B2Blogger.com
маркетинг для бизнеса

http://b2blogger.com/pressroom/release/1863.pdf

«136 полос весны»

9 April , 2007 - PR Press Center | Просмотров: 1029
Культура и Искусство

В начале марта, в рамках проекта BuZZbOOk на полках московских книжных магазинов появилась ярко-зеленая книга - фотоальбом Андрея Каменева и Ярослава Нуварьева «136 полос весны». О проекте рассказывает один из его авторов, генеральный директор студии Photo Buzz Ярослав Нуварьев. **Ярослав, расскажите, как возникла идея проекта?** На начальном этапе мы определили для себя два направления деятельности Photo Buzz: рекламная фотография и журнальная фотография. Но вскоре стало понятно, что есть интерес и даже необходимость делать еще собственные фотопроекты, темы которых появляются не по заказу клиентов, а просто потому что они интересны нам. Со временем тем накопилось много и встал вопрос о выборе способов воплощения: выставки, различные интернет-проекты и, конечно, книги, а вернее - фотоальбомы. Формат фотоальбома показался нам наиболее интересным, ведь книгу можно взять в руки, полистать, у нее свой специфический запах. Сейчас мы также занимаемся разработкой сайта, на котором люди будут иметь возможность не только приобретать книги, но и заказывать фотографии для конкретных целей. В первую очередь я имею в виду очередь интерьерную фотографию. Это направление у нас еще недостаточно развито, несмотря на постоянно растущий спрос. **Кто, кроме Вас, участвует в проекте?** Это люди, которые долгое время занимались разработкой рекламного креатива: фотографы, и журналисты, которым надоело работать исключительно «под заказ». Им стало тесно существовать в рамках одной области, захотелось попробовать себя в параллельных сферах. В результате мы получили абсолютно неформальный подход к процессу создания продукта. **Скажите, вы ориентировались на какую-то конкретную аудиторию, когда задумывали проект?** Да, безусловно. Мы ориентировались на так называемый «средний класс». Это те люди, которые имеют возможность и желание участвовать в таких проектах, как BuZZbOOk, – покупать такие книги, участвовать в сетевой части проекта и так далее. Это люди либо путешествующие, либо интересующиеся путешествиями. На наш взгляд, это целевая аудитория журналов Афиша, Афиша Мир. Если рассматривать аудиторию географически - это жители крупных городов-милионников – Москвыа, Санкт-Петербурга, Красноярска и т.п. Если говорить о возрасте, это скорее молодые люди, 20-35 лет. **Почему для первого фотоальбома вы выбрали именно Россию, ведь сейчас не проблема путешествовать по самым экзотическим местам земного шара?** Выяснилось, что, с одной стороны, у нашей аудитории существует интерес к тому, что происходит вокруг. У них было достаточно времени поездить по миру, получить большое количество информации, осмыслить ее. Сейчас они немного устали от того, что раньше казалось экзотикой, и испытали потребность получать информацию о том, что их окружает. Причем желательно информацию позитивную, ведь люди устали от негатива средств массовой информации. Вот на это мы и делали ставку. Темой альбома стала весна - всеми желанное, ожидаемое время года – символ подъема, расцвета, хорошего настроения. **Расскажите, как создавался фотоальбом «136 полос весны»?** Мы попытались проследовать за весной по стране. Получилось, что в нашем суровом климате, протяженная во времени и в пространстве, весна длится почти полгода. И везде она очень разная, в каждом месте по-своему происходит этот процесс перехода от сна к бодрствованию. Второй момент, который отличает книгу от традиционного фотоальбома – это дизайнерский подход. Основу альбома составляют панорамы. А панорама, как известно, имеет динамическую композицию. Когда человек смотрит подряд десять-пятнадцать-двадцать панорам – глаз устает. Чтобы этого избежать, арт-директор проекта Алиса Володина комбинировала панорамы со статическими композициями и текстом, а также использовала так называемые «лоскутные одеяла», – множество маленьких квадратных картинок на одной странице с небольшим вкраплением текста. Это позволяет глазу не «замыливаться», а вниманию не рассеиваться. Лаконичный ненавязчивый текст лишь создает общее настроение и обозначает географические места. **В каких местах вы побывали?** Мы проехали по классическим туристическим маршрутам: Южный берег Крыма, Астрахань, средняя полоса, Карелия, Кольский полуостров. Но решили показать их такими, какими их еще никто не видел, даже мы сами, хотя у нас у всех за плечами огромный опыт экспедиций по России. Чтобы у человека, который откроет наш альбом, возникла мысль: неужели это у нас, рядом, такая красота? Удивительно! **Что больше всего впечатлило в каждом из этих мест, что было самым неожиданным?** Весенний Крым поразил своей пустотой. Совершенно непривычно видеть его без людей, таким первозданным, потрясающе тихим. В Астрахани поразило сочетание территорий с развитой инфраструктурой и абсолютно диких, буквально нехоженых, заповедных мест. Карелия невероятно многогранна: водопады, леса, реки, озера поражают своей первозданной красотой. Ну а Север – сколько раз туда ни приезжаешь, он всегда разный. **Планирует ли вы другие проекты?** Что касается «136 полос…», то в течение года мы, скорее всего, выпустим еще один-два подобных фотоальбома с учетом каких-то недоработок, может быть ошибок, нестыковок, которые были в начале проекта. Другой формат, с которым нам интересно работать – это детская книга. Мы начали с детских сказок, авторских, с оригинальным текстом и фото-иллюстрациями, совмещенными с графикой – как компьютерной, так и художественной. Первая книжка должна появиться на полках в начале мая. Хотелось бы также проиллюстрировать и какую-то известную сказку - «Приключения Нильса и диких гусей», например, которая позволит совместить использования natural фото, компьютерной графики, 3- d моделирования. Сделать ее по принципу последних громких фильмов, таких как «Властелин колец», «Хроники Нарнии». В настоящее время думаем также над созданием детских познавательных книжек, назовем их условно «мир вокруг нас». Работа с детской тематикой позволяет делать комплексные проекты, с использованием не только фото, но и видео. Как продюсерский центр, мы изначально специализировались на производстве видео, поэтому необходимые опыт и ресурсы у нас тоже есть. Это могут быть мультфильмы, могут быть образовательные программы – то есть, комплексные вещи. На чем построена, например, «Национальная география» – выпуск журнала, выпуск фильма и совершенно невероятное количество образовательных программ. Понятно, что не те бюджеты, не тот размах, но почему бы не попытаться, если есть возможность, есть потребность и есть интерес. Нам интересно также попробовать формат художественной книги. Взять за основу авторское литературное произведение, и для него отснять материал. Сейчас мы готовим совместный проект с пермским автором Алексеем Ивановым и фотографом Константином Кокошкиным. Надеюсь, опыт, полученный при создании «136 полос весны», поможет нам выпустить издание, которое найдет живой отклик у читательской аудитории! * Компания «Photo Buzz» (www.photobuzz.ru) - была основана в январе 2006 года. Профиль компании – организация и проведение фотосессий любого уровня сложности как в России, так и за рубежом. Компания сотрудничает с лучшими отечественными и зарубежными фотографами. Среди клиентов « Photo Buzz» в России - крупные сетевые агентства: Grey Worldwide Russia, McCann-Erickson Russia, Propaganda Ogilvy, Leo Burnett Moscow, Young & Rubicam.В активе компании - работы для таких брендов, как: « Nuts», «Marlboro», «American Express», «Hitachi», «Балтика 3», «Балтика 7» .