

# Корпоративный альбом

В объективе –  
история  
КОМПАНИИ



На одном фото – отдел в полном составе празднует Новый год в горах, а на другом – радуется долгожданной победе в тендере. О, а вот здесь растерянный директор: ему подарили пушистого декоративного кролика, и он не знает, что с ним делать...

Корпоративные фотографии – это огромный пласт истории каждой компании, значение которого иногда недооценивают. А зря! Хорошо оформленный фотоальбом – прекрасный инструмент не только для сплочения коллектива, но и для улучшения имиджа компании в целом.

Не так давно департаменту по управлению персоналом крупного оператора мобильной связи было поручено сделать к юбилею компании внушительных размеров коллаж из корпоративных фотографий. Казалось бы, что может быть проще и интереснее? Да не тут-то было...

Несколько менеджеров этого департамента недели две занимались не столько оформлением стенда с фотографиями, сколько утомительными поисками нужных снимков. Они перебирали архивы, озадачивали коллег, трясли «фирменных» фотографов – системных администраторов... В итоге оказалось, что просто-напросто не существовало единой базы снимков всех значимых для коллектива событий. Конечно же, определенное количество

фото наскребли, как говорится, по сусекам и коллаж с горем пополам закончили в последнюю ночь. Однако проблема-то осталась...

Этот случай далеко не единственный: появление цифровых фотокамер сыграло в некотором роде злую шутку с работниками многих компаний – мало кто серьезно занимается оформлением и систематизацией фотоистории коллектива. То ли дело было раньше, когда велась ныне устаревшая пленочная фотосъемка, – снимки обычно сразу же печатались, а затем занимали свое место в папках и альбомах. Потом при случае с них стряхивали многолетнюю пыль и, рассматривая в дружеском кругу, восстанавливали в памяти «дела давно минувших дней».

***Доводилось нам сниматься и на фото улыбаться  
Перед старым аппаратом под названием «Фотокор»...***

Юрий Визбор

Сегодня же в большинстве случаев накануне корпоративного празднования, к примеру, Восьмого марта коллектив выбирает «жертву», которой и

выпадет «остановить прекрасные мгновенья». Новоиспеченный фотограф исправно снимает торжество, а дальше, как правило, сбрасывает «фотосес-

сию» на свой компьютер или внутренний сайт компании, где каждый сотрудник, всего лишь несколько раз кликнув мышкой, может лицезреть себя и своих коллег в различных ипостасях и амплуа.

Некоторое время эти снимки там и «висят», а затем, утратив свою новизну и актуальность, перемещаются в лучшем случае в хранилище к системному администратору или, еще того хуже, исчезают неизвестно куда. Та же служба безопасности при очередной проверке вполне может удалить по внутренней сети все файлы с расширением «jrg» (мол, нечего собирать всякий мусор и перегружать казенные компьютеры). Кроме того, неоднократно подмечено: многие хорошие фотоснимки «уходят» вместе с уволенными сотруд-

никами... Вот так и пропадают настоящие фотосокровища, на которых запечатлены интереснейшие моменты.

А к ним бы стоило присмотреться! Вот на одной из фотографий – ну совсем не официально-деловой, а трогательно-застенчивый руководитель отдела, на другой – очаровательная «композиция» из улыбающихся сотрудниц с букетами восьмимартовских тюльпанов... И неважно, что руководитель нынче – заботливый дедушка с целым выводком внуков, а наряды офисных дам уже давно вышли из моды. Важно то, что это было в истории компании и стоит того, чтобы сохраниться в многотомном собрании корпоративных фотоальбомов.

### ***Мы прочь уходим, время встречно мчится, Меняет фотографии и лица...***

Елена Мельникова-Фохт

Нынче в маркетинговых и PR-сообщениях многих торговых марок считается хорошим тоном упомянуть, к примеру, о том, что «мы на рынке услуг более ста лет» или «уже полвека работаем для вас». Но сказать – это одно, а вот подкрепить свои слова реальными фактами может далеко не каждый.

Согласитесь, что история компании – это прежде всего персоналии. Возможно, многие помнят незатейливое фото улыбающегося Генри Форда в

тени роскошного сада и портрет постаревшей, но такой воодушевленной мадам Клико. Сегодня эти снимки – далекое ретро, но благодаря им история фирмы весьма достойно выглядит в глазах партнеров и клиентов. В конце концов, репутация компании любого масштаба формируется не один год и даже не одно десятилетие, поэтому так важно суметь придать ей новые нюансы с помощью хороших фотографий. Тем более, это не требует каких-либо сверхусилий и немалых затрат.

### ***Старая в альбоме есть фотография, Мы на ней словно мафия или просто – семья...***

Марина Хлебникова

Когда мы в качестве гостей приходим в незнакомый дом, радушные хозяйева нередко предлагают посмотреть семейный альбом. Эта несложная «процедура» позволяет гостю быстрее адаптироваться в новой обстановке и может заполнить нехотят возникшую паузу, а пояснения к фото позволяют лучше познакомиться с членами семьи и создать о них определенное впечатление.

Отсюда следует, что в приемной руководителя может находиться корпоративный фотоальбом или даже фотокнига, содержащая не только «протокольные» фотоотчеты с конференций и симпозиумов, но и разнообразные неофициальные снимки сотрудников. Конечно же, приличные! Заснувший с голо-

вой в тарелке с винегретом нетрезвый менеджер либо страстный поцелуй влюбленной пары в презентационном альбоме не приветствуются. Хотя... 😊

В свою очередь, хорошо сбалансированную «по сюжетам» фотокнигу можно предложить важному гостю, ожидающему аудиенции, или целой делегации иностранцев, скучающих в приемной по той же причине. Это позволит им не просто убить время, но увидеть компанию и ее сотрудников в том ракурсе, который не всегда может быть отображен в ставших уже привычными для нас рекламных буклетах, календарях и прочей имиджевой полиграфической продукции.

**На веки вечные мы все теперь в обнимку  
на фоне Пушкина... И птичка вылетает!..**

Булат Окуджава

Если в вашей фирме пока еще нет альбома или он есть, но нуждается в модернизации и совершенствовании, обратите внимание на некоторые особенности его пополнения. Сделать удачную бизнес-фотографию на самом деле не так просто, как, возможно, кажется на первый взгляд.

Во-первых, *корпоративная* фотография обычно включает портретную съемку сотрудников, так называемый фотоочерк, а также панорамную съемку разных торжественных и официальных событий. Это может быть как настоящий репортаж, так и постановочные кадры – в зависимости от того, какова конкретная задача в том либо ином случае.

*Производственная* фотография подразумевает съемку процесса работы предприятия. Следу-

ет учитывать, что для фотосъемки механизированных операций и сложных агрегатов, к примеру, в цеху, не обойтись без специальной студийной техники, в частности осветительных установок. Только в этом случае фотографии получатся действительно высококачественными.

К слову сказать, очень милые и информативные снимки получаются тогда, когда те, кого фотографируют, не догадываются об этом – работает принцип скрытой камеры. Прямая противоположность тому – внезапное дерзкое появление фотографа в офисе подобно папарацци. Поверьте, в таких случаях иногда получаются ну очень неожиданные и интересные фото!

**Ты сними, сними меня, фотограф,  
Так, чтоб рядом звонко пели птицы...**

Илья Резник

Кто же должен взять на себя почетную и нелегкую миссию корпоративного фотографа? Как мы уже упоминали раньше, нередко такая доля достается сисадминам, а также программистам или просто какому-нибудь лицу мужского пола в коллективе. Но их работа нередко подпадает под определение «бытовая фотосъемка для внутреннего пользования». Конечно же, есть и исключения в виде романтических натур, которые могут очень талантливо снять уверенный взмах начальственной руки, ставящей подпись под судьбоносным договором, или логотип фирмы, отражающийся в елочных игрушках.

В остальных случаях компания, как правило, прибегает к услугам специалистов из фотостудий и рекламных и PR-агентств. Здесь есть свой камень преткновения: эти люди опытные и квалифицированные, но, увы, не всегда способны проникнуться атмосферой, царящей на фирме, почувствовать специфику ее работы. Нередко они видят своих героев впервые и мало что знают об их взаимоотношениях. А ведь так важно понимать особенности характера руководителя, ощущать настроение подчиненных, уметь уловить самые интересные аспекты события и никого не обидеть неудачным ракурсом или съемкой в неподходящий момент!

**Фотограф – живописец без прикрас!  
Прекрасен миг, что отвокает блиц...**

Вячеслав Малезик

Конечно же, идеальный вариант – это фотограф, работающий в данной компании, то есть человек, прекрасно осведомленный обо всех направлениях бизнеса и обладающий недюжинными познаниями в фотоискусстве. Но часто это непозволительная роскошь для многих отечественных предприятий, особенно при нынешнем состоянии экономики.

Поэтому самым приемлемым и рациональным вариантом остается сотрудничество с одним и тем же фотографом. В конце концов, человек, не один год фотографирующий ваш коллектив, при желании способен приобщиться к традициям и культуре компании и найти общий язык с ее сотрудниками. Главное – отыскать такого человека.

**И в домашнем альбоме хранится  
Фотокопия нашей судьбы...**

Михаил Танич

Хорошие фотоснимки – не только материал для корпоративного альбома. Они станут отличным подарком как лучшим сотрудникам в честь юбилея фирмы, так и бизнес-партнерам. Кроме того, давно уже доказано, что динамично обновляющаяся база фотографий – прекрасный материал для корпоративной газеты и имиджевого сайта.

Это всегда способствует сплочению коллектива, особенно если компания большая и сотрудники не всегда знают в лицо всех своих коллег. Ведь то, как на корпоративной рыбалке сотрудник од-

ного из отделов поймал огромную щуку, описать словами сложновато, а вот колоритный фотоотчет будет тут гораздо эффективнее, разве не так?

Тщательно систематизированные и бережно хранимые фотографии разных лет, как оказалось, также являются превосходной находкой для корпоративного стенда, о котором шла речь выше. На основе самых удачных и выразительных снимков можно сделать имиджевые поздравительные открытки, пригласительные билеты, календари любого формата, были бы фантазия и возможность внести в бюджет еще одну статью расходов.

**Это лишь момент, а фотография – навечно!  
А ну, не шевелись-ка, потяни...**

Владимир Высоцкий

Вещи, подобные фотоальбомам и фотокнигам, на первый взгляд кажутся не такими уж важными для компании. И напрасно! Современный офис – это потрясающе интересное место с высокой плотностью «обитания» неординарных и талантливых людей. Соответственно, это огромный простор для

творчества как специалистов по внутреннему и внешнему пиару, так и кадровой службы и руководителей. Ведь за сухими цифрами, телефонными переговорами и электронной перепиской стоят яркие личности, неповторимость которых так легко увековечить одним щелчком фотоаппарата!

*Елена Тархова,  
специалист по связям  
с общественностью*

Я-Перший

