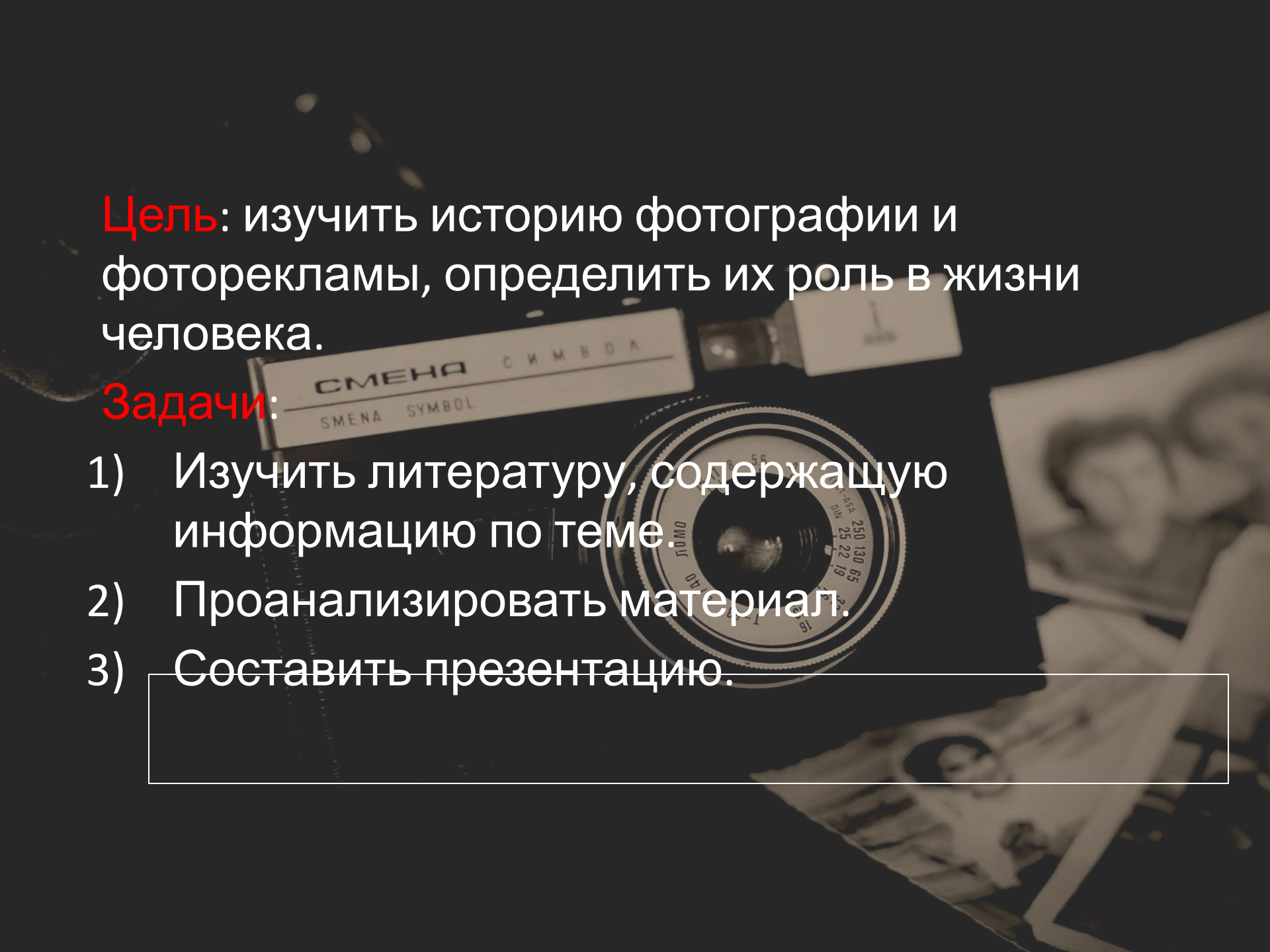


# История фотографии и фоторекламы

Выполнил: **Розов Илья Владимирович**,  
ученик 10 А класса

Руководитель: **Розова Ирина Владимировна**, учитель русского языка и литературы

The background features a dark, artistic composition. In the center, a camera lens is shown with its markings, including 'SMENA SYMBOL', 'SMENA SYMBOL', '250 130 65', and 'DIN 25 22 19'. To the left, a film strip is partially visible with the words 'СМЕНА СИМВОЛ' and 'SMENA SYMBOL' printed on it. On the right, there are several overlapping black and white photographs, one of which shows a person's face. The overall lighting is dramatic, with highlights on the lens and film strip.

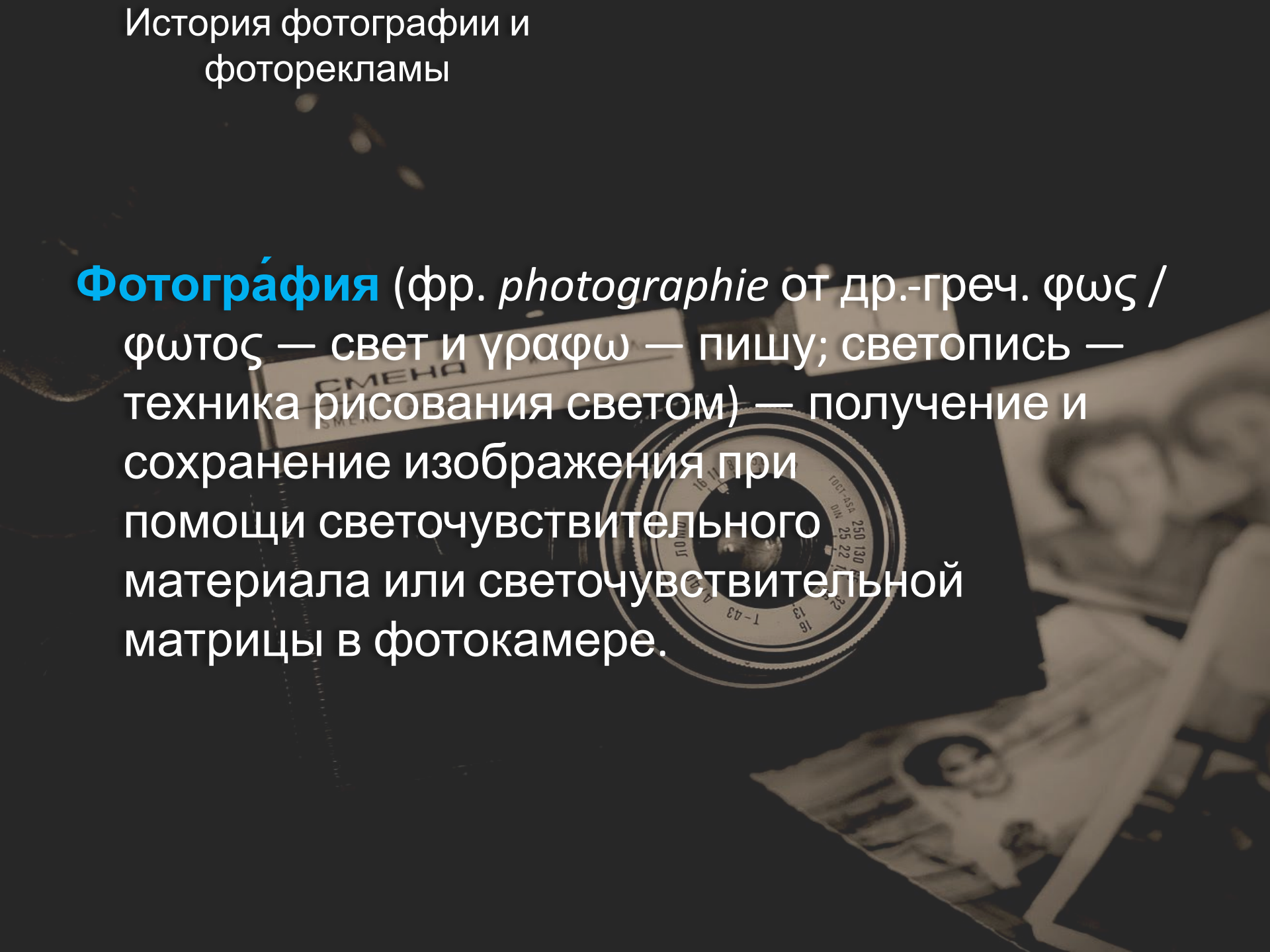
**Цель:** изучить историю фотографии и фоторекламы, определить их роль в жизни человека.

**Задачи:**

- 1) Изучить литературу, содержащую информацию по теме.
- 2) Проанализировать материал.
- 3) Составить презентацию.

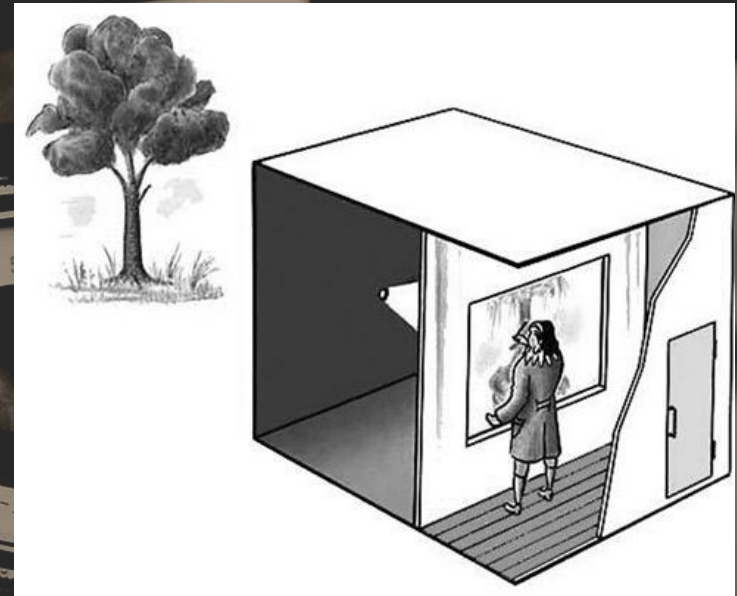
# История фотографии и фоторекламы

**Фотография** (фр. *photographie* от др.-греч. φως / φωτος — свет и γραφω — пишу; светопись — техника рисования светом) — получение и сохранение изображения при помощи светочувствительного материала или светочувствительной матрицы в фотокамере.

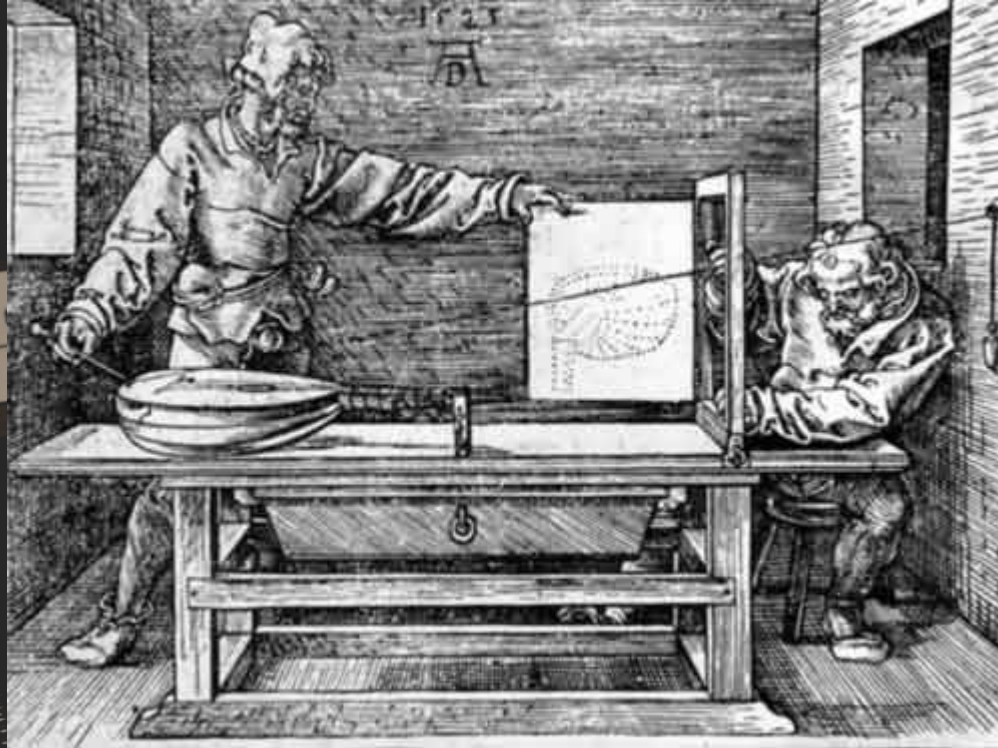
The background is a dark, textured surface. In the center, there is a camera lens with various markings, including 'T-03', '18', '22', '28', '35', '45', '50', '58', '68', '80', '90', '100', '110', '125', '135', '150', '170', '190', '200', '220', '250', '280', '300', '350', '400', '450', '500', '560', '630', '710', '800', '900', '1000', '1100', '1250', '1400', '1600', '1800', '2000', '2200', '2500', '2800', '3000', '3500', '4000', '4500', '5000', '5600', '6300', '7100', '8000', '9000', '10000'. To the left of the lens, there is a film strip with the word 'СМЕНА' visible. To the right, there are several vintage photographs, some showing portraits of people.

# История фотографии и фоторекламы

С незапамятных времен, например, было замечено, что луч солнца, проникая сквозь небольшое отверстие в темное помещение, оставляет на плоскости световой рисунок предметов внешнего мира. Предметы изображаются в точных пропорциях и цветах, но в уменьшенных, по сравнению с натурой, размерах и в перевернутом виде. Это свойство темной комнаты (или **камеры-обскуры**) было известно еще древнегреческому мыслителю Аристотелю, жившему в IV веке до нашей эры. Принцип работы камеры-обскуры описал в своих трудах Леонардо да Винчи.




# История фотографии и фоторекламы



Гравюра 1525 года выполнена Альбрехтом Дюрером. Она показывает приспособление, разработанное немецким художником для черчения и изучения перспективы

# История фотографии и фоторекламы

**Чёрно-белая фотография** — исторически первый вид фотографии. После появления цветной, а затем и цифровой фотографии, чёрно-белые снимки сохранили свою популярность. Зачастую цветные фотографии преобразуются в чёрно-белые для получения художественного эффекта.

A vintage camera lens with a film strip is shown in the background. The lens has markings for focal length (25, 50, 75, 100, 150, 200) and aperture (f/1.8, f/2.8, f/4, f/5.6, f/8, f/11, f/16, f/22, f/28, f/32). The film strip is partially unspooled, showing a black and white photograph of a person's face.

# История фотографии и фоторекламы

Первое закреплённое изображение было сделано в 1822 году французом **Жозефом Нисефором Ньепсом** (Nicéphore Niépce), но оно не сохранилось до наших дней. Поэтому первой в истории фотографией считается снимок «**Вид из окна**», полученный Ньепсом в 1826 году с помощью камеры-обскуры на оловянной пластинке, покрытой тонким слоем асфальта. Экспозиция длилась восемь часов при ярком солнечном свете. Достоинством метода Ньепса было то, что изображение получалось рельефным (после протравливания асфальта), и его легко можно было размножить в



Первая фотография в мире,  
«Вид из окна», 1826

# История фотографии и фоторекламы

Целой эпохой в истории фотографии явилось изобретение **Луи Жака Манде Дагера**. Изображение (дагерротип) получали на серебряной пластинке, обработанной парами йода. После экспонирования в течение 3—4 часов пластинку проявляли в парах ртути и фиксировали горячим раствором поваренной соли или гипосульфита. Дагерротипы отличались очень высоким качеством изображения, но можно было получить только один снимок



Оригинальная камера Дагера, сделанная Альфонсом Жиру

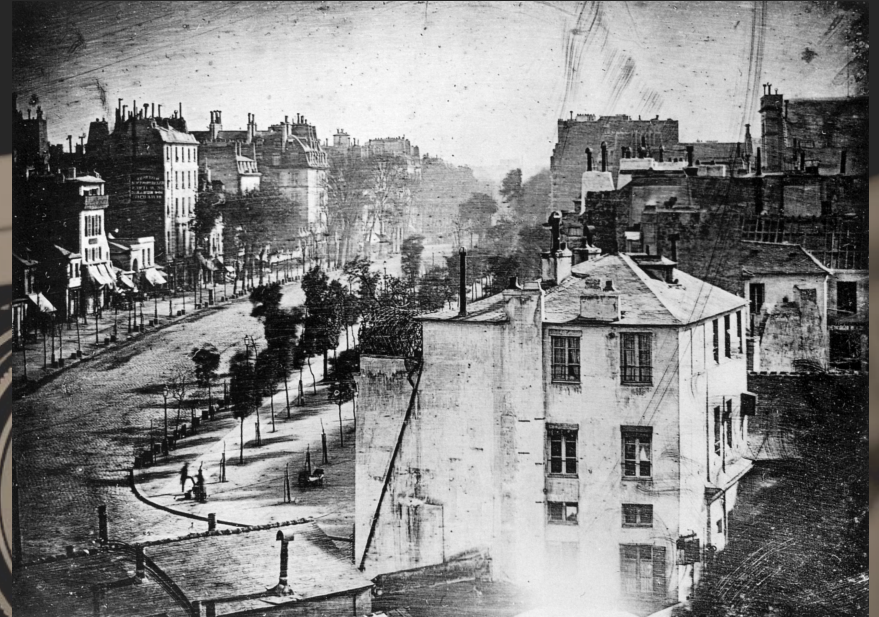




# История фотографии и фоторекламы



«Мастерская художника».  
Дагерротип (1837)



Бульвар дю Тампль в Париже. Луи  
Дагер, 1838

# История фотографии и фоторекламы

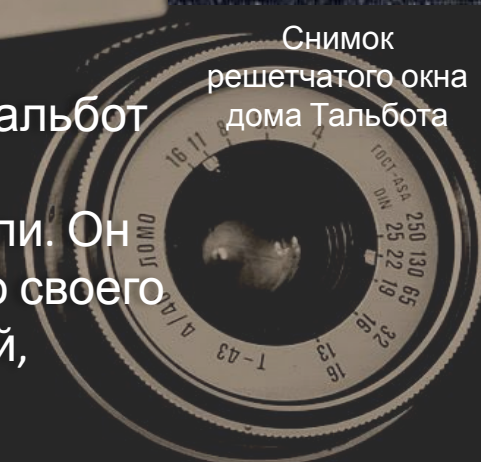
**Уильям Генри Фокс Тальбот** (1800-1877), английский физик, химик, изобретатель негативно-позитивного процесса в фотографии (калотипии).



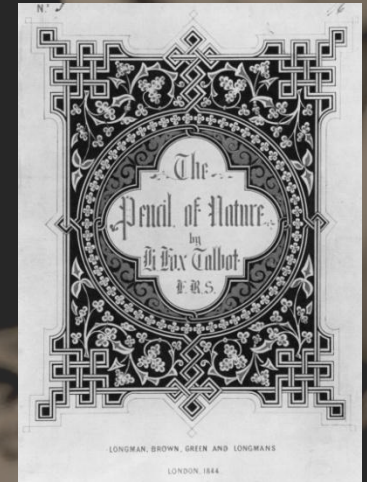
Снимок  
решетчатого окна  
дома Тальбота



В **1835** году создал первый негатив, в качестве носителя изображения Тальбот использовал бумагу, пропитанную нитратом серебра и раствором соли. Он фотографировал решетчатое окно своего дома камерой с оптической линзой, величиной всего 8 см.



В **1844** году Тальбот опубликовал первую книгу с фотоиллюстрациями: *The Pencil of Nature*; при этом он использует вручную приклеенные калотипии.



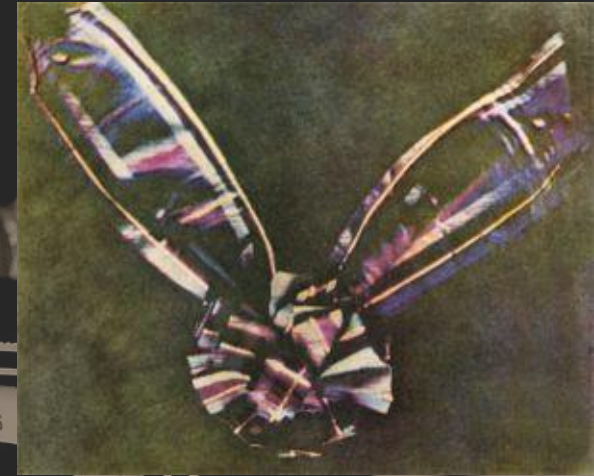
Обложка книги  
*The Pencil of Nature*

# История фотографии и фоторекламы

## Цветная фотография

Цветная фотография появилась в середине XIX века. Первый устойчивый цветной фотоснимок был сделан в 1861 году Джеймсом Максвеллом по методу трёхцветной фотографии (метод цветоделения).

Для получения цветного снимка по этому методу использовались три фотокамеры с установленными на них цветными светофильтрами (красным, зелёным и синим). Получившиеся снимки позволяли воссоздать при проекции (а позднее, и в печати) цветное изображение.



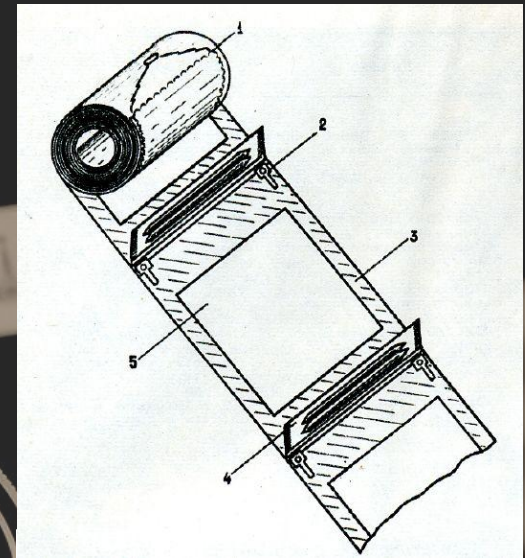
Первая цветная фотография, сделанная Джеймсом Максвеллом. Фотографические пластины, использованные в процессе теперь хранятся в доме, где Максвелл родился (который с тех пор был преобразован в музей) на 14 India Street в Эдинбурге.

# История фотографии и фоторекламы

## Моментальная фотография

Первый патент на фотоаппарат, пригодный для моментальной фотографии, был получен в **1923** году **Самуэлем Шлафроком**.

Устройство представляло собой громоздкую комбинацию съёмочной камеры и портативной фотолаборатории, лишь незначительно уменьшающую время получения готового негатива. Решением проблемы стали фотоматериалы сложной конструкции с интегрированными фотореактивами и возможностью немедленного получения позитива. Их разработка была начата фирмой **Agfa** в конце **1930-х** годов. В СССР осуществлялись попытки производства аналогичных фотокомплектов «**Момент**», которые закончились неудачей.



Устройство фотокомплекта «Момент» советского производства. **1** — рулон светочувствительного материала; **4** — капсула с проявляюще-фиксирующей пастой; **5** — поверхность эмульсии, ограниченная кадровой рамкой бумажного ракорда

# История фотографии и фоторекламы

## Цифровая фотография

Цифровая фотография — относительно молодая, но популярная технология, зародившаяся в **1981** году, когда компания **Sony** выпустила на рынок камеру **Sony Mavica** с **ПЗС-Матрицей**, записывающей снимки на диск. Этот аппарат не был цифровым в современном понимании (на диск записывался аналоговый сигнал), однако позволял отказаться от фотоплёнки. Первая полноценная цифровая камера — **DCS 100** — была выпущена в **1990** году компанией **Kodak**.

Принцип работы цифровой камеры заключается в фиксации светового потока матрицей и преобразования этой информации в цифровую форму.

В настоящее время цифровая фотография повсеместно вытесняет плёночную в большинстве отраслей.



Цифровая камера **Nikon** и сканер для фотоплёнки

# История фотожурналистики

В Германии впервые проявились эксперименты перенесения методов журналисткой фотографии на приемы **фоторекламного** искусства. Тогда же возникли рекламные школы и направления в создании мастер-классов фотографии: **1926** г. – в школе художественных ремесел в Галле; **1928** г. – в Фолькванг-школе в Эссене; **1929** г. – в Баухаузе, в Дессау

# История фотографии и фоторекламы

Живопись, фотография, кино, фотоиллюстрированные издания типа «**Цюрихер иплюстрирте**» сотворили новое визуальное искусство:

- реальной имитации фотографической рекламы;
- вещественной и документальной фотографии в торговле;
- фотографии о веществе в периодике;
- репортажно-рекламной фотографии.

# История фотографии и фоторекламы

Рубеж XIX – XX веков – время первых опытов фоторекламы в США и России.

Появление фоторекламы, ее эволюция от копирования предметов рекламы до символизации, становление кинорекламы.





**Рекламная фотография** - это определенная концепция, объединенная в одном изображении, аккумулирующая внимание на рекламируемом объекте.

В рекламе важна одна **цель** – Потребитель должен обратить внимание на рекламируемый продукт и подметить для себя в нем самые лучшие качества и особенности.

# История фотографии и фоторекламы

## Постановочная фотосъемка:

- фотосъемка людей в различных сюжетах;
- фотосъемка предметов для создания коллажей или иллюстраций;
- фотосъемка людей в существующих интерьерах, передача настроения, образа, стиля;

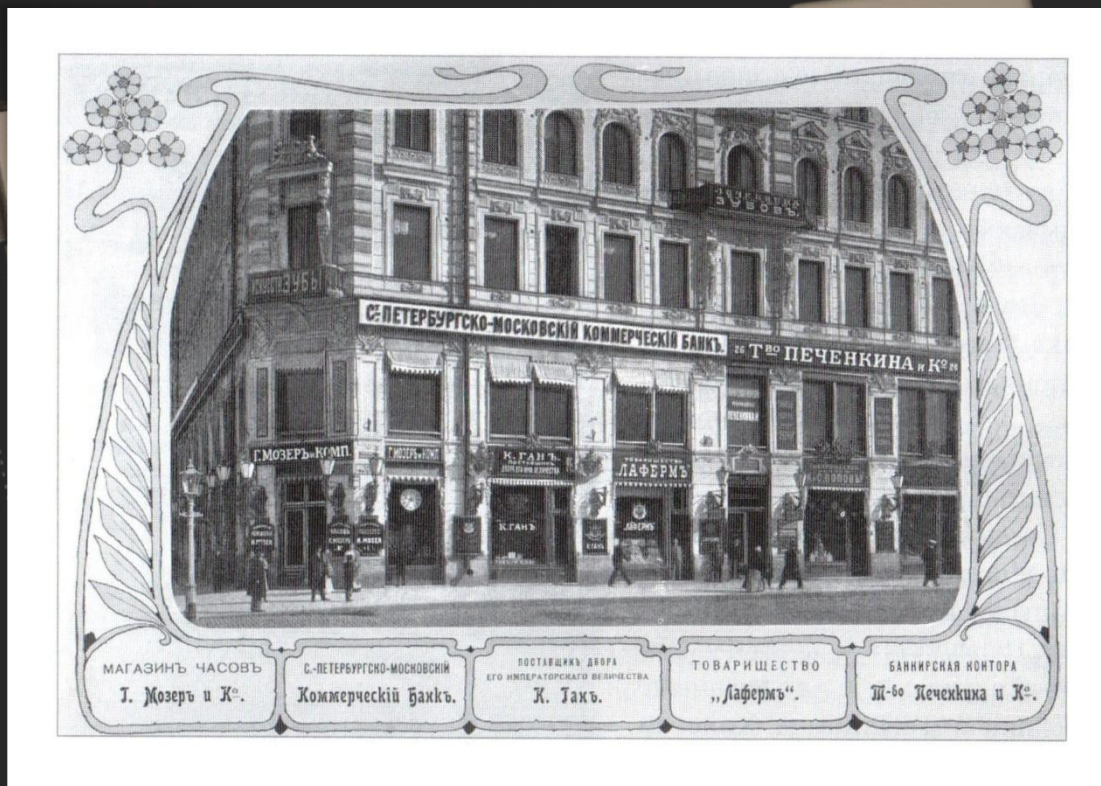
## Техническая фотосъемка:

- фотосъемка одиночных предметов в бестеневом кубе;
- фотосъемка негабаритных товаров;
- фотосъемка интерьеров, фасадов домов;

**Предметная фотосъемка** для рекламных каталогов, интернет-магазинов.

# История фотографии и фоторекламы

## Примеры фоторекламы начала XX века



## Примеры фоторекламы начала XX века



ГОСТИННИЦА и РЕСТОРАНЪ

„БРИСТОЛЬ“

ВЪ ЯРОСЛАВЪ

1-ГО РАЗРЯДА.

ТЕЛЕФОНЪ №510.

**ЗАВТРАКИ**

отъ 11 до 2 час. дня.  
2 блюда на выборъ и  
кофе 75 к.

**ОБЪДЫ**

отъ 2 часовъ дня до  
7 часовъ веч.

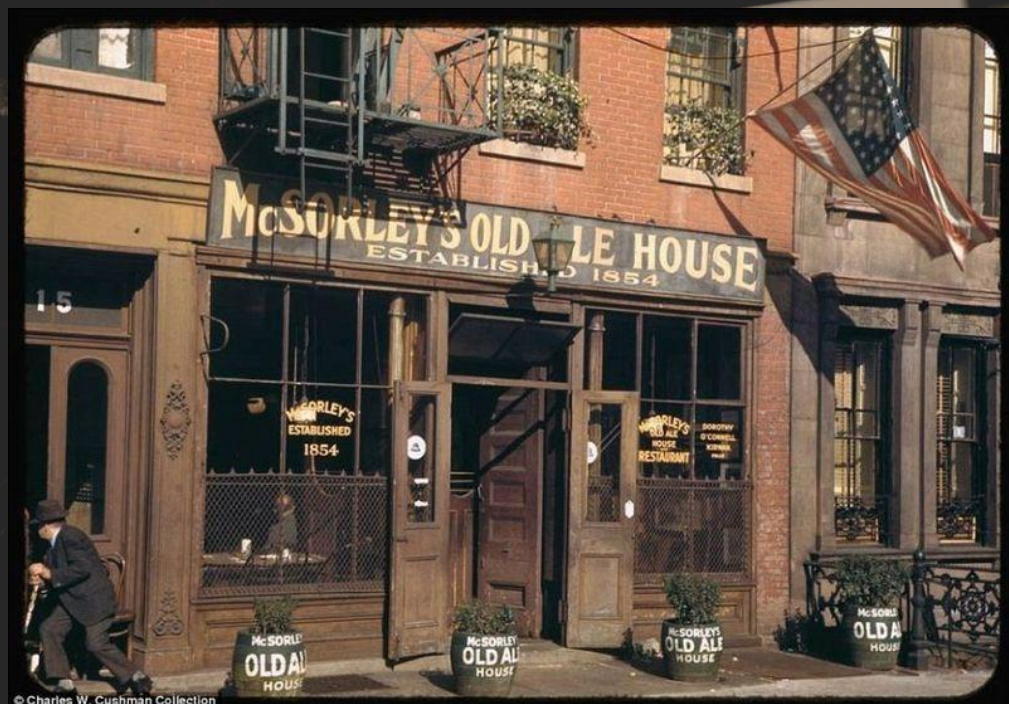
**УЖИНЫ**

отъ 10 часовъ вечера  
до 2 часовъ ночи.  
изъ 3 блюдъ 1 руб.

==== Торговля до 2 час. ночи. ====

# История фотографии и фоторекламы

## Примеры фоторекламы 30-40-х годов XX века



© Charles W. Cushman Collection

Шести-цилиндровый 35-ти сильный безшумный „НАПИЕРЪ“ съ особенно изящным Куларскимъ карросери типа „торпедо“. Карросери этого типа наиболее модны въ последнее время.

## NAPIER

ВСЕГДА И ВЕЗДЕ ПЕРВЫЙ!

ПЕРВЫЙ улачный шести-цилиндровый автомобиль былъ NAPIER.  
ПЕРВЫЙ и единственный автомобиль британскаго производства, получившій „GORDON BENNETT TROPHY“, былъ NAPIER.  
ПЕРВЫЙ и единственный автомобиль, одолевшій подъ официальнымъ контролемъ Великобританскаго Королевскаго Автомобильнаго Клуба Альпы французскія, швейцарскія и итальянскія, былъ NAPIER.

О-ВО НАПИЕРОВСКИХЪ ЗАВОДОВЪ  
D. NAPIER & SON, LTD.,  
14 NEW BURLINGTON STREET,  
LONDON, W.

ГЛ. УПОЛНОМОЧЕННЫЙ для РОССИИ  
Д. А. ГОТАРРЕСЬ-де-ЛАРА  
ПЕТРОГРАДЪ, ЦЕРКОВНАЯ 33.  
ТЕЛЕФОНЪ 140-52.

# История фотографии и фоторекламы

## Примеры современной фоторекламы



# История фотографии и фоторекламы

## Примеры современной фоторекламы



## Выводы:

На протяжении первого десятилетия XX века фотография стала привычным компонентом рекламного процесса как за рубежом, так и в России. Однако ее главные успехи в этой сфере были еще впереди. Фотоколлаж, фотомонтаж — лишь начальные опыты такого рода выходили на страницы газет и журналов и применялись в киноплакатах еще крайне редко. Не было и опыта использования в рекламе цветных фотоизображений. Всему этому предстояло утвердиться в следующую эпоху.



## Выводы:

Термин «фотореклама» пока имеет прикладное значение и используется скорее как синонимическое обозначение использования фотографии в рекламной практике. Качественная рекламная фотография обладает зримой образной поэтикой — единственной и неповторимой фотокомпозицией, которая позволяет создавать новые необычные формы, сложную композицию и стилевой ритм визуальной информации.

## Выводы:

Рекламный снимок предоставляет фотографу широкую возможность выразить себя, проявить творческую индивидуальность в интерпретации заданной темы, но в рамках требований, предъявляемых ему со стороны художника-оформителя, а это гораздо сложнее, чем располагать свободой выбора темы. В рекламе используются снимки различных жанров: пейзаж, интерьер, портрет, натюрморт, репортаж, макросъемка и т.п. В одном случае сюжет служит фоном для показа рекламируемых изделий (например, автомобиль на фоне пейзажа), в другом случае объекты рекламы могут быть частью композиции (мебель в интерьере), в третьем — рекламируемые изделия составляют самостоятельный жанр (натюрморт как убранство стола, натюрморт из продуктов питания).