

Индивидуальный предприниматель

Толль Кирилл Евгеньевич

тел: 8-915-381-82-87 e-mail: pechatnik@mail.ru

«11» ноября 2025 года

Исх. № Т-120/25

Прочтите перед заполнением: Этот чек-лист — ваш главный инструмент для постановки задачи фотографу. Чем подробнее вы его заполните, тем точнее будет оценка и лучше результат. Ваши ответы помогут избежать ситуаций «я думал, это само собой разумеется» и «а я хотел не так». Не торопитесь, продумайте каждый пункт.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ БРИФ НА СЪЕМКУ ИНТЕРЬЕРА: ПОЛНЫЙ ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ ЗАКАЗЧИКА

РАЗДЕЛ 1: ОСНОВНЫЕ ДАННЫЕ И ЦЕЛИ

1. Кто вы? (Выберите основной профиль)

- Частный владелец недвижимости (продажа/аренда)
- Частный владелец (личный архив, блог, соцсети)
- Архитектурное бюро
- Студия или частный дизайнер интерьеров
- Девелоперская или строительная компания
- Подрядная ремонтная организация
- Мебельная фабрика, производитель
- Мебельный магазин или салон
- Дизайнер или производитель предметов интерьера, освещения, декора
- Сеть или частный отель, гостиница, апарт-отель
- Бутик-хостел, гостевой дом, мини-отель
- Ресторан, кафе, бар, кофейня
- Торговый центр, молл, галерея
- Бизнес-центр, коворкинг
- Фитнес-центр, спа-салон, салон красоты
- Медицинский центр, клиника, стоматология
- Образовательное учреждение (частный детсад, школа, учебный центр)
- Музей, галерея, выставочное пространство
- Производитель отделочных материалов (напольных покрытий, обоев, плитки и т.д.)
- Риэлторское агентство или частный риэлтор
- Журнал, онлайн-издание, блог о дизайне и архитектуре

- Маркетинговое или рекламное агентство (для клиента)
- Частный девелопер (постройка для перепродажи)
- Управляющая компания элитной недвижимости
- Банк (съемка залоговой недвижимости)
- Страховая компания (фиксация объекта)
- Организатор мероприятий (съемка локации)
- Другое (укажите ваш профиль максимально подробно): _____

Локация/тип объекта:

- Квартира [] Частный дом/коттедж [] Таунхаус
[] Лофт [] Коммерческое помещение [] Другое: _____
- Площадь объекта для съемки: _____ кв.м
Количество ключевых помещений: _____

2. Основная цель съемки (можно выбрать несколько):

- Продажа конкретного объекта недвижимости (акцент на выгодах для покупателя)
- Сдача в аренду (долгосрочная или краткосрочная)
- Пополнение профессионального портфолио архитектора/дизайнера (акцент на авторских решениях, деталях)
- Реклама услуг (строительных, дизайнерских, отделочных)
- Реклама конкретной мебели или коллекции мебели (товар — главный герой кадра)
- Реклама предметов интерьера, светильников, текстиля
- Маркетинг отеля/хостела (создание желания остановиться, демонстрация номерного фонда)
- Маркетинг ресторана/кафе (создание аппетитной и привлекательной атмосферы)
- Привлечение арендаторов в торговый или бизнес-центр
- Техническая или отчетная документация для заказчика/инвестора
- Фиксация объема и качества выполненных строительных работ (отчет для подрядчика)
- Публикация в глянцевом печатном журнале
- Публикация в онлайн-издании, блог о дизайне, на тематическом портале
- Контент для социальных сетей (Instagram, Pinterest, Facebook)
- Создание каталога или брошюры (для мебельной компании, девелопера)
- Упаковка объекта для презентации инвесторам
- Сравнение «До» и «После» ремонта/реконструкции
- Подача на архитектурную или дизайнерскую премию
- Формирование паспорта объекта (комплексная фиксация)
- Судебная или страховые цели (фиксация состояния)
- Другое (опишите цель максимально подробно): _____

3. Кто ваша целевая аудитория?

- Потенциальные покупатели недвижимости (широкая аудитория)
 - Потенциальные арендаторы
 - Состоятельные частные клиенты (для бюро/дизайнеров)
 - Корпоративные клиенты, инвесторы, бизнесмены
 - Дизайнеры, архитекторы, декораторы (профильное сообщество)
 - Туристы, путешественники, гости города
 - Покупатели мебели и декора
 - Представители бизнеса (потенциальные арендаторы коммерческой недвижимости)
 - Международная аудитория
 - Жюри профессиональных премий или конкурсов
 - Участники и посетители выставок
 - Подписчики в социальных сетях
 - Читатели специализированных медиа
 - Другое: _____
-

РАЗДЕЛ 2: КОНКРЕТНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К СЪЕМКЕ

4. Стиль и атмосфера съемки:

- Чистая архитектура — без людей и личных вещей, строгие вертикали, акцент на пространстве и форме.
- Реалистичный лайфстайл (Lifestyle) — интерьер «живой», с моделями, накрытым столом, созданной атмосферой «обжитого» пространства.
- Постановочный лайфстайл — стилизованные, идеализированные сцены из жизни, часто с профессиональными моделями.
- Документальный/отчетный — объективное, непредвзятое отображение состояния объекта, без художественных прикрас.
- Художественный/креативный — акцент на настроении, драматичном свете, нестандартных ракурсах, восприятии интерьера как арт-объекта.
- Коммерческий/каталожный — ярко, четко, максимально информативно, товар лицом.
- Минималистичный — акцент на пустоте, воздухе, материалах.
- Уютный/бохо — акцент на текстурах, декоре, наслоениях.
- Скандинавский/эйр-лайт — очень светлый, воздушный, с преобладанием холодных тонов.
- Другое (опишите желаемое настроение или приложите референсы): _____

5. Наличие людей в кадре:

- Без людей — только пустой интерьер. Классический подход для архитектурной и риэлторской съемки.
- Метод «призраков» — люди присутствуют в кадре (например, в кафе или офисе), но размыты в движении или удалены при постобработке для создания эффекта оживленности без акцента на личностях.
- Постановочные модели — профессиональные модели, которые создают сцены из жизни (завтракают, работают за ноутбуком, читают, отдыхают). Требует отдельного бюджета на моделей и стилиста.
- Реальные жильцы/владельцы/сотрудники — не профессиональные модели. Более камерная и доверительная атмосфера.
- Другое: _____

6. Декорирование и подготовка:

- Полная подготовка с привлечением стилиста — требуется профессиональный стилист/декоратор для подбора и расстановки всего: от текстиля и подушек до ваз с цветами, книг, картин и предметов сервировки. Максимальный контроль над эстетикой кадра.
- Частичная подготовка силами фотографа — фотограф и ассистент поправят имеющийся декор, добавят базовые стилистические элементы (свежие цветы, фрукты, книги, подправят складки на шторах).
- Минимальное вмешательство — вы самостоятельно подготавливаете объект, а фотограф снимает «как есть». Важно: необходимо будет убрать все личные и случайные предметы.
- Использование конкретного предоставленного декора — у вас есть определенные предметы (вазы, картины, дизайнерский текстиль, скульптуры), которые должны быть обязательно в кадре. Фотограф интегрирует их в композицию.
- Съемка без декора — акцент исключительно на архитектуре и встроенных элементах. Все лишнее убрано.
- Другое (опишите ваши пожелания): _____

6.1. Особые предметы и бренды:

Есть ли в интерьере предметы искусства, дизайнерская мебель или элементы, на которые распространяются авторские права (права на изображение)?

[] Да [] Нет

Если «Да», необходимо предоставить фотографу контакты правообладателей или галереи для получения разрешения на съемку и публикацию.

7. Освещение:

- Только естественный свет — съемка строго в часы наилучшего естественного освещения (часто «золотой час»). Без использования дополнительного освещения. Подходит для очень светлых помещений с большими окнами.
- Смешанный свет — использование естественного света как основы плюс добавление профессионального импульсного или постоянного света для выравнивания контраста, подсветки темных зон и расстановки акцентов. Самый распространенный профессиональный подход.
- Полностью постановочный свет — создание идеальной, контролируемой световой картины с помощью студийного оборудования, независимо от времени суток и условий снаружи. Позволяет добиться максимальной драматичности или коммерческой четкости.
- Акцент на сценарное освещение — важно показать, как работает именно встроенное вечернее освещение интерьера (подсветка ниш, бра, светильники, гирлянды). Съемка проводится в темное время суток.
- Съемка HDR-серий (брекетинг) — для объектов с огромными окнами и контрастным видом на улицу.
- Другое (например, имитация определенного времени суток): _____

8. Дополнительные услуги (обсудите с фотографом возможность и стоимость):

- Видеоролик — обзорное видео, слайд-шоу с музыкой, видео для социальных сетей (Reels, TikTok).
 - Фотосъемка деталей и элементов — отдельные художественные или каталожные кадры: ручки, смесители, фактуры материалов, авторские предметы, элементы декора.
 - Съемка «До/После» — если был выполнен ремонт или редизайн.
 - Съемка на панорамную (цилиндрическую) камеру — для создания интерактивных туров.
 - Печатный альбом/каталог — дизайн и верстка фотоматериалов в фирменный альбом.
 - Подготовка файлов для полиграфии — цветокоррекция и верстка под конкретный носитель.
 - Контент для социальных сетей — адаптация кадров под вертикальные или квадратные форматы, создание коллажей.
 - Съемка экsterьера объекта (фасада, входа, территории).
 - Предоставление исходных RAW-файлов (оговаривается отдельно).
 - Другое (укажите необходимость): _____
-

РАЗДЕЛ 3: ЛОГИСТИКА И ПОДГОТОВКА ОБЪЕКТА

9. Подготовка помещения (обязательный минимум):

- Глубокая уборка: все поверхности (столешницы, полки, техника) протерты от пыли, полы вымыты, окна вымыты.
- Окна: шторы/жалюзи/роллеты будут полностью открыты (или оставлены в заранее оговоренном эстетичном положении).
- Техника: все экраны (телефизоры, мониторы, планшеты) выключены. Светодиодные индикаторы на технике, если возможно, заклеены.
- Кухня: столешницы полностью освобождены от мелкой бытовой техники и тряпок. В раковине ничего нет. Холодильник можно наполнить для съемки (по желанию).
- Ванная/санузел: крышка унитаза опущена, полотенца свежие и опрятные (лучше новые), все личные средства гигиены (шампуни, зубные щетки, мыло) убраны.
- Спальни: постельное белье свежее, идеально заправлено, без складок. Подушки взбиты.
- Гардеробные и шкафы: дверцы закрыты. Если снимается открытое хранение, вещи должны быть аккуратно разложены/развешаны.
- Зеркала и стеклянные поверхности: идеально вымыты без разводов.
- Растения: листья живых растений протерты от пыли, убраны завядшие цветы.
- Личное: все личные вещи убраны из зоны видимости камеры.
- Мусор: все мусорные корзины пусты, вымыты и убраны из кадра.

10. Доступ и присутствие:

- Я предоставлю фотографу пропуск и не буду присутствовать на съемке для оперативности работы команды.
- Я или мой доверенный представитель (с правом решений) будем присутствовать на объекте во время съемки.
- Для съемки требуется официальное разрешение или пропуск (для ТЦ, БЦ, охраняемых жилых комплексов, объектов культурного наследия). Разрешение будет получено мной заранее.
- Для подъема оборудования необходимо заранее забронировать грузовой лифт.
- Необходимо организовать парковку для автомобиля фотографа и ассистента на время съемки.
- Требуется охрана или сопровождение (для объектов на этапе стройки, в нерабочее время).
- Время «золотого часа»: укажите, если у вас есть жесткие пожелания по времени съемки ____.
- Другое (особые условия доступа): ____

11. Безопасность и соседи:

- Я предупрежу соседей (если это частный дом или квартира) о возможном шуме от передвижения команды и оборудования, особенно если съемка запланирована на раннее утро, вечер или выходной день.
 - Я обеспечу безопасный доступ к электрическим розеткам для подключения осветительного оборудования.
 - У меня есть домашние животные: они будут изолированы в отдельной комнате или отсутствовать на объекте во время съемки.
 - Другое: _____
-

РАЗДЕЛ 4: ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

12. Технические параметры:

- Ориентировочное количество итоговых обработанных (ретушированных) кадров: _____
- Предполагаемый срок получения итоговых материалов (рабочие дни): _____
- Желаемый формат итоговых файлов: [] JPG высокого качества (для сайта, соцсетей) [] TIFF для печати [] И то, и другое
- Стиль цветокоррекции: [] Реалистичный, максимально близкий к натуральным цветам [] Теплая тональность [] Холодная/кинематографичная тональность [] По референсу заказчика
- Сроки и этапы постобработки: Обсудите дедлайны для: а) предварительного отбора; б) цветокоррекции;
в) финальной ретуши. [] Этапность требуется [] Не требуется
- Способ передачи материалов: [] облачный диск (Google Drive, Dropbox) [] файлообменник [] физический носитель (флеш-накопитель, SSD-диск) [] напрямую в печатную лабораторию/верстальщику

13. Права и лицензии (крайне важно обсудить с фотографом и зафиксировать в договоре):

Вопрос для обсуждения	Ваш вариант / Примечание
1. Авторские права: Кому принадлежат? (Обычно остаются у фотографа)	_____
2. Лицензия на использование: Для каких целей и на какой срок я получаю право использовать фото?	_____
3. Указание авторства: Обязательно ли указывать имя фотографа? Где?	_____
4. Право на передачу лицензии: Могу ли я передавать файлы третьим лицам (риэлтору, журналу)?	_____

РАЗДЕЛ 5: ФИНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА И ОТПРАВКА

Перед отправкой этого листа фотографу убедитесь, что:

1. Сделаны «прогулочные» фото на телефон: Вы прошлись по объекту и сфотографировали каждый угол и ракурс, который считаете важным. Приложите их к письму.
2. Собраны референсы: Создана папка или подборка (Pinterest, мудборд) с изображениями, отражающими желаемый стиль и настроение. Готова ссылка для отправки.
3. Согласовано со всеми: Вы проконсультировались со всеми стейххолдерами (соавторы проекта, владельцы, маркетологи) и их пожелания учтены.
4. Понятен бюджет: Вы осознаете, что стоимость услуг варьируется в зависимости от выбранных пунктов. Четкое ТЗ позволит получить точное коммерческое предложение.

ФИНАЛЬНАЯ ПРОВЕРКА ПЕРЕД ОТПРАВКОЙ:

- Я прикрепил(-а) к письму «прогулочные» фото с телефона.
- Я прикрепил(-а) к письму ссылку на подборку референсов.
- Я понимаю, что заполненный бриф — это основа для коммерческого предложения, а не гарантия той же цены при изменении задач на объекте.

Отправьте этот заполненный чек-лист на e-mail pechatnik@mail.ru. Это значительно ускорит обсуждение, снизит риск недопонимания и позволит получить точное и прозрачное коммерческое предложение.

С уважением,



Толль К.Е.