которые смогут успешно конкурировать с сотнями тысяч других.

НАЧНИТЕ С КОНЦЕПЦИИ ФОТОГРАФИИ Именно концепция созданных вами изображений является одним из ключевых факторов, влияющим на успешность их продаж. Нет ничего менее востребованного, нежели бессмысленное фото. Не забывайте начинать работу над фотографиями с их идеи. Тогда вы не будете ограничены возможностями, которые представляют собой какой-то отдельно взятый объект или сюжет, а будете рассматривать весь потенциал выбранной вами концепции.

Составьте список концепций, которые, как вы полагаете, могут быть востребованы с коммерческой точки зрения, и посмотрите, насколько широко они уже представлены в фотосто-

ках и фотобанках. Не стоит, скажем, повторяться с идеей здорового образа жизни, снимая знакомые всем бутылку воды и свежее яблоко. Постарайтесь придумать что-то новое и особенное. Если же вы все-таки хотите сделать классический снимок – убедитесь, что его исполнение будет безупречным с технической точки зрения и станет восприниматься по-новому.

УДЕЛЯЙТЕ ВНИМАНИЕ КАЧЕСТВУ Большинство стоковых фотографов уже на начальном этапе своей карьеры обнаруживают взаимосвязь между такими понятиями, как качество и количество контента. Успех потребует от вас научиться постоянству в создании стоковых изображений высокого качества прежде, чем вы начнете увеличивать объем производимого вами контента. Вместе с тем это не означает, что на микростоках нельзя заработать деньги, попросту создавая в большом количестве фотографии среднего качества. Но что, по вашему мнению, будет эффективнее – портфолио из тысячи

высококласных или из 100 тысяч «среднеклассных» фотографий? Какое из них у вас получится заработать быстрее? В то время как микростоки продолжают поставлять фотографии все лучшего и лучшего качества, количественный подход стремительно теряет свою прибыльность на рынке.

ИЩИТЕ НЕЗАПОЛНЕННЫЕ НИШИ Многие из стоковых фотографов, кому удается добиться успеха в сегодняшних условиях, специализируются в определенных нишах. Такая специализация дает возможность сконцентрироваться на каком-то одном аспекте и показать его гораздо глубже. Также специализация дает фотографу возможность направить свои маркетинговые усилия на людей, которые с наибольшей долей вероятности захотят приобрести изображения, и здесь можно в полной мере воспользоваться социальными медиаресурсами.

Обращайте внимание на сферы и темы, обладающие высоким потенциалом в связи с ростом внимания к ним в обществе, – такой сферой, например, является экология.

Если какая-то тема не очень востребована в России, это еще ни о чем не говорит – она может быть, наоборот, чрезвычайно популярна в Западных

странах, а фотостоки представляют фотографу возможность продавать свои изображения по всему миру.

СОЗДАВАЙТЕ СВОЙ СОБСТВЕННЫЙ УНИКАЛЬНЫЙ СТИЛЬ Бизнес, связанный с продажей стокового контента, эволюционирует и находится в состоянии постоянного изменения. Это связано как с резко возросшими возможностями свободного доступа к изображениям, которые размещаются пользователями на разнообразных хостингах, например на Flickr, так и с возможностями расширенного поиска в сети Интернет. К тому же все чаще и чаще маркетинговыми кампаниям приходится одновременно охватывать самые разные медианарправления: Интернет, телевидение, карманные устройства и печатные издания. Все это дает толчок к видоизменению рынка стоковых изображений и ужесточению конкуренции.

Если вы хотите преуспеть в сегодняшних условиях, стремитесь к тому, чтобы ваши работы узнавали по индивидуальному стилю или объекту съемки. Не полагайтесь всецело на фотобанки и фотостоки в части продажи ваших работ, особенно если вы занимаете уверенные позиции в своей нише. Изучите все доступные

вам возможности социальных сетей, а также варианты продажи изображений напрямую клиентам. Изучите свою аудиторию. Кто те люди, которые с наибольшей вероятностью заинтересуются вашими фотографиями? Что им необходимо в работе?

С осторожностью относитесь к своему желанию фотографировать только то, что продается. Один из факторов, который негативно сказался на стоковом бизнесе в последние годы, – это переизбыток изображений в одинаковом стиле и одной и той же тематики. С развитием карьеры многие начинают гнаться за потребностями рынка и упускают из виду те вещи, которые изначально креативно влияли на них. Подобное наблюдение в особенности характерно для стоковых фотографов, пытающихся удовлетворять запросы фотобанков, ущемляя при этом собственное видение, которое и привело к занятию фотографией как таковой.

ОТСЛЕЖИВАЙТЕ И АНАЛИЗИРУЙТЕ ИНФОРМАЦИЮ О РЫНКЕ Как и любой другой вид бизнеса, рынок стоковых изображений базируется на целом ряде устоявшихся правил и особенностей. Вместе с тем индустрия пребывает в состоянии постоянных и весьма стремительных

изменений, и вам придется постоянно анализировать ситуацию и четко понимать, какое влияние они могут оказать на всю сферу действия тех или иных крупных стоковых агентств и дистрибуторов. От этого напрямую зависит ваш будущий доход, ведь в стоковом бизнесе среди лидеров продаж обычно оказываются те, кто раньше других увидел новые возможности для реализации своих работ.

Хорошим источником информации о том, что происходит в отрасли, служат тематические интернет-форумы, посвященные стоковой фотографии (в русскоязычном сегменте Сети самые популярные ресурсы – microstock.ru и zastavkin.com), профессиональные интернет-рассылки (например, рассылка сервиса StockerHelp.ru), а также различные публичные мероприятия, ближайшее из которых – II Международная конференция «Стоковая фотография в России» – STOCKinRUSSIA'10 – пройдет в Москве 9-10 октября 2010 года.

Более подробно узнать о Конференции STOCKinRUSSIA'10 можно на официальном сайте мероприятия www.stockinrussia.ru, а также по телефону Оргкомитета +7 (499) 346-03-43.

stockinrussia'10

II Международная Конференция

«СТОКОВАЯ ФОТОГРАФИЯ В РОССИИ»

9-10
октября | 2010Москва
Отель Holiday Inn Moscow Sokolniki

<p>Организатор</p> <p>PressFoto Банк цифровых изображений</p>	<p>Партнеры</p> <p>Wacom и NBS COMPUTERS Apple Authorised Reseller</p>
<p>Технические партнеры</p> <p>netPrint.ru Иллюстрационный сервис ЦИФРОВОЙ ФОТОПЕЧАТИ</p>	
<p>Генеральный медиа-партнер</p> <p>DigitalPhoto</p>	<p>Официальный медиа-партнер</p> <p>ФОТОМАСТЕРСКАЯ</p>

Официальный сайт мероприятия www.stockinrussia.ru +7 (499) 346-03-43

