

### Настенный календарь как элемент корпоративной культуры

Мы начинаем рабочий день с того, что смотрим на календарь – чтобы задать себе точку отсчета во времени, а иногда и в пространстве. Мы получаем импульс от изображения: от того, какое это изображение, как оно создано, и что несет в себе, во многом зависит, как мы настроимся на события начавшегося дня.

Что же отмечает наше зрение? Фотографию, реже произведение искусства, которое фотографическим способом, а затем с помощью полиграфических технологий воспроизведено в календаре.

Настенные календари покупают в магазине, но уважающий себя бизнесмен заказывает собственный, ведь подарить календарь клиентам и партнерам – это элемент его престижа. Вашему календарю предстоит соперничать, как минимум, с несколькими аналогичными подарками. Эта конкуренция не за место на стенах офиса, а за наше внимание. Удачные календари задерживаются в офисе (иногда даже более года, становясь частью его оформления), остальные подарки разойдутся по домам сотрудников, а неудачные экземпляры сразу отправятся в мусорную корзину.

Корпоративный календарь – часть имиджа компании, поэтому к фотографиям, размещенным в таком издании, предъявляются особые требования. Они должны нести положительный заряд, и, конечно, должны быть эксклюзивны. Не думаю, что вы захотите, чтобы у вашего партнера или конкурента был собственный календарь с точно такими же фотографиями. Ведь календарь вы делаете не для себя, и ваши клиенты обязательно заметят повторения! Кроме того, забудьте, что фотографируют все: художественную фотографию требуемого уровня делают единицы.

Основная цель фирменного стиля и корпоративного бренда – создать сильный запоминающийся образ компании. Это возможно только при полном понимании его особенностей. Для этого в современных компаниях разрабатывается Положение о корпоративном стиле и бренде. Тем, у кого нет такого описания, не так просто. И, в любом случае, вам не обойтись без дизайнера. Именно он должен предложить концепцию и дизайн календаря, который не только отвечает корпоративному стилю, но и работает на продвижение бренда компании, выделяет его среди конкурентов, несет

положительный посыл ее клиентам и, наконец, становится привлекательным элементом интерьера.

От равноправного сотрудничества дизайнера и фотографа во многом зависит результат. Фотографии вашего календаря могут создаваться во время специальной фотосессии. Фотографии можно купить в фотобанке, или использовать работы известных фотохудожников из их портфолио. Выбор изобразительного ряда – не только дорогое удовольствие, но еще и большая ответственность, ведь придется просмотреть множество фотографий или организовать специальные фотосессии (искать модели, ждать погоду и т.п.). В результате получается продукт, которым могут гордиться не только дизайнер и фотограф, но и ваша компания.

### Жанры фотографии и календарь

Нет ничего проще настенного календаря: висит на стене «картинка», рядом с ней таблица дней месяца («сетка»). А с другой стороны, нет ничего сложнее. Календарь – и жанр искусства (сродни плакату или афише), и носитель корпоративного имиджа, и фактор психологической разрядки. Но, прежде всего, он продукт творчества фотографа (художника) и дизайнера. Именно их творческие усилия многократно умножают положительную энергию, заимствованную у природы или других сюжетов, и стимулируют нас, когда мы любуемся календарем на стене.

Оставим за рамками нашей статьи календари с иллюстрациями художественных произведений; поговорим о специфике фотографии в календаре. Вначале о жанрах фотографии, которые используются здесь чаще других. Наиболее распространенный жанр – пейзаж. Красота природы, необычное ее состояние в видении фотохудожника превращаются в образ, который непременно найдет своих почитателей, привлечет внимание и вызовет положительные эмоции.

Другой частый гость настенного календаря – натюрморт. Тихая жизнь неживой природы пробуждается в творчестве фотохудожника. А возможность неспешного осмысления композиции, выбор интересного предметного ряда и разнообразие возможных тем и сюжетов позволяют считать такие фотографии удобными для съемки. На стенах офисов они выглядят нейтральными, органично вписываясь практически в любой интерьер.

Многие компании используют портреты или жанровые снимки с детьми, во многом

беспрюирышные в качестве рекламного образа. При многих достоинствах они уместны далеко не в каждом офисе, т.к. вызывают умиление, но не создают деловую атмосферу.

Разнообразии мира животных, казалось бы, так и просится в настенный календарь, но качественных фотографий по этой теме очень мало, и обычно все сводится к нашим домашним любимцам – собакам и кошкам. Это нейтральная тема для офисного интерьера, которая редко у кого вызывает неприятие. Но банальная!

Различные хобби тоже находят свое место на страницах календарей, как и автомобили, мотоциклы и т.п. дизайнерские объекты. А еще мы любим фэшн и гламур, которые привлекают самым характером изображения, как бы вовлекают в красивую жизнь, оживающую на глянцевых страницах. Как правило, их место в офисах, связанных с такого рода бизнесом, или возле стола секретаря, в комнате отдыха, но не в кабинете директора.

Не столь часто в календаре используют фотографии обнаженной натуры (NU). Сразу вспоминается Pirelli. Выпуск календаря фирмы Pirelli ежегодно, вот уже 44 года, становится событием в мире фотографии. Он стал неотъемлемой частью фирменного стиля итальянской компании по производству шин, впрочем, дело не в шинах, а в имидже. Идея календаря Pirelli заключается в том, что один или несколько очень известных фотографов снимают в своей излюбленной манере не начинающих манекенщиц, а очень известных людей шоу-бизнеса. Это гламурный календарь, в котором используют только эротические фотографии. Модели снимаются обнаженными, несмотря на то, что признанные манекенщицы (очень редко мужчины) обычно не могут позволить себе сниматься в таком виде. Но для календаря Pirelli, с его особым статусом, не нарушающим общественных приличий, традиционно делается исключение. За четыре десятилетия в календаре публиковались работы лучших фотографов мира, поэтому сегодня он стал предметом культового характера. Причина этого – творческий подход к фотографии и красота женского тела. Календарь Pirelli не продается, он выпускается небольшим тиражом (40 тысяч экземпляров), рассылается только клиентам и партнерам фирмы, и давно стал объектом коллекционирования.

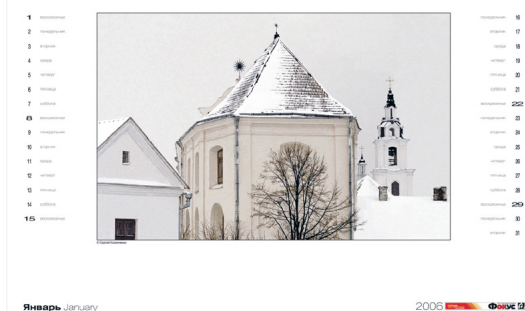
Можно говорить о портрете и о других жанрах, популярных среди издателей календарей, но речь идет не столько о соблюдении жанрового единства, сколько о выполнении им конкретной задачи – развитие корпоративного имиджа. Поэтому все, что уместно в рамках рекламной стратегии фирмы, может найти в календаре свое место.

## Требования к фотографии

Речь пойдет именно о техническом качестве, т.к. объяснить художественную ценность изображения гораздо сложнее.

Формат календаря налагает свои, достаточно жесткие, требования к изображению, концепция дизайнера предполагает одни нюансы, типография – другие. Для больших календарей (от А3 формата) требуется широкий слайд или разрешение цифровой фотографии 8-10 Мрiх. Именно поэтому профессиональные фотографы прекрасно знают, что все значимые сюжеты следует снимать с максимальным разрешением. Цветовая модель файла, используемого в типографском процессе, – CMYK. Это важно, когда печатается цветной календарь; при черно-белой печати есть возможность печати в две краски, что позволит улучшить качество. В зависимости от того, художественная или рекламная фотография используется в календаре, формируются и подходы. В первом случае, должно быть строгое соответствие авторскому подходу, во втором – глянец и гламур. Изображение должно нас заинтересовать: композицией, интересным сюжетом, фактурой и т.п. Это могут быть отдельные детали, специальные дизайнерские и фотографические приемы. Они запускают процесс всматривания, и если на фотографии нет предмета для подробного рассмотрения, это приводит к неприятию всей страницы. У изображения на странице календаря должна быть смысловая и изобразительная глубина. При общей простоте формы оно должно иметь детали, рассматривая которые, можно наслаждаться. Нужно дать зрителю эту возможность – получить эстетическое удовольствие от процесса созерцания.

Создание настенного календаря иногда может быть импульсивным решением, но чаще это все-таки продуманный и выверенный до мелочей проект. А результат, в конце концов, зависит только от вас. Отдыхайте и наслаждайтесь, глядя на календарь. Давайте повесим его на стену, чтобы быть не только во времени и пространстве, но и рядом с искусством фотографии. Иван С. Петрович



# Фотографический календарь

Автор: Иван С. Петрович  
28.02.2010 11:38

---

