

shutterstock™

Справочник успешного автора



Содержание

Стоковые изображения и видео для начинающих

Как творить и получать за это деньги	3
Письмо от Shutterstock	4
О компании Shutterstock	5
Зачем мне сотрудничать с Shutterstock?	6
Что такое стоковые изображения?	10

Что снимать

10 способов определить тенденции и найти вдохновение.	12
Что ищут покупатели	15
Как максимально увеличить свою прибыль от съемки.	17
Видео: как существенно увеличить сумму роялти, уделив немного больше времени съемке.	21
Основные компоненты самых популярных стоковых изображений и видеоклипов.	24

Как разместить свои работы на сайте Shutterstock

Как подать успешную заявку и разместить первые работы.	26
Выбор ключевых слов	29
Причины отказов – как получить одобрение ВСЕХ фотографий ..	31
Как зарабатывать с Shutterstock: что такое роялти	36
Об использовании в особых целях	37

Как стать профессионалом

Соблюдайте закон! Авторское право, товарные знаки и единство рынка	39
Как работать с моделями	41
Как получить возможность фотографировать знаменитостей ..	45
Производственные стратегии профессионалов.	46
Как создать команду	47

Ресурсы

Глоссарий.	49
Полезные ссылки.	50

Защита авторского права. 2012 Shutterstock, Inc. Запрещается воспроизводить, размещать, публиковать и распространять данный справочник без письменного разрешения компании Shutterstock. Авторское право на каждое изображение принадлежит либо самому автору, либо представителю автора. Все изображения, использованные в данном справочнике, имеют лицензию Shutterstock. Упоминания или ссылки на сторонние сайты не являются рекламой. Компания Shutterstock не несет ответственности за содержание таких сторонних сайтов. В данном справочнике нет юридических советов. Компания Shutterstock не гарантирует и не утверждает, что представленная в данном справочнике информация точна и может использоваться в какой-либо определенной цели.

Как творить и получать за это деньги

Хотите зарабатывать на творческих проектах? Вы уже размещаете свои работы на стоковых сайтах, но хотели бы узнать дополнительные приемы управления продажами? Тогда этот справочник — для вас. **Мы собрали здесь сотни приемов, советов и пояснений, которые помогут вам стать успешным автором стоковых изображений и видеоклипов.**



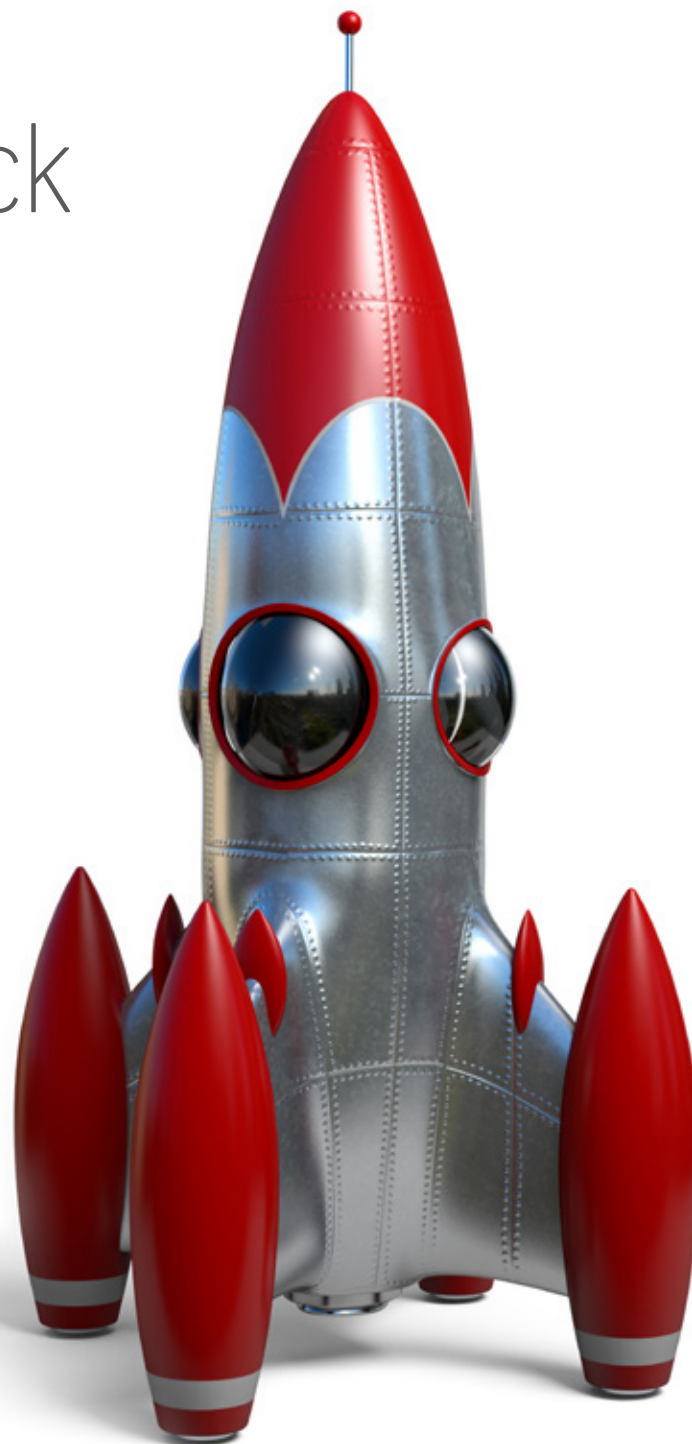
Письмо от Shutterstock

Именно сейчас вступление в творческое сообщество Shutterstock представляет особый интерес.

Сегодня в распоряжении фотографов и иллюстраторов имеются тысячи инструментов для творческой работы — от цифровых "кистей" до доступных по цене зеркальных фото- и видеокамер с функцией записи в формате HD. Любители и профессионалы со всего мира вдохновляют друг друга и регулярно обмениваются советами в сети Интернет. На сегодняшний день изображения покупают не только крупные издательские дома и большие компании. Предприятия малого бизнеса и отдельные пользователи также покупают лицензии на изображения с различными целями. И это происходит каждую секунду по всему миру.

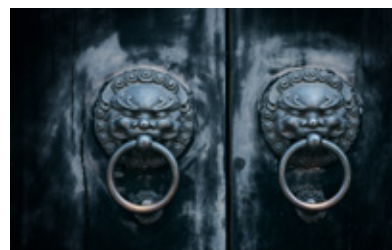
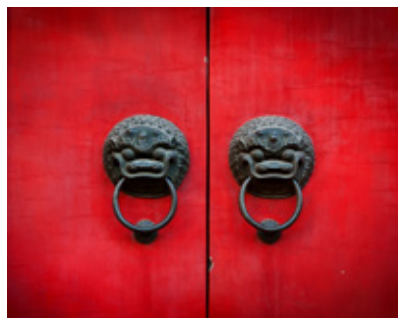
Компания Shutterstock видит свою задачу в том, чтобы поддерживать авторов и помогать им находить покупателей изображений и видеоклипов на глобальном, никогда не дремлющем рынке. Мы дорожим отношениями с авторами нашего сообщества и намерены и дальше вкладывать средства в их успех.

Именно с этой целью мы разработали бесплатный справочник успешного автора стоковых изображений. Надеемся, он вам понравится и пригодится в создании собственного бизнеса.



О компании Shutterstock

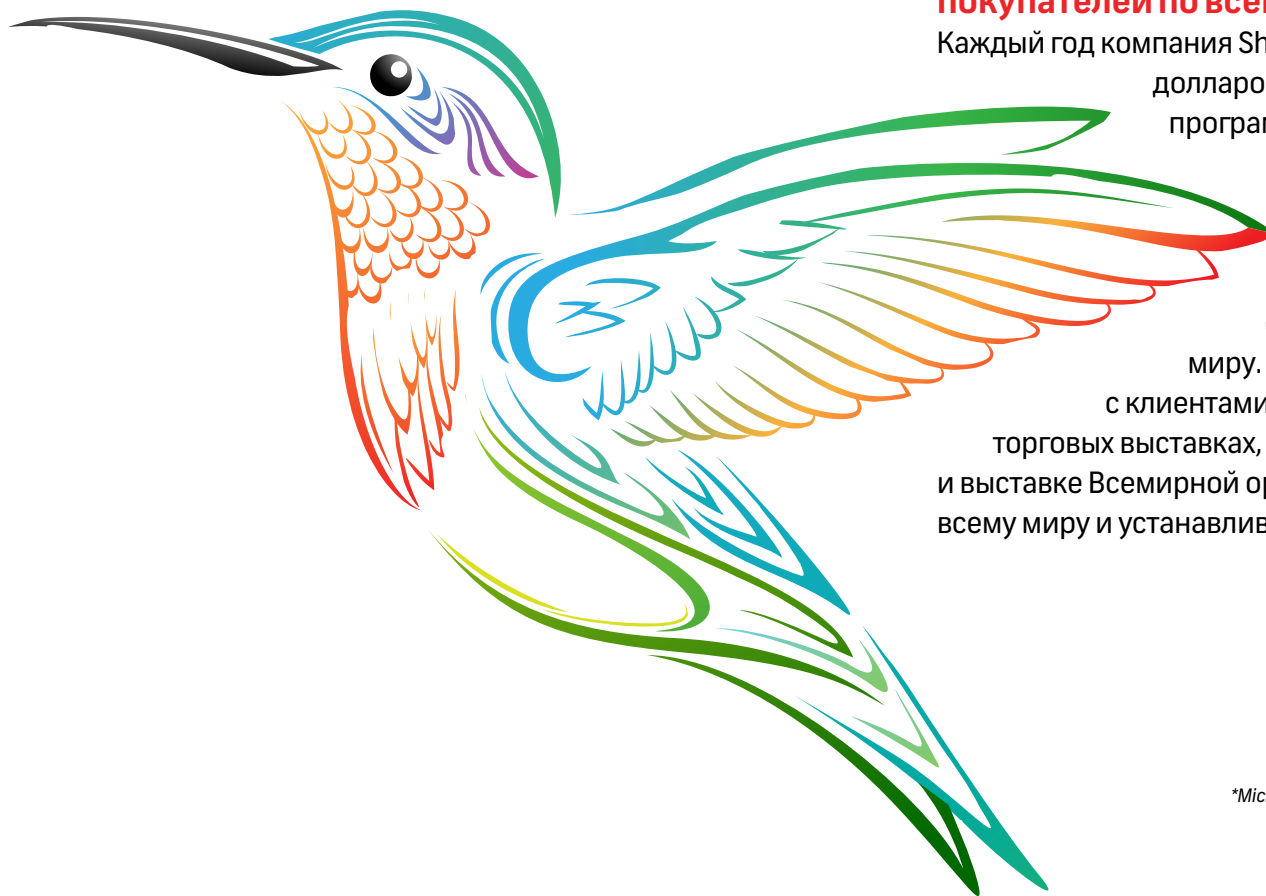
Компания Shutterstock — ведущий провайдер высококачественных стоковых фотографий, векторов, иллюстраций и видеоклипов для профессионалов своего дела со всего мира. В нашей библиотеке на сегодняшний день представлено более 20 миллионов роялти-фри изображений и 750 000 видеоклипов. Со времени основания компании в 2003 году сотни тысяч покупателей из 150 стран мира совершили более 250 миллионов скачиваний с нашего сайта. Компания Shutterstock поддерживает авторов сообщества, куда входят тысячи фотографов, видеографов, художников и иллюстраторов со всего мира.



Зачем мне сотрудничать с Shutterstock?

За последние 20 лет в бизнесе визуальной коммуникации произошли значительные изменения. Раньше новые фотографии появлялись на страницах газет и журналов раз в день или раз в неделю. Теперь 2 миллиарда пользователей сети Интернет поглощают визуальный контент 24 часа в сутки, 7 дней в неделю. Компаниям и издателям, как крупным, так и поменьше, нужно все больше и больше визуального контента. Вы можете с выгодой для себя использовать эти новые возможности, размещая изображения и видеоклипы на сайте Shutterstock.





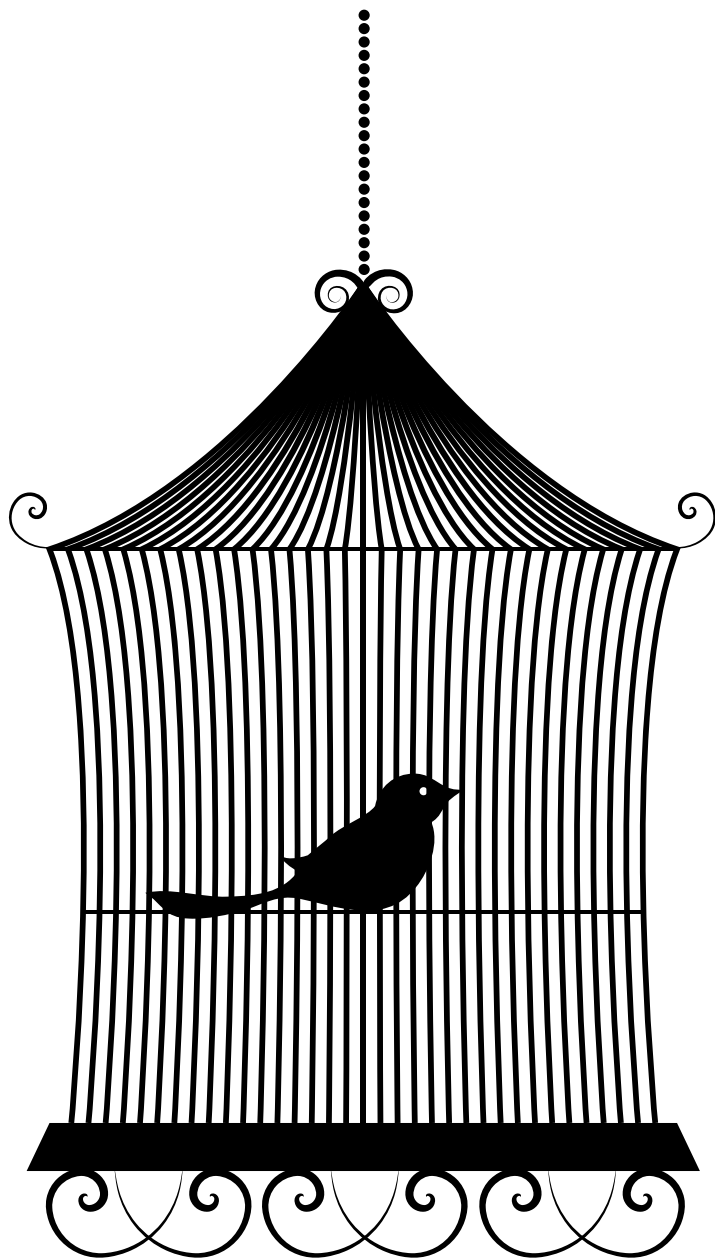
Наш сайт — главный источник дохода для фотографов, иллюстраторов и видеографов.

Сотни тысяч покупателей из 150 стран, носители 10 языков, скачали с нашего сайта более 250 миллионов изображений. Как показал независимый обзор ведущего стокового ресурса*, Shutterstock постоянно занимает первое место по общему уровню доходов пользователей среди конкурентов, предлагающих подобные услуги.

С нами ваши изображения и видеоклипы найдут покупателей по всему миру.

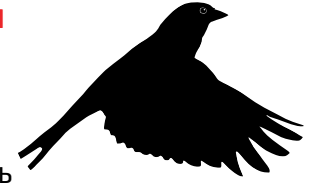
Каждый год компания Shutterstock инвестирует миллионы долларов в глобальные маркетинговые программы, чтобы наш сайт оставался на первом месте для покупателей изображений со всего мира. Наша реклама — всегда на видном месте на страницах поисковых служб, ведущих веб-сайтов и печатных изданий по всему миру. Наша команда регулярно встречается с клиентами и авторами на более чем 20 ведущих торговых выставках, в том числе — на HOW, AIGA, Adobe, TED и выставке Всемирной организации фотографии. Мы ездим по всему миру и устанавливаем контакты с новыми клиентами.

*Microstockgroup.com, 2011 отраслевой обзор Microstock, 02/10/2012



Мы с уважением относимся к нашим клиентам и авторам.

Главная ценность для нас — наши клиенты и авторы, и мы придерживаемся этого принципа, предлагая вам прозрачную модель ценообразования и простой в использовании веб-сайт. Мы каждый день общаемся как с клиентами, так и с авторами.



Размещать работы на сайте легко и занимает совсем немного времени.

Соблюдая высокие стандарты качества, мы вместе с тем предлагаем вам быструю и эффективную загрузку, размещение и утверждение работ на сайте. Авторы могут начать зарабатывать уже в течение первых 24 часов после размещения новых материалов.

У нас нет требования исключительности.

Вы совершенно свободны. Мы не требуем распространения изображений или видеоклипов исключительно через сайт Shutterstock. Это ваши материалы, и вам решать, как расширить свои возможности продажи и получения прибыли.



Мы верим в непрерывное инновационное развитие и ценность новых технологий.

Будучи технологической компанией, мы следим за тем, чтобы наши отделы разработки товара искали новые способы усовершенствования и расширения ассортимента услуг для клиентов и авторов сообщества. В качестве одного из примеров ознакомьтесь с нашим приложением для iPad и iPhone!

Мы предлагаем ценные инструменты и информацию.

Такие полезные разработки, как наш инструмент Keyword Trends, послужат вам источником ценной информации и позволят принять более удачные бизнес-решения.

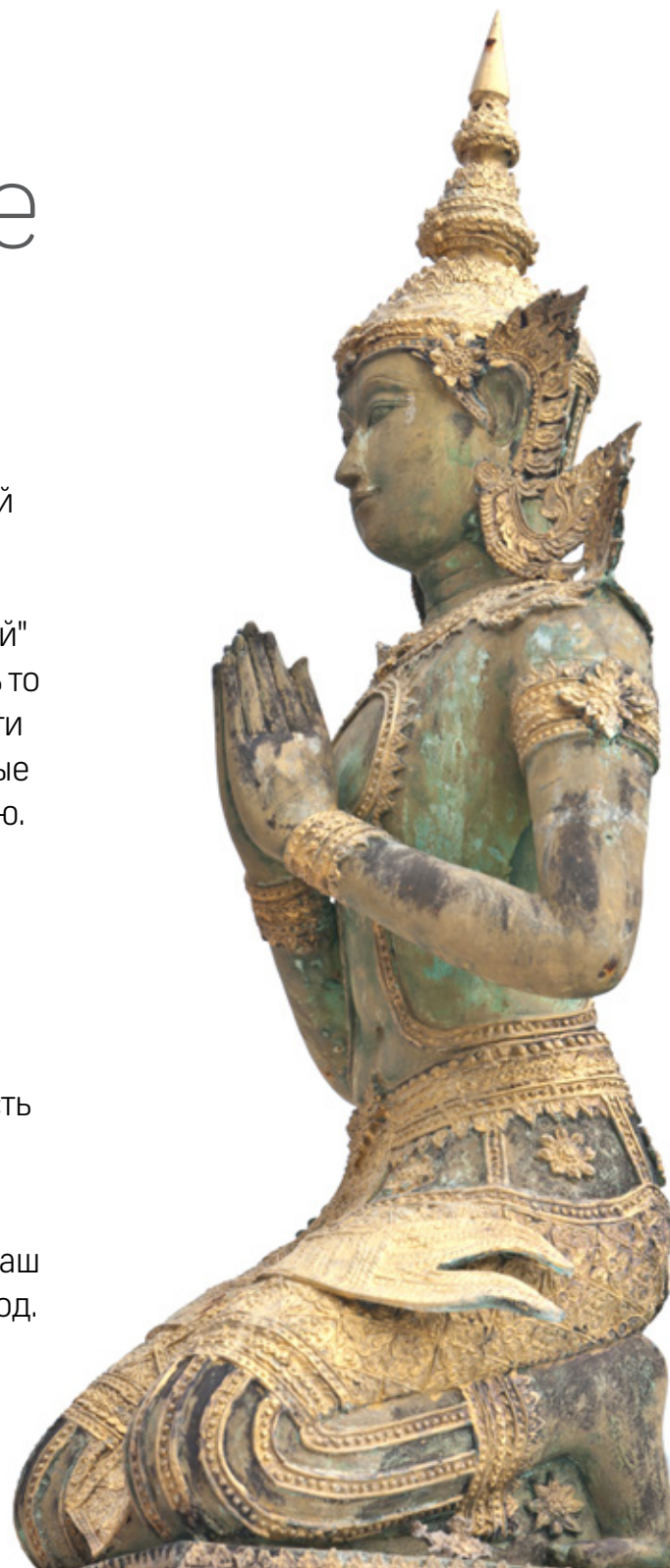
А наша любимая причина сотрудничества с Shutterstock? **Это весело.** Высвободите свою творческую энергию, присоединившись к многотысячному сообществу художников на одном из самых творческих рынков в мире.

Что такое стоковые изображения?

Проще говоря, стоковые изображения — это любое уже созданное и готовое к использованию изображение. Стоковые агентства поддерживают библиотеку изображений самых разных объектов и предоставляют лицензии на эти изображения клиентам. Чаще всего можно услышать словосочетание "стоковая фотография", но понятие "стоковый" может относиться к любому виду визуального контента, будь то фотография, видеоклип или иллюстрация. Благодаря легкости распространения цифровой продукции в Интернете, стоковые изображения превратились в многомиллиардную индустрию.

База стоковых изображений — это возможность для вас продавать права на все созданные вами изображения. Среди покупателей сейчас особенно высок спрос на высококачественные, выполненные на профессиональном уровне изображения, значимые в локальном масштабе. Сотрудничество с Shutterstock открывает для вас возможность установить контакт с покупателями по всему миру. Мы поможем вам найти тех, кого заинтересуют ваши работы.


А поскольку изображения можно продавать снова и снова, ваш творческий проект может приносить вам прибыль не один год.



ЧТО
СНИМАТЬ



shutterstock™

A Newton's cradle with three silver spheres. The sphere on the right is in motion, having just struck the other two, which are now swinging together. The background is white.

10 способов определить тенденции и найти вдохновение

Изображения — это средство коммуникации. И визуальный язык меняется со временем точно так же, как меняется устный и письменный. Успешные авторы стокового сообщества следят за актуальностью своего портфолио и адаптируют его в соответствии с потребностями покупателей.

Так как же определить тенденции и где искать вдохновение? Для начала используйте бумажный блокнот, планшетный компьютер, смартфон или любой настольный ПК: записывайте идеи, зарисовывайте образы, фиксируйте свои находки. А сейчас мы приведем несколько мест, где вы можете найти идеи для создания образов.



Социальные сети и интерактивные сервисы.

1 Какие темы сейчас обсуждаются? Какие люди чаще всего упоминаются в новостях и играют значительную роль в культуре? Каких взглядов они придерживаются? Какие вопросы вызывают споры? Как их можно проиллюстрировать буквально или на концептуальном уровне?

Газетный киоск.

2 Просмотрите последние заголовки газет. Какие темы повторяются? А какие политические вопросы останутся актуальными вплоть до следующих выборов? Вы заметили новые или интересные тенденции в эстетическом или визуальном плане?

Дизайн интерьера и мода.

3 Какие цвета особенно популярны? Какие образы были актуальны на показах мод в этом году? Какие стили пользуются спросом в журналах, посвященных дизайну интерьера и садоводству?

Технологии.

4 Какие технические новинки в соответствующих блогах показались вам самыми любопытными? Какие продукты и технологии привлекают наибольшее внимание на выставках электронных устройств? Чем популярные сегодня устройства — сотовые телефоны или планшетные компьютеры — отличаются от устройств прошлых лет?

Демографические данные.

5 Что меняется в мире в отношении этнического и культурного многообразия? Как меняется район, где вы живете?



6 Календарные события.
Какие события, общественные и культурные мероприятия ожидаются в мире в течение следующего года или двух?

7 Ваша улица, ваш мир.
Чем ваш район отличается от всех остальных? Местной пищей? Местной модой? Архитектурой? Религией? Культурными мероприятиями? Сейчас растет спрос на "аутентичные" изображения и изображения "локального характера".

8 Праздники и торжества.
Какие праздники популярны в мире и в вашем городе?

9 Современное искусство.
Никогда не копируйте работы других художников. Но всегда следите за всем новым и интересным в мире искусства, в том числе — фотографии. Какие проблемы, вопросы, концепции изучают современные художники? Какие новые технологии доступны для вас? Посещайте выставки, читайте блоги, книги и журналы, посвященные вопросам искусства.

10 Классическое искусство.
Иногда лучше всего вспомнить уже известное. Музеи и выставки классической живописи — неисчерпаемый источник вдохновения.

Что ищут покупатели

Чтобы максимально увеличить свои шансы на успех, вы должны понимать, что ищут покупатели. Мы часто общаемся с клиентами, которым нужны изображения со следующими характеристиками:

Аутентичные изображения.

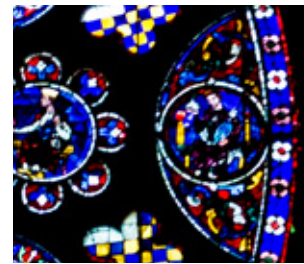
Изображения с красивыми моделями в изящных позах популярны, но покупатели каждый день говорят нам, что им нужна аутентичность. Изображения должны вдохновлять, должны быть высокого качества и профессионально выполнены, но при этом люди и их занятия должны выглядеть естественно, расслабленно и "подлинно".

Изображения, демонстрирующие культурные отличия.

Мы живем во все более глобальном мире как экономически, так и культурно. Покупатели много лет требуют от стоковых агентств изображений, достоверно и точно отражающих культурное разнообразие нашего мира.

Изображения, демонстрирующие местные культурные особенности.

Компания Shutterstock предоставляет услуги глобальной аудитории. Разве бизнес-встреча в Гонконге или Рио-де-Жанейро проходит так же, как в Лондоне или Риме? Не копируйте "популярные" образы. Покупателям нужны высококачественные и аутентичные образы мира, увиденного сквозь призму вашего взгляда.



Различные кадры одной съемки.

Покупатели часто говорят примерно следующее: "Снимок просто отличный, но нам не подходит, потому что человек на нем серьезен, не улыбается". Или потому что изображение расположено по горизонтали, а не по вертикали. Создавая различные и уникальные варианты одной и той же сцены, вы сможете предложить покупателю выбор и расширить возможности продажи снимков с одной съемки.

Продуманное место для текста.

На ваших изображениях должен быть четкий фокус внимания, но предусмотрели ли вы наложение текста? Представьте себе обложку журнала, объявление или материал на две страницы. Где фотографии оставляют место для текста? Какие приемы они используют — например, небольшую глубину резкости — чтобы создать подходящее место для текста?

Образы, которых больше нет нигде.

К нам недавно обратилась потенциальная клиентка из правительственной организации, специализирующейся на обработке сточных вод. Она регулярно покупает изображения сточных вод в канализационных коллекторах. Кто бы мог подумать! Популярные темы — природа, предметы, бизнес и здравоохранение — очевидны начинающим, но так как эти категории перенасыщены, важной составляющей вашей стратегии при составлении портфолио должен также стать поиск уникальных образов и уникальных тем. Эти изображения, может быть, не станут лидерами продаж, но уникальные, узкоспециализированные образы встретят меньше конкуренции и помогут выделиться вашему портфолио.



Как максимально увеличить свою прибыль от съемки

Даже ведущие профессионалы продумывают, как сократить производственные расходы, чтобы тем самым увеличить доходы. К основным способам снижения производственных затрат можно отнести следующие.

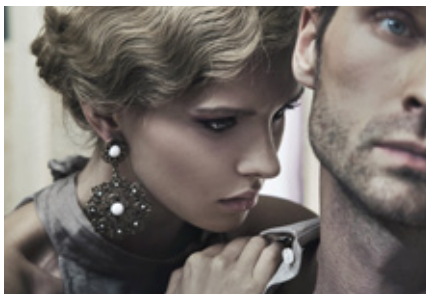
Арендуйте, а не покупайте определенное оборудование.

1 Вероятно, у вас своя камера, основные объективы и вспышка. Но студийное освещение и другое оборудование можно арендовать и сэкономить на этом. Ведущие профессионалы арендуют оборудование, когда преимущества аренды перевешивают стоимость покупки, хранения, техобслуживания и страхования оборудования, устаревающего в техническом плане уже через пару лет.

Делите расходы на оборудование и содержание студии.

2 Если вы знакомы с другими фотографами, которые также размещают свои работы на стоковых сайтах, поговорите с ними о возможности делить производственные расходы. Например, софиты можно арендовать по понедельно и использовать по очереди. Не забывайте, что вне зависимости от того, кто именно подписывал договор аренды, все пользователи оборудования несут ответственность в случае его поломки, потери или кражи, так что выбирайте ответственных и надежных партнеров.





Снимайте моделей в разной обстановке.

3

Портфолио некоторых фотографов полностью выстроено вокруг пары моделей. Конечно, лучше снимать разных моделей, но, в любом случае, работая с моделью в студии, используйте максимум возможностей. Разная обстановка, разные ракурсы, разные выражения лица, позы, одежда и сценарии позволят вам получить максимальную отдачу от одной съемки.

Выполняйте одновременно фото- и видеосъемку.

4

Все чаще фотокамеры имеют функцию видеозаписи в формате HD. Видео высокой четкости становится все более популярным стоковым средством, и лицензии на видеоклипы продаются по более высокой цене, чем фотографии. Фото- и видеосъемка, конечно, не одно и то же, но вы можете существенно увеличить свои возможности для заработка, используя обе функции во время одной съемки.

Попробуйте, прежде чем покупать.

5

Программное обеспечение для обработки фотографий бывает очень дорогим. К счастью, многие компании — например, Adobe — позволяют пользоваться своими продуктами бесплатно в течение 30 дней. Если вы не уверены в том, что вам понадобятся определенные функции, поработайте с пробными версиями программ, прежде чем сделать окончательный выбор и совершить покупку.



Покупая программу, применяйте принцип "Сделай сам".

6 Фирменные фото- и видеоаксессуары чаще всего дорого стоят. К счастью, в последнее время появилось много сайтов по типу "Сделай сам". На таких сайтах, как CheesyCam.com, можно получить консультации или купить недорогие версии популярных приспособлений — видеостабилизаторы, тележки оператора, светодиодные индикаторы и бегунки для камеры.

Снимайте людей только с их согласия и избегайте логотипов и товарных знаков.

7 Если на ваших изображениях присутствуют люди или чья-то недвижимость, лицензии на их коммерческое использование выдаются, только если вы получили письменное согласие модели или владельца недвижимости на съемку. Изображения также не могут использоваться в коммерческих целях, если на них явно видны логотипы или товарные знаки. Подписанное согласие на съемку — гарантия максимальной отдачи от работы для вас.

Творчески переосмыслите свое пространство.

8 Не обязательно иметь студию площадью 600 кв. метров, чтобы делать снимки, которые будут продаваться. Для съемки предметов на белом фоне вполне подойдет чистая белая ванна. Многие потрясающие снимки были сделаны в гаражах, просто на белом или черном фоне. Уделяйте особое внимание освещению, но помните, что никто не увидит того, что находится за кадром.



Обращайтесь с оборудованием бережно и вы сможете его продать, когда будет необходимо.

9 Есть множество причин, чтобы тщательно заботиться о своем оборудовании. Фотооборудование — например, линзы и вспышки — часто не падают в цене. Если вы бережно относитесь к своему объективу, вы сможете продать его на eBay почти за те же деньги, за которые купили. А вот корпус камеры скорее всего не будет представлять большой ценности, поскольку новые технологии предусматривают постоянные усовершенствования.

Важнейший способ экономить: относитесь к своему бизнесу как к бизнесу.

10 Следите, сколько в точности вы тратите на оборудование, услуги моделей и каждую съемку. Записывать расходы в сводную таблицу — отличный способ увеличить доходы. Здесь действует тот же принцип, что и при соблюдении диеты: если не считать калории и не взвешиваться, перестаешь понимать, почему не удастся достигнуть цели. Поставьте перед собой выполнимые задачи и продумайте долгосрочную стратегию достижения успеха.

Дополнительный совет:

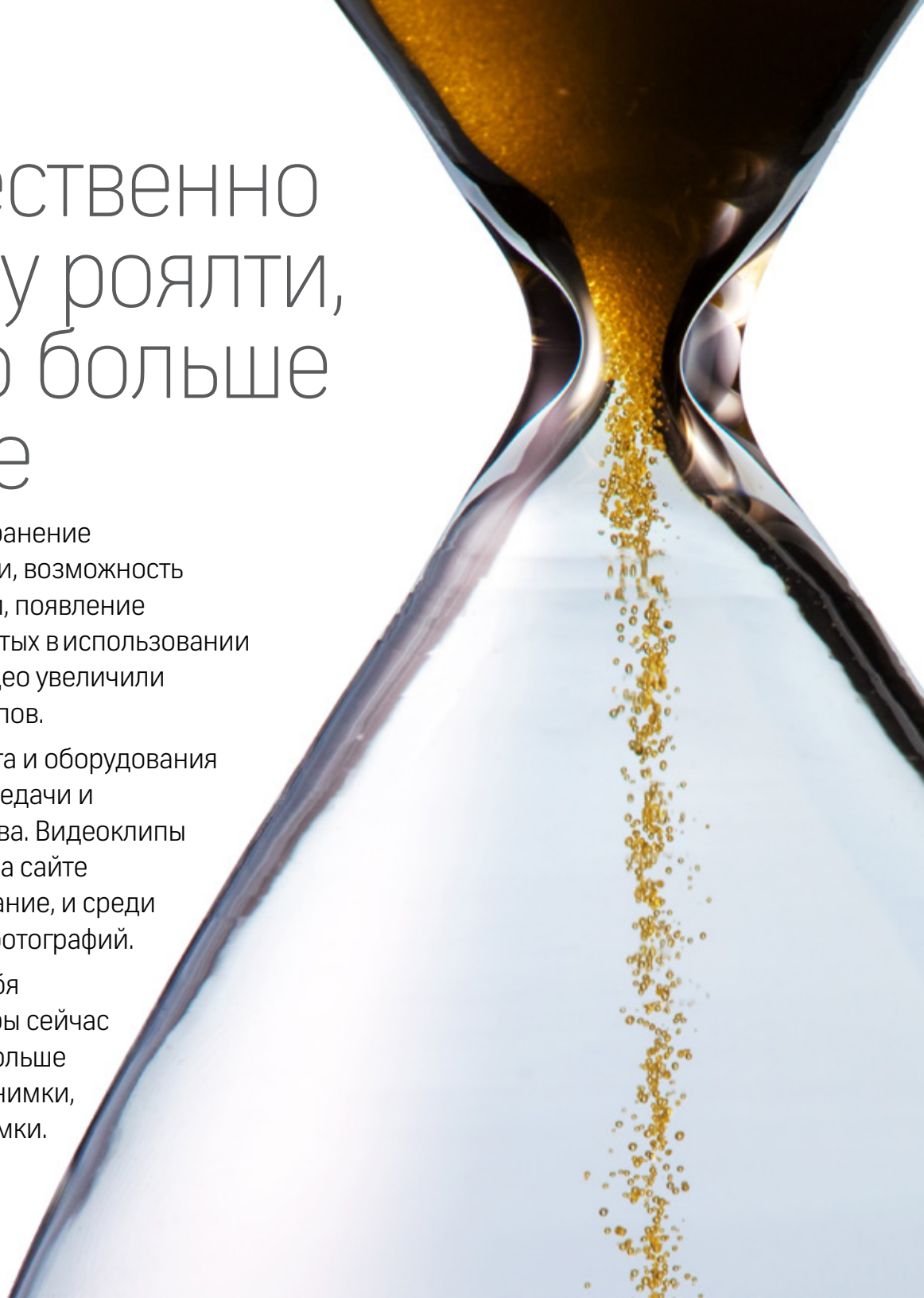
Ведущие фотографы знают, что главное их умение — создание образов, а не в отбор ключевых слов или выкладывание изображений на сайты. Привязку к ключевым словам, ретуширование и оптимизацию изображений и видеоклипов для продажи можно доверить сторонним студиям. Или наемному помощнику. Как правило, это подход фотографов, которые делают тысячи снимков.

Видео: как существенно увеличить сумму роялти, уделив немного больше времени съемке

Спрос на видеоклипы постоянно растет. Распространение видеоклипов в Интернете, на платном телевидении, возможность видеозаписи с помощью мобильных средств связи, появление видеообъявлений и доступность недорогих и простых в использовании инструментов для создания и редактирования видео увеличили потенциальный объем продаж стоковых видеоклипов.

Да, это требует инвестиций в виде времени, таланта и оборудования для съемки, редактирования, цветокоррекции, передачи и загрузки клипов. Но здесь есть и свои преимущества. Видеоклипы традиционно продаются по более высокой цене. На сайте Shutterstock роялти достигают \$23 за одно скачивание, и среди клипов конкуренция намного меньше, чем среди фотографий.

Что же вы можете сделать, чтобы с выгодой для себя использовать эту возможность? Многие фотокамеры сейчас имеют функцию видеосъемки в формате HD. Все больше фотографов включают в свои портфолио как фотоснимки, так и видеозаписи, созданные за время одной съемки.



Вот что вам нужно *в идеале*, чтобы начать заниматься видеосъемкой профессионально:

Зеркальная HD-камера или фотокамера с функцией видеосъемки в формате HD.

Возможно, у вас уже есть какая-нибудь из этих камер: Canon 5D Mark II, 5D Mark III, Canon 7D и Nikon D800 — популярные цифровые зеркальные фотокамеры, позволяющие создавать видеозаписи в формате HD. Фотокамеры стандарта Микро 4/3 и даже компактные камеры — такие, как пригодная для постоянного ношения камера GoPro Hero — также позволяют снимать видео высокой четкости. Работая с зеркальной камерой, вы будете лучше контролировать процесс и получите больше возможностей использования объектива. Как правило, такие камеры больше подходят для использования со штативами и другими аксессуарами.

Устойчивый штатив с панорамной головкой.

Фотография — это снимок, сделанный за долю секунды. Видеокадр может длиться минуту или больше. При профессиональной видеосъемке камера не должна дрожать или шататься, даже если вы используете функцию панорамирования. Для съемки с рук существуют различные стабилизаторы и держатели, а также приспособления из серии "сделай сам", позволяющие снизить размытость и вибрацию, вызванные дрожанием камеры.

Дополнительный видеоискатель или внешний монитор.

Видеозапись, как правило, просматривается на маленьком ЖК-экране зеркальной камеры. К сожалению, поскольку объекты находятся в движении, точно настроить фокус трудно. Для увеличения рамки ЖК-экрана существует множество аксессуаров, устанавливаемых после продажи. Один такой аксессуар устанавливается сзади камеры и выполняет функцию большой лупы или увеличительного стекла. Либо вы можете использовать небольшой внешний монитор на держателе. И то, и другое позволит вам лучше настроить фокус.

Непрерывное освещение.

Для фотосъемки достаточно одной "вспышки". Видеосъемка требует непрерывного освещения высокого качества, не подверженного чрезмерному нагреву. Вы можете арендовать или приобрести софиты, но помните, что вам нужны лампы для цветового баланса, позволяющие соблюсти указанные выше требования. Среди популярных моделей — светодиодные индикаторы, устанавливаемые на камеру, и студийные лампы производства ARRI и KinoFlo. Эти лампы также можно арендовать.



Устройства звукозаписи: микрофоны и цифровые записывающие устройства.

Вы можете разместить на сайте Shutterstock видеоклипы со звуком, но допускаются только звуки окружающей среды и фоновый шум. Музыка или аудиодорожка, предоставленная третьей стороной (с лицензией или без нее), не принимаются. С учетом вышесказанного звуки "в кадре", как правило, оказываются плохого качества. Для максимально высокого качества звука вам нужен Zoom H4n или подобное специальное звукозаписывающее устройство, а также качественный линейный микрофон или микрофон с широким углом захвата источника звука и ветрозащитный экран.

Быстродействующие карты памяти или карты большой емкости.

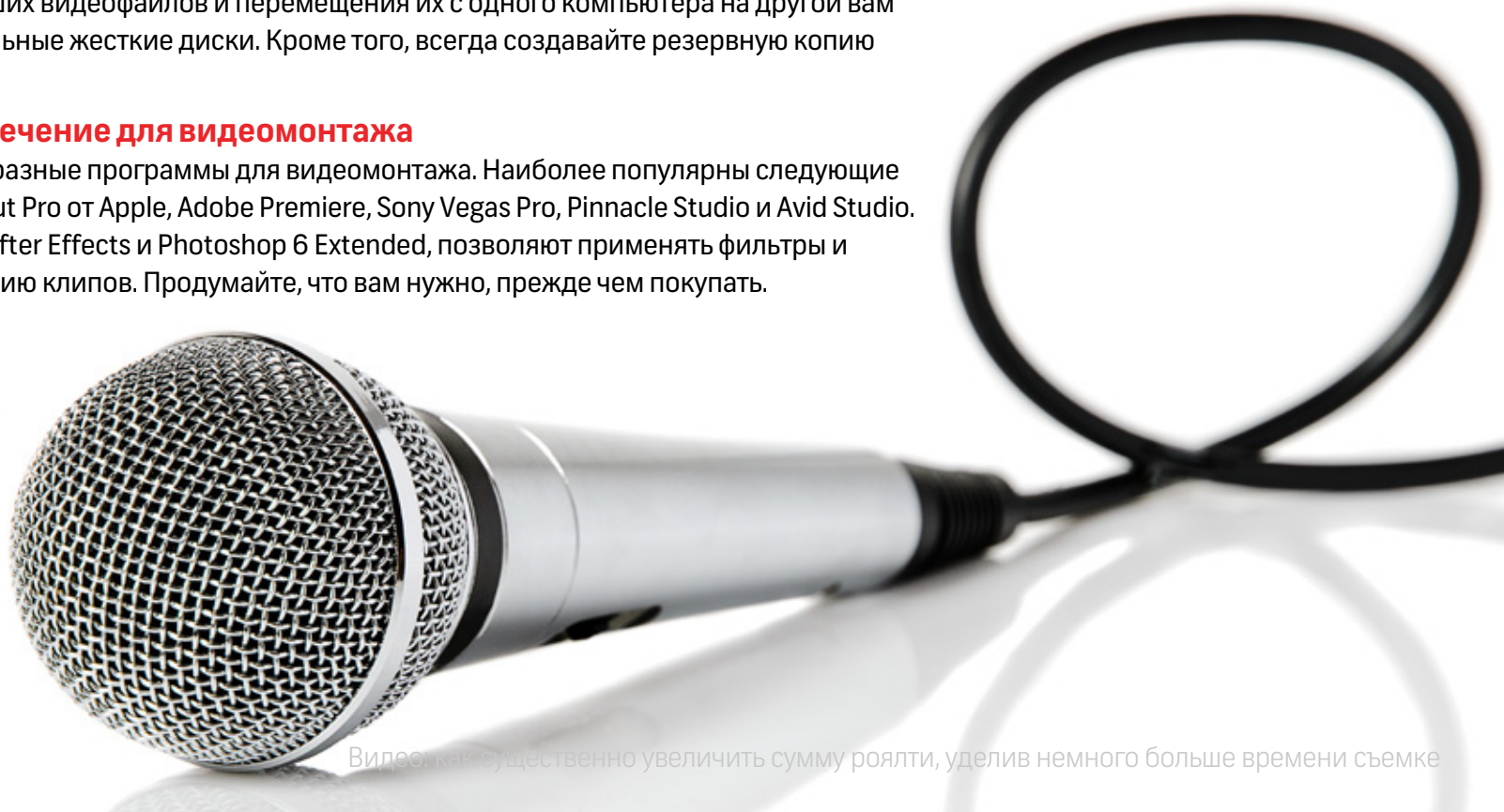
Видеофайлы гораздо больше по размеру, чем фотографии, часто клип занимает гигабайт или больше. Что касается быстродействия, большинство современных карт памяти рассчитаны на запись видео. Но вам стоит проверить быстродействие и размер карты, чтобы убедиться, что у вас достаточно объема и вы можете достаточно быстро снимать и передавать видео.

Пространство на жестком диске.

Жесткий диск вашего настольного ПК или ноутбука достаточно быстро заполнится клипами. Для оперативного сброса ваших видеофайлов и перемещения их с одного компьютера на другой вам понадобятся дополнительные жесткие диски. Кроме того, всегда создавайте резервную копию ваших данных.

Программное обеспечение для видеомонтажа

Вы можете найти самые разные программы для видеомонтажа. Наиболее популярны следующие пакеты программ: Final Cut Pro от Apple, Adobe Premiere, Sony Vegas Pro, Pinnacle Studio и Avid Studio. А такие программы, как After Effects и Photoshop 6 Extended, позволяют применять фильтры и выполнять цветокоррекцию клипов. Продумайте, что вам нужно, прежде чем покупать.



Основные компоненты самых популярных стоковых изображений и видеоклипов

1 **Коммерческая ценность.**

Понятие "коммерческая ценность" означает вероятность того, что ваше изображение или видеоклип пригодится покупателю. Поскольку лицензии на многие изображения приобретаются в коммерческих, корпоративных, маркетинговых и рекламных целях, то чем более изображение пригодно для использования в различных целях, включая публикацию и коммерческое использование, тем больше его "коммерческая ценность".

2 **Сочетание буквального и концептуального значения.**

Изображение серфера, оседлавшего огромную волну, имеет буквальную сторону: "серфер", "волна" и "доска для серфинга". Но некоторые изображения, связанные с серфингом, иллюстрируют абстрактные понятия — такие, как "риск", "приключение", "приятное волнение", "опасность" и так далее. Изображения, обладающие и буквальным, и концептуальным значением, имеют больше шансов стать популярными в качестве стоковых изображений.

3 **Предусмотренное место для текста.**

Купите в газетном киоске какие-нибудь журналы. Изучите обложку и просмотрите материалы. Откройте рекламу. Как дизайнеры располагают текст на изображениях? Много ли на изображениях отвлекающих элементов, или они простые и лаконичные в изобразительном плане?

4 **Источник вдохновения.**

Изображения, вызывающие эмоциональную реакцию, более ценны, чем те, что их не вызывают. Изображение альпиниста на покоренной им вершине может расширить наши представления о том, на что способен человек, и открыть новые уровни эстетической красоты.

5 **Баланс "амбиций" и реализма.**

Под амбициями мы понимаем стремление человека стать в чем-либо лучше. Однако, не все люди могут быть бодибилдерами, альпинистами или супермоделями. Покупателям часто нужны изображения, где сбалансированы положительные ценности, к которым мы все стремимся, и честные образы чего-то реалистичного и достижимого.





Сотрудничество с Shutterstock

shutterstock™



YES



YES

Как подать успешную заявку и разместить первые работы

Если у вас есть готовые изображения или вы готовы создавать стоковые, то присоединиться к Shutterstock проще простого. Мы придерживаемся стандартов высокого качества и вместе с тем предлагаем вам быструю и эффективную загрузку, размещение и утверждение работ на сайте. Многие авторы нашего сообщества начинают зарабатывать уже в течение первых 24 часов после размещения своих материалов.



Вот, что нужно знать, прежде чем подавать на рассмотрение свою первую серию изображений (или видеоклипов):

Прочтите инструкции Shutterstock относительно подачи материалов.

- 1 В наших руководствах указаны ваши юридические права и обязанности, технические критерии, и какого рода материалы подходят для нашей коллекции.

<http://www.submit.shutterstock.com/guidelines.mhtml>

Подумайте, обладают ли ваши изображения "коммерческой ценностью" и/или "ценностью для публикации".

- 2 "Коммерческая ценность" и "ценность для публикации" понимаются как вероятность того, что покупатель посчитает ваши материалы достаточно полезными, чтобы приобрести на них лицензию. Насколько вероятно, что ваше изображение будет использовано в рекламной кампании? Если изображение подходит для включения в публикацию, можете ли вы представить его в новостном или образовательном материале? Лицензии на изображения приобретаются в самых разных целях, но вам нужно подумать, насколько ваши изображения подходят для коммерческого использования и для публикации.

Отредактируйте свои изображения так, чтобы они соответствовали нашим критериям качества.

- 3 Даже самый лучший фотограф может быть плохим редактором, если он или она слишком эмоционально относится к своим изображениям. Если вам трудно выбрать 10 лучших изображений среди своих работ, проконсультируйтесь с другими авторами на форумах Shutterstock и MicrostockGroup и получите их отзывы.



Просмотрите свои изображения в масштабе от 100% до 200%.

4 Просмотрите свои изображения, увеличив их до 100–200%, чтобы заметить зашумленность, помехи, искажения и другие дефекты, вследствие которых ваши работы могут быть не утверждены.

Укажите метаданные о качестве и ключевые слова.

5 Чаще всего покупатели находят изображения не только по внешним признакам. Поисковые службы ищут совпадения слов, введенных покупателем, и указанных вами ключевых слов. Лучше подобранные ключевые слова означают больший объем продаж. Более точные ключевые слова означают больший объем продаж. Если вы укажете 25–45 точных, релевантных и безошибочно написанных ключевых слов для каждой фотографии, вы существенно увеличите свои шансы на успех.

Загрузите изображения и подайте их на рассмотрение.

6 Убедившись в том, что ваши изображения соответствуют указанным выше критериям, подавайте их на рассмотрение! Загрузите изображения по адресу <http://submit.shutterstock.com> и ждите письма с официальным утверждением на свой адрес электронной почты!

Не отчаивайтесь.

7 Многие успешные авторы Shutterstock получили отказ при первой попытке размещения. Если в первый раз вы получили отказ, совершенствуйтесь и пытайтесь снова!

Выбор ключевых слов

Сделайте выбор ключевых слов обязательной частью своей работы. Ваши изображения будут лучше продаваться, если вы приложите немного усилий и укажете для них точно подобранные ключевые слова, при чем чем больше, тем лучше.

Вот несколько советов, которые помогут вам освоить искусство и науку выбора ключевых слов.

Думайте, как покупатель изображений.

Представьте себе человека, который захочет скачать ваше изображение. Поставьте себя на его место и подумайте, какие бы слова он набрал, чтобы найти изображение, подобное вашему. Конкретизируйте.

Используйте от 25 до 45 точных ключевых слов и максимально адаптируйте их к каждому изображению.

Как правило, старайтесь указывать 25–45 ключевых слов для каждого изображения. Проще всего загрузить серию снимков с одной съемки и указать для них одни и те же ключевые слова. Но если вы посвятите этому немного больше времени и укажете для каждого изображения точные ключевые слова, вы увеличите свои продажи.

Ваши заголовки и описания должны быть уникальными.

Заголовки должны быть краткими, остроумными и точно описывать то, что представлено на изображении. Старайтесь сделать заголовок максимально точным и уникальным. Например, если у вас есть два изображения собак, не называйте оба "Собака". Заголовки "Белая собака играет с мячом" и "Черная собака ест" помогут различить фотографии. Экономия времени на редактировании может привести к сокращению продаж.



Не указывайте слова, не имеющие отношения к изображению.

Никогда не указывайте в качестве ключевых слова, не имеющие отношения к изображению, пытаясь увеличить количество просмотров. Помните, смысл ключевых слов – в том, чтобы покупатель нашел ваши изображения. Компания Shutterstock сохраняет за собой право лишать пользователей, прибегающих к подобного рода спаму, доступа к сайту.

Точно описывайте людей.

Используйте как можно больше слов, чтобы точно описать возраст, расу и пол вашей модели. Будьте особенно внимательны при описании расовой и этнической принадлежности людей. Не допускайте ошибок в описании этнической принадлежности.

Продумайте описание понятий и чувств.

Не следует описывать улыбающегося человека как просто улыбающегося. Он или она могут испытывать "счастье", "радость", "удовольствие" или любые другие эмоции. Покупатели изображений часто набирают в поиске такие абстрактные слова, поэтому подумайте, какие слова лучше всего подошли бы к вашим изображениям и не жалейте их. Используйте тезаурус, чтобы найти новые слова, и орфографический словарь, чтобы правильно их написать.



Причины отказов — как получить одобрение ВСЕХ фотографий

Наши рецензенты контролируют качество и соблюдение правовых норм и норм публикации. Рецензенты ежедневно просматривают сотни, если не тысячи, изображений. Они специально учатся тому, чтобы смотреть на изображения внимательным, профессиональным взглядом. Часто они сами — фотографы или художники. Процесс рецензирования субъективен, но справедлив. Важно помнить, что отказ никогда не стоит принимать близко к сердцу.

Чтобы получить одобрение ВСЕХ своих изображений, прочтите, по каким причинам чаще всего происходят отказы и как можно решить определенные проблемы.





1

Плохое освещение.

Формулировка "Плохое освещение" подразумевает нарушение цветового баланса (или баланса белого), недостаточную выдержку, яркость или контрастность изображения, либо такие характеристики освещения, как присутствие теней.

Как добиться лучшего освещения в изображениях:

- Посетите мастер-класс по освещению или просмотрите видеоклипы с инструкциями.
- Убедитесь в том, что знаете, как настраивать баланс белого и выдержку на своей камере.
- Научитесь отражать или рассеивать свет фотовспышки, это часто позволяет создать более удачное освещение.
- Используйте функции брекетинга, чтобы сделать серию снимков с разной выдержкой и впоследствии выбрать наиболее подходящую.
- Отрегулируйте освещение на этапе обработки в программе Photoshop или других графических редакторах с помощью таких функций, как уровни, кривые, маски и тонирование.
- Откалибруйте свой монитор с помощью инструмента для калибровки цветов Spyder4Pro, чтобы цвета на ваших изображениях были максимально точно подстроены под эталонные.



2

Композиция

Формулировка "Композиция" означает, что в результате окантовки, обрезки или компоновки ограничена пригодность изображения в коммерческих целях или в целях публикации.

Как решить проблемы с композицией:

- Подумайте, как может быть размещен на изображении текст.
- Кадрируйте аккуратно, с учетом края изображения.
- Удалите все, что отвлекает.
- Обрезайте не слишком сильно, чтобы у клиента осталась возможность для "маневров".
- Не наклоняйте камеру, если не уверены, что наклонное положение повысит ценность изображения.

3

Фокус

Формулировка "Фокус" означает ненамеренную или неприемлемую размытость изображения, вызванную либо недостаточно точной настройкой фокуса, либо движением, либо низким качеством объектива. Такую размытость следует отличать от намеренного или художественного эффекта размытия, имитирующего движение объекта, "избирательной фокусировки" и глубины резкости.

Точная фокусировка позволяет направлять взгляд зрителя. Недостаточно точная фокусировка отвлекает внимание и может снизить вероятность того, что изображение будет принято или скачано.

Как решить проблемы с фокусировкой:

- Следите за точностью фокусировки, делайте ряд контрольных снимков и пользуйтесь штативом.
- Учитесь работать с глубиной резкости.
- Купите качественный объектив и выполните его микрокалибровку в соответствии с корпусом своей камеры, если эта функция поддерживается.
- Учитесь разумно пользоваться инструментами повышения четкости программы Photoshop, такими как "нерезкая маска". Никогда не повышайте четкость чрезмерно.
- Снимайте с достаточной скоростью действия затвора, чтобы избежать размытости.



4

Пыль и царапины

Формулировка "Пыль и царапины" означает, что на изображениях заметны пыль и царапины или грязный фон. Вы легко можете решить эти проблемы на этапе обработки, прежде чем подавать изображения на рассмотрение.

Как не допустить появление пыли и царапин на изображениях:

- Следите за тем, чтобы ваша камеры и объективы были чистыми. Храните их в незапыленных местах и регулярно очищайте. Будьте очень осторожны, меняя объективы, и при необходимости пользуйтесь специальным набором для очистки.
- Сканируя негативы, слайды или старые фотографии, убедитесь в том, что сканер чистый, и обращайтесь с изображениями аккуратно. Отправляя рецензенту отсканированные материалы, специально укажите это.
- Фотографируя что-либо на однородном фоне, убедитесь в том, что этот фон чистый и незапыленный.
- Просмотрите свои изображения в масштабе 100%, прежде чем подавать их на рассмотрение. Если изображение содержит заметные дефекты, аккуратно удалите их с помощью инструментов клонирования или кистей в графическом редакторе.

5

Помехи

"Помехи", как правило, связаны с чрезмерным повышением контрастности, зернистостью фотопленки, пылью, неверной выдержкой, недостаточным освещением и другими искажениями.

Как избавиться от помех:

- Не повышайте чрезмерно резкость изображений.
- Фотографируйте цифровой зеркальной камерой, не пользуйтесь камерами низкого качества.
- Устанавливайте самое низкое значение ISO.
- Не допускайте длительную выдержку.
- Снимайте с верно выставленной выдержкой, в случае необходимости пользуйтесь экспонометром.

Товарные знаки

Фотографии, которые вы хотите продать как стоковые, не могут содержать какие-либо отличительные визуальные признаки, имеющие отношение к уже существующей марке, корпорации, компании или известному дизайну. Иначе это будет означать нарушение закона, и вы можете получить отказ со следующей формулировкой:

Товарный знак. Содержит торговый знак и может рассматриваться как случай нарушения авторского права — не предназначено для публикации.

Очевидным исключением здесь является изображение, предназначенное для публикации, но не забывайте, что такое изображение должно представлять интерес для СМИ.

Как избежать проблем с торговыми знаками:

- Не присылайте нам изображения отдельных предметов, которые могут вызвать ассоциации с определенным продуктом или услугой.
- Помните, что отдельные предметы могут охраняться законами о торговых знаках. Следите за тем, чтобы на одежде, электронных приборах или объявлениях на заднем плане изображения не было различных этикеток или логотипов.
- Если какие-то детали изображения вызывают у вас сомнение, удалите их на этапе обработки.
- Ознакомьтесь с нашим списком "Существующих ограничений для изображений":

<http://www.shutterstock.com/buzz/legal/stock-photo-restrictions>



Как зарабатывать с Shutterstock: что такое роялти

Строго говоря, клиенты не "покупают" у вас изображения. Они покупают право на их использование. При этом за вами остаются права на распространение и демонстрацию своего изображения или видеоклипа, но лицензия дает клиенту возможность использовать вашу работу.

Каждый раз, когда клиент покупает лицензию на одно из ваших изображений у Shutterstock, мы выплачиваем вам роялти. Сайт Shutterstock прежде всего известен как служба подписки, но мы также продаем лицензии на отдельные изображения, комплекты изображений, расширенные лицензии, кастомизированные лицензии и лицензии на видео.

Вы можете просмотреть все типы лицензий и сумму роялти в каждом случае по адресу нашей таблицы доходов:

http://submit.shutterstock.com/earnings_schedule.mhtml



Об использовании в особых целях

Помимо стандартных и расширенных лицензий, компания Shutterstock предлагает кастомизированные лицензии таким покупателям, как, например, крупные рекламные агентства. Таким агентствам нужно больше прав и больше свободы в использовании изображения. Сюда может относиться использование в особых целях. Примером использования в особых целях может служить политическая реклама или реклама, связанная со здравоохранением.

Многие стоковые агентства, в том числе наши непосредственные конкуренты, включают пункт "Использование в особых целях" в свои лицензии. В отличие от этих стоковых агентств, компания Shutterstock предоставляет вам возможность контролировать данный вопрос самостоятельно. Вы сами решаете, хотите ли вы получить такую возможность продаж.

Пункт "Использование в особых целях" наших УПУ позволяет крупным клиентам использовать изображения в особых целях со следующими ограничениями: клиенты должны указать, что на изображении представлена модель и оно используется только в целях иллюстрирования. Согласно политике нашей компании, запрещается использование изображений в порнографических материалах, в объявлениях или рекламных материалах развлекательных клубов для взрослых или подобных площадок, служб эскорта, знакомств или подобных служб.

Согласившись с этим пунктом, вы сможете получать намного больше роялти от клиентов, представляющих ведущие рекламные агентства мира. Пункт "Использование в особых целях" составляет лишь малую часть лицензий, приобретаемых этими крупными клиентами, но приняв его, вы получаете полный доступ ко всем возможностям продаж, какие предоставляют эти покупатели, а также роялти в размере 120 долларов и больше за одно скачивание.

Если вы не хотите принимать это условие, перейдите на страницу своей учетной записи и измените настройки пользователя.





Как стать профессионалом

Соблюдайте закон!

Авторское право, товарные знаки и единство рынка

Авторское право — это вид юридической защиты, предоставляющий авторам творческих проектов исключительное право демонстрировать, воспроизводить, распространять и получать доход от созданных ими работ. Авторы художественных работ могут предоставлять другим людям право на те же действия, в том числе и за вознаграждение, и в этом состоит суть понятия "лицензирование". Авторское право охраняется законами большинства стран и соблюдается в соответствии с международными соглашениями. Универсального закона об авторском праве не существует, и условия его охраны в разных странах могут различаться.

На идеи авторское право не распространяется. Однако закон охраняет описание автором идеи. Если лицо копирует оригинальные элементы фотографий или дизайна другого лица без получения на то разрешений и эти элементы подобны "в значительной мере" элементам оригинальной работы, то указанное лицо можно привлечь к ответственности за нарушение авторского права.



Что это значит для вас?

Во-первых, это означает, что вы являетесь владельцем собственных фотографий. Размещая их на сайте Shutterstock, вы тем самым позволяете компании Shutterstock выдавать покупателям лицензии на эти изображения от вашего имени.

Во-вторых, это означает, что вы должны быть внимательны и не допускать копирования оригинальных или уникальных элементов работы другого человека. Авторское право охраняет ваши работы, и точно так же оно охраняет работы других художников и авторов.

Лучший способ избежать проблем с авторским правом — сосредоточиться на создании оригинальных образов. Будьте независимым художником. Не копируйте чужие работы. Не стоит идти на такой риск.

В каких случаях компания Shutterstock преследует нарушение авторского права

Компания Shutterstock преследует нарушение авторского права в том числе в следующих случаях:

- Неправомерное использование ваших изображений.
- Копирование одним из авторов работ другого автора.

Мы серьезно относимся к нарушениям авторского права, поскольку они могут привести к правовым спорам и повлиять на восприятие клиентами всего архива. Наша цель — обеспечить безопасное и надежное пространство для работы всех участников процесса.

Более подробная информация об американских законах об авторском праве представлена по адресу:

<http://www.copyright.gov/circs/circ01.pdf>



Что такое товарный знак?

Товарный знак — это слово, имя, символ или устройство, либо сочетание всего вышеперечисленного, используемое для различения и идентификации источника определенных продуктов или служб. Примером товарного знака может служить логотип компании или дизайн, ассоциирующийся с конкретным продуктом или службой.

Как и в случае с авторским правом, универсального закона о товарных знаках не существует, и условия их охраны зависят от страны. В целом закон о товарных знаках охраняет идентификаторы определенных продуктов или услуг, чтобы не допустить путаницы относительно их источника. Мы не принимаем изображения, содержащие товарные знаки, для коммерческого использования, поскольку в результате их использования может произойти путаница относительно источника определенных продуктов или услуг, а это может означать нарушение прав других лиц на товарный знак.

Как избежать товарных знаков в своей работе? Если какое-либо слово, название, символ или устройство на вашем изображении могут напомнить о конкретном продукте или услуге, возможно, они охраняются правом на товарный знак. Если ваше изображение содержит товарный знак, удалите его прежде чем предоставлять свое изображение для коммерческого использования (допускается использование такого изображения в целях публикации). Вот так просто!

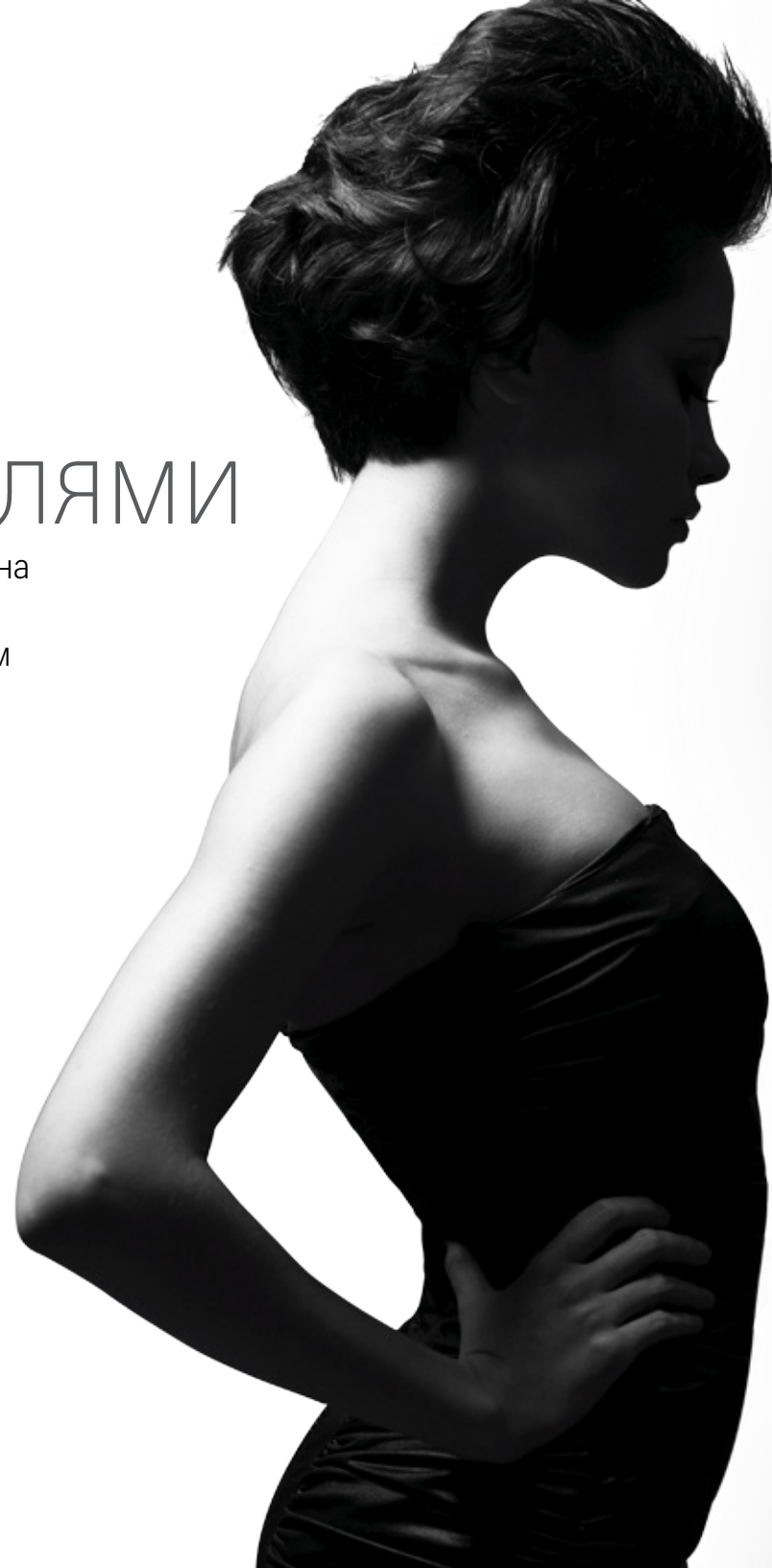
Более подробная информация об американских законах о товарном знаке представлена по адресу:

<http://www.uspto.gov/trademarks/law/index.jsp>



Как работать с моделями

Если вы хотите фотографировать людей, не рассчитывайте только на друзей: их внешность может не соответствовать вашим целям. Вот несколько стратегий поиска хороших моделей, благодаря которым ваши изображения будут иметь успех.



Агентства.

Почти в любом городе есть модельное агентство, куда можно позвонить и нанять профессиональных моделей на пару часов или на день. Это может влететь в копеечку, поэтому подумайте, как вы можете снизить свои расходы. Например, предложите сделать портретные снимки моделей для портфолио в обмен на то, что они попозируют для вас.

Кастинг.

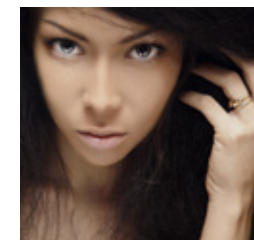
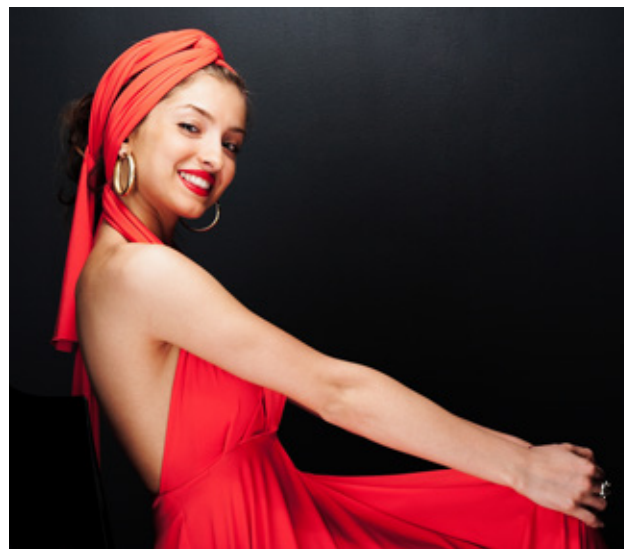
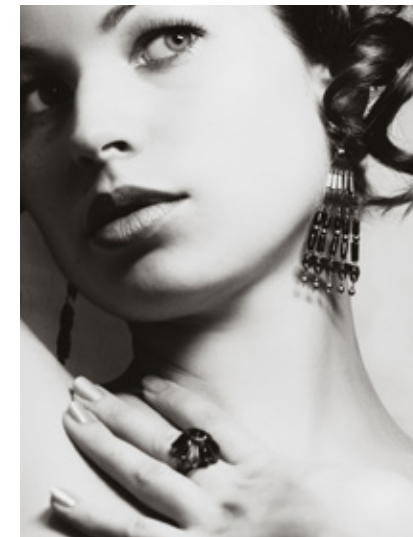
Объединитесь с еще одним фотографом и организуйте кастинг моделей. Разместите объявление о кастинге в социальных сетях, чтобы привлечь моделей. Назначьте кастинг на удобное время и отведите на него несколько часов. Вызывайте моделей по очереди, чтобы задать несколько вопросов и сделать пару моментальных снимков. Так вы сможете создать базу данных и будете знать, кому звонить, когда вам понадобится новая модель для работы.

Кастинг на улице.

Вы когда-нибудь проходили мимо человека на улице с мыслью, что хотели бы сфотографировать его? В следующий раз, заметив прекрасную, на ваш взгляд, модель, подойдите к этому человеку и объясните, чем вы занимаетесь, и что вам интересна его внешность. Дайте ему адрес вашего сайта (если он у вас есть), чтобы он мог посмотреть ваши работы. Избегайте неловких или неприятных ситуаций с незнакомцами — лучше всех позируют модели, которые расслаблены и доверяют вам. Прежде чем приглашать модель на съемку, обсудите сумму гонорара.

Родственники и друзья.

А как насчет знакомых? Нет ли у вас фотогеничных родственников, которые могли бы стать хорошими моделями? Отличными моделями могут быть родственники всех возрастов, от младенцев до пожилых людей. Если вы планируете воспользоваться услугами родственников, в том числе детей, ознакомьтесь с разделом "Использование в особых целях".



Не забывайте о деталях:

- **Согласие модели на съемку.** Любая фотография человека, на которой его можно опознать, требует согласия модели на съемку, иначе коммерческое лицензирование невозможно. Согласие должно быть подписано фотографом, моделью и свидетелем. Если ваша модель — несовершеннолетний человек, согласие на съемку должен подписать опекун. Более подробная информация о согласии модели на съемку представлена по адресу: <http://submit.shutterstock.com/legal.mhtml>
- **Вознаграждение за позирование.** Бывает трудно определить точно, сколько платить модели за работу, но вне зависимости от того, на какую сумму вы договоритесь, главное — обсудить этот вопрос заранее.
- **Расскажите о возможностях.** Работая с любой моделью, объясните, что такое стоковая фотография и как могут быть использованы изображения.

Во время съемки

Работа с моделью может быть непростой, но вместе с тем приносить удовлетворение. Вот несколько полезных советов, как организовать съемку так, чтобы все прошло гладко.

- **Убедитесь в том, что ваши модели готовы к крупным планам.** Крайне важен ухоженный вид. Попросите модель прийти на съемку с нейтральным свежим маникюром и использовать как можно меньше косметики и средств для укладки волос.
- **Поставьте какую-нибудь музыку.** Это поможет вашим моделям расслабиться и получить удовольствие от съемки.
- **Используйте различные сценарии и ракурсы.** Двигайтесь. Выдавайте моделям различный реквизит, подсказывайте им разные образы и эмоции, которые они могут изобразить.
- **Позвольте моделям вести себя естественно.** Постарайтесь не давать им слишком много инструкций, чтобы избежать зажатости и неудобных поз.
- **Съемка модели снизу, как правило, не дает хороших результатов.** Снимайте прямо или сверху, смотря на объект съемки с верхней точки.
- **Если вы можете себе это позволить, пригласите стилиста.** Стилист также может помочь вам с одеждой, прическами и макияжем.




Фотографирование детей

Фотографируя младенцев и детей, вы можете сделать потрясающие и удивительные снимки. Вот о чем следует помнить:

- **Получите разрешение.** Это должно быть очевидно, но никогда не фотографируйте несовершеннолетнего без разрешения его родителей или опекуна.
- **Расскажите о возможностях.** Убедитесь в том, что все хорошо понимают, в каких целях могут использоваться изображения. Обязательно объясните родителям или опекунам своих маленьких моделей, что значит использование в особых целях. Предоставление изображений для использования в особых целях не является обязательным.
- **Пригласите на съемку помощника.** Еще одна пара рук вам точно не помешает. Пусть этот человек общается с детьми и развлекает их, а вы молча передвигаетесь по комнате. Ваш помощник должен быть готов к тому, что ему придется рассказывать смешные истории, напевать, танцевать — делать все, чтобы дети не скучали и улыбались.
- **Постарайтесь не давать слишком много инструкций маленьким моделям.** Фотографируйте их, когда они двигаются и делают то, что свойственно детям. Ваши изображения должны быть веселыми и ЕСТЕСТВЕННЫМИ.





Как получить возможность фотографировать знаменитостей

Репортажи со специальных событий и снимки знаменитостей всегда востребованы. Все, что вам нужно — это программа Shutterstock "На красной дорожке". Компания Shutterstock поможет вам получить нужные пропуски для прессы на премьеры фильмов, концерты, спортивные мероприятия или политические съезды. Для вас это прекрасная возможность попасть на специальные мероприятия, а для нас — способ пополнить библиотеку фотографий.

Узнайте больше об этой программе по адресу: <http://www.shutterstock.com/buzz/on-the-red-carpet-program>.

Чтобы подать заявку, скачайте форму по адресу: <http://submit.shutterstock.com/redcarpet.pdf>.

Вот о чем следует помнить:

- Лицензии на все фотографии, сделанные по удостоверениям Shutterstock, будут предоставлены Shutterstock с исключительными правами на два года с даты утверждения фотографий.
- Приходите вовремя, одевайтесь в соответствии с форматом события, будьте вежливы.
- Четко называйте свое имя и организацию, которую представляете.
- Подписывайте фотографии точно, будьте внимательны, указывая имена людей. Используйте перекрестные ссылки, чтобы избежать ошибок; не делайте предположений.
- С уважением относитесь к знаменитостям или другим людям. Помните, что их часто осаждают фотографы, а отношения, которые могут у вас сложиться со временем, и ваша репутация будут иметь большее значение, чем одна фотография.

Производственные стратегии профессионалов

Профессионалов в стоковой индустрии объединяет одно — они планируют каждую съемку и точно знают, куда двигаются. Создайте свое портфолио, следуя этим простым советам.

Планируйте каждую съемку.

Какой бы ни была концепция, тщательно продумывайте съемку вместе со своей командой. В итоге вам нужно составить список из 30-50 кадров, которые вы хотите получить.

Проводите собрание перед съемкой.

Съемочные группы часто встречаются перед съемкой, чтобы обсудить последние детали: от одежды и реквизитов до освещения и расположения предметов.

Подготовьте запасное оборудование.

У вас должна быть под рукой вторая камера, и будьте готовы к любым неожиданностям.

Следите за временем.

Соблюдайте во время съемки заранее продуманный график. Даже если что-то пошло не так — двигайтесь дальше по плану.

Создайте сильную команду.

Ретушер, продюсер и стилист позаботятся обо всем, что вам нужно, а вы сможете сосредоточиться на съемке.

Избегайте клише.

Шаблонных фотографий в избытке на любом сайте, в том числе и на нашем. Действуйте профессионально — делая снимки на популярные сюжеты, представляйте свой уникальный взгляд, чтобы ваши изображения выделялись среди остальных.



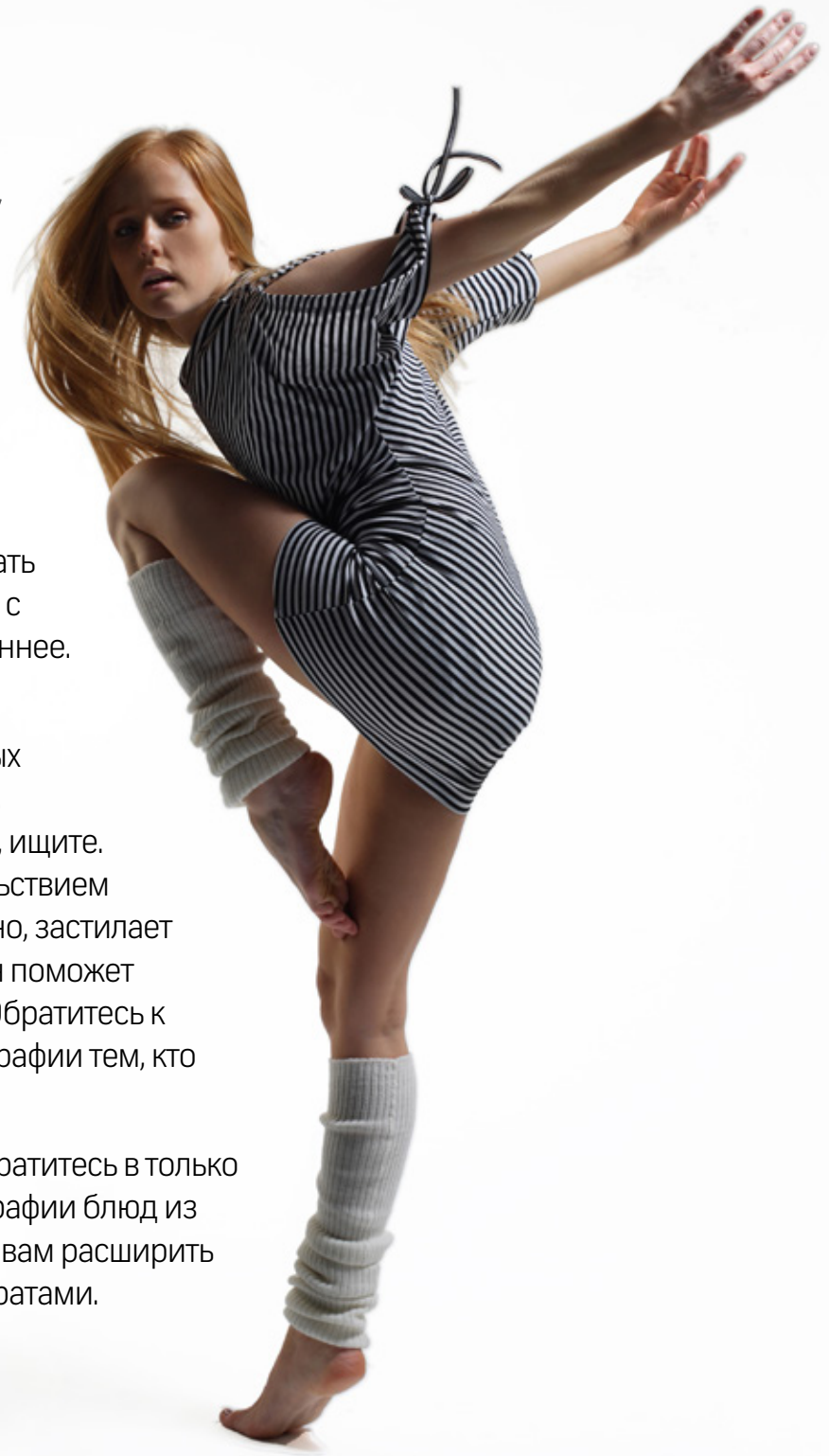
Как создать команду

Предоставьте все, в чем вы не разбираетесь, специалистам.

Вы можете быть отличным фотографом, но при этом не очень хорошо готовить, подбирать одежду или застилать постель. Предоставьте это профессионалам (профессионалам в другом), пусть они помогут вам справиться с этими задачами. Создать хорошую команду может быть непросто, и вам понадобится поработать вместе не на одной съемке, чтобы почувствовать себя комфортно. Но с успешной командой ваши снимки станут еще изысканнее и совершеннее. В этой области трудно справиться со всем самостоятельно.

Начните с того, что разместите объявления в Интернете или в местных художественных школах. Поспрашивайте фотографов в своем городе, разместите объявления на сайтах Craigslist и LinkedIn и ищите, ищите, ищите. Может быть, один из ваших друзей всегда любил готовить и с удовольствием поможет вам оформить пищу для съемки. А другой ваш друг, возможно, застилает постель так красиво, как вы и представить себе не могли; так пусть он поможет вам при съемке текстиля (подушек, простыней, постельного белья). Обратитесь к знакомым фотографам и предложите отправить напечатанные фотографии тем, кто вам поможет, чтобы они могли добавить их в свои портфолио.

Любите фотографировать готовые блюда, но не сильны в готовке? Обратитесь в только что открывшиеся рестораны в вашем городе и предложите им фотографии блюд из их меню. Они готовят, а вы щелкаете затвором. Такие сделки помогут вам расширить ваше портфолио и внести в него разнообразие с минимальными затратами.



Ресурсы

Глоссарий

Случалось ли вам на форумах или стоковых сайтах встречать не совсем понятные слова? Вот несколько терминов, которые помогут вам сориентироваться.

1

Роялти-фри. В отличие от лицензий с управляемыми правами (см. далее), лицензии "роялти-фри" имеют очень мало ограничений. Такие изображения один и тот же покупатель может использовать несколько раз, не выплачивая дополнительный гонорар. Изображения "роялти-фри" продаются не на исключительной основе и, как правило, стоят меньше, чем изображения с управляемыми правами. Эти лицензии могут быть очень популярны, потому что клиентам они более понятны, и им проще с ними работать. Компания Shutterstock специализируется на лицензиях типа "роялти-фри".

2

С управляемыми правами. Лицензия с управляемыми правами относится к первоначальным типам лицензий и предоставляет право использовать изображение только однажды и в конкретных целях. Если же покупатель хочет использовать это изображение еще раз, он должен выплатить автору дополнительный гонорар. Иногда лицензии на изображения с управляемыми правами выдаются на исключительной основе, чтобы другие люди не могли использовать то же изображение.

3

Подписка. Компания Shutterstock предлагает продукты разных типов, но самым популярным является подписка. Наши клиенты могут выбрать месячную подписку и скачивать до 25 изображений каждый день. Каждое скачивание — это ваш доход. Таким образом продажи достигают значительного объема, и клиенты свободны в своем выборе.

4

Микросток. Это специальный термин, означающий коллекции стоковых изображений с открытыми каналами для размещения и минимальными ценами, привлекающими малый бизнес. В отличие от традиционных стоковых агентств, где изображения подвергаются разнообразной правке и

5

должны преодолеть много препятствий, прежде чем будут одобрены, авторами микростоковых коллекций могут быть как профессионалы высокого класса, так и широкая публика. Shutterstock часто называют микростоковым сайтом, хотя многие наши услуги и условия выходят за рамки этого термина.

6

Коммерческое использование. Термин "коммерческое использование" относится к изображениям, используемым в рекламе, упаковке продукции и в других случаях продвижения товаров или услуг. Коммерческое использование изображения может требовать специальных разрешений, например, согласия модели или владельца недвижимости.

7

Использование для публикации (или "некоммерческое использование"). Изображения, подходящие для этих целей, представляют объект или событие, интересное для СМИ. Такие изображения, как правило, не подходят для коммерческого использования. Например, изображение профессионального хоккеиста может быть интересно СМИ, но его нельзя использовать в рекламе без согласия этого хоккеиста.

8

Авторское право. Авторское право — это вид юридической защиты, предоставляющий авторам творческих проектов исключительное право демонстрировать, воспроизводить, распространять и получать доход от созданных ими работ. Авторы художественных работ могут предоставлять другим людям право на те же действия, в том числе за вознаграждение, и в этом состоит суть понятия "лицензирование".

Метаданные. Метаданные — это информация (или данные) об изображении. Например, ключевые слова, описывающие содержание изображения, представляют собой отдельный тип метаданных.



Зарегистрируйтесь сейчас

Присоединиться к нашему сообществу фотографов и дизайнеров можно **быстро и просто**.
Зарегистрируйтесь сейчас, и вы сможете **начать зарабатывать** уже в течение ближайших
24 часов. Посетите сайт submit.shutterstock.com сегодня, чтобы **положить начало** доходам от
любимого дела.

Зарегистрируйтесь сейчас

submit.shutterstock.com

Полезные ссылки

Shutterstock

Shutterstock для авторов

<http://submit.shutterstock.com>

Shutterbuzz, блог авторов Shutterstock

<http://www.shutterstock.com/buzz/>

Форум авторов Shutterstock

<http://submit.shutterstock.com/forum/>

Контактная информация

<http://submit.shutterstock.com/contact.mhtml>

Сторонние ресурсы

Microstock Group

<http://www.microstockgroup.com/>

Новости Microstock

<http://www.microstock-news.com/>

