

**Болысбаев Д.С., Маханбетова Н.Ә.,\* Шергимов О.Е.**

филос.ғ.к, доцент, М. Әуезов атындағы ОҚМУ, Шымкент, Қазақстан  
өнертану магистрі, М. Әуезов атындағы ОҚМУ, Шымкент, Қазақстан

«Мәдениет және спорт» факультетінің 6М042100 – «Дизайн» мамандығы бойынша магистрант  
М. Әуезов атындағы ОҚМУ, Шымкент, Қазақстан

## **ЗЕРГЕРЛІК БҰЙЫМДАРДЫ СУРЕТКЕ ТҮСІРУДЕ ЖАРНАМАЛЫҚ ФОТОӨНЕРДІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ**

Автор корреспондент: [miss\\_roza@mail.ru](mailto:miss_roza@mail.ru)

**Түйін:** Мақалада жарнамалық фотоөнердің барлық жанрларын қамтитын және келесі бағыттарда пайдаланылатын фото өнерінің шыңы: зергерлік өнер, плакаттар, сыртқы жарнама, каталогтар, музыкалық және видео өнімдер, буклеттер, корпоративті және өкілдік өнімдерді жарнамалай отырып халыққа жеткізу жайлы айтылады, сонымен бірге, имидждік фотография арқылы киім, зергерлік бұйымдар мен аксессуарлар фотосуреттерінің каталогтарын жасауда, сыртқы немесе журнал жарнамасы жайлы айтылған. Бұл жерде фотосуреттер өнімді көрсетіп қана қоймайды, сонымен бірге оның имиджін жасай отырып адамның көзқарасын көбінесе бірден бұйымға бағыттайды. Сәнді тауарлардың мұндай талғампаздығы таңқаларлық емес, өйткені Қазақ даласындағы зергерлік қолөнер қола дәуірінде пайда болған және ұзақ тарихы бар. Даму барысында жасалу техникалары жетілдіріліп, тың дәстүрлі идеялар алынды. Сонымен бірге бұл мақалада қазақ халқының зергерлік бұйымдарының мағыналық, дәстүрлік мазмұны жайлы айтылып өтіледі.

**Кілттік сөздер:** жарнама, фотография, фон, зергер, сурет, бояу, объект, эффект

Бізге белгілі жарнамалық фотография – бұл фотоөнерді игерудің ерекше түрі. «Коммерциялық фотографияның» бір түрі бола отырып, ол барлық жанрларды қамтиды, бірақ олардың ешқайсысын алмастырмайды. Жарнамалық фотография - бұл барлық дерлік жанрларды қамтитын және келесі бағыттарда пайдаланылатын фото өнерінің шыңы: зергерлік өнер, плакаттар, сыртқы жарнама, каталогтар, музыкалық және видео өнімдер, буклеттер, корпоративті және өкілдік өнімдер, ал тізім мұнымен аяқталмайды. Коммерциялық фотографияның бар болуы тауарлармен байланысты. Жарнамалық фотографияның міндеті - оның дұрыс реакциясын модельдей отырып, көрерменнің психикасына әсер ету. Фотографтың міндеті - жарнамалық агенттіктің барлық талаптарын тез, тиімді және дәл көрсете білуі. Бірақ шынайы кәсіпқойлар үшін мұндай шеңбер өзіндік шығармашылығына кедергі болмайды [1].

Мұндай фотосуреттерде дәстүрлі жанрлармен ерекшеленеді: пейзаж, натюрморт, портрет, зергерлік бұйым, сән және сюжеттік көріністер. Ол көркем фотография арқылы жарнамаланатын өнімдердің сапасы туралы айтумен ерекшеленеді. Жарнамалық фотография кескінді жай жеткізіп қана қоймайды, ол көрермендердің қатысуымен сезінетіндей етеді. Мәселен, теңіз жағасына қарап, көрермен осы теңіз толқынында шомылғандай сезінуі керек, француз парфюмериясы туралы ойланғанда, олардың иісін сезгендей етеді, ал құлпынайды көргенде балғын жидектің қышқыл-тәтті дәмі мен хош иісін сезінуі керек. Жоғары сапалы жарнамалық фотосурет сізді өнімнің иесі болғыңызды келтіреді және тартады.

Қойылымды жарнамалық фотосуреттерді жасағанда сатып алушыға барынша әсер ету үшін сюжет мұқият ойластырылған және пысықталған болуы керек. Шынайы өмір жарнаманың мақсаты емес, болашақта бақытты өмірді көрсетуі керек, бірақ жарнамаланған өнімді сатып алғаннан кейін ғана. Әдетте сатып алушы өніммен алғашқыда дәл фотосурет арқылы танысуды бастайды.

Жарнамалық мақсатта белсенді түрде фотография 1920 жылдардың соңында қолданыла бастады. Баспагерлер мен жарнама агенттіктері фотография қызметін қолдана

отырып сол кездегі суретшілер мен фотографтар әр түрлі авангардтық қозғалыстардағы жаңа сән үрдісін қызығушылықпен қарсы алды. Бүгінгі күнге дейін көптеген әйгілі фотографтар жарнамалық фотография қызықтырады және бұл бағыт адамдардың оған деген қызығушылығын төмендетпеді. Керемет нәтижеге қол жеткізу үшін танымал фотографтар брендтік фирмалармен бірлесіп жұмыс істеді.

Бұл мақалада бірнеше ең атақты жарнамалық фотография түрлері келтіріледі және ол бір мезгілде бірнеше түрлерін көрсете алатындай мүмкіндіктерге ие.

Ең танымалдысы бұл имидждік фотография түрі болып табылады.

Киім, зергерлік бұйымдар мен аксессуарлар фотосуреттерінің каталогтарын жасау үшін емес, сыртқы немесе журнал жарнамасы үшін ерекше атап өткен жөн. Олар сахналық және сюжетті жүргізетіндігімен ерекшеленеді. Мұндай фотосуреттер өнімді көрсетіп қана қоймайды, сонымен бірге оның имиджін жасайды. Мұндай фотосуреттерге адамның көзқарасы көбінесе бірден бұйымға бағыттайды.

Имидждік жарнамалық фотографияда тек портреттік және топтық түсірілімдер ғана емес, сонымен қатар фоторепортаждық - түсірілім оқиғалары, өндіріс процестері және т.б. қолданылады. Есеп беру ештеңемен реттелмейді, оның міндеті не болып жатқанын көрсету болып табылады. Мұндай фотосуреттердің жариялануы тұтынушылардың сеніміне дем береді. Жарнамалық фотографияның келесі түрі – заттық/каталогтық түсірілім. Фотосуреттер өздерін заттық немесе топтық заттық ретінде көрсете отырып түсірілімде бір композицияға біріктіріледі. Фотографияның тақырыбы кез-келген болуы мүмкін: киім, аяқ киім, зергерлік бұйымдар, парфюмерия, тұрмыстық техника және басқалар. Көбінесе мұндай түсірілімді каталог деп атайды, өйткені фотосуреттер жарнамалық каталогтарда, буклеттерде, күнтізбелер мен сыртқы жарнамаларда, сондай-ақ веб-дизайнда қолданылады [2].

Коммерциялық фотографияларды орындау үшін оларға бірқатар маңызды нюанстарын қарау керек. Солардың ішінен кейбіреулерін келтіріп өтсек:

1. Суретке түсіру кезде көлеңке болмауы керек. Оларды өңдеу процесі кезінде арнайы бағдарламалар көмегінен кейін қосылады, бейненің соңғы шешімін автордың идеясы аяқтайды.

2. Бұл жерде фон өзіне назар аудартауы керек, сондықтан ол алып тасталынады немесе жасырын болады. Ол жарнамаланатын өнімді «көлеңкесінде қалдырмау» керек. Көбінесе эффект одан алыстау жасалынады.

3. Суретке түсіру кезінде шағын заттарды үлкен планда алу үшін алдын-ала дайындық қажет. Әрбір нысан мінсіз таза болуы керек, өйткені фотосуретті қарау кезінде объектіні бірнеше есе үлкейткенде қателер көрініп қалады, бұл кәсіби түсірілім кезінде мұндай нәрселерге жол берілмейді.

4. Барлық матадан жасалынған заттар мен тізбектерді қажетінше ұқыпты дұрыстау және жарық пен қосымша көлеңкелердің біркелкі таралуын болдырмас үшін кез келген бұзылулар мен әжімдерді алдын ала түзетілуі керек.

5. Жарнамаға арналған барлық заттарды суретке түсіруде жақсы жарықтың болуы және фотода жаркыл пайда болмауы керек. Әрине, сіз бір жағынан суретке түсіргенде жарқ етуден аулақ бола аласыз, бірақ көрудің белгілі бір кезеңін қажет ететін жағдай болуы мүмкін.

Жарнамалық фотографиядағы маркетингтік эффекттер:

1. Сурет боялған затқа қарағанда әрдайым сенімді көрінеді, өйткені бұл өзіндік «заттай дәлелдер» ретінде пайда болады. Сурет бұрмаланбаған түрде ұсынылады, бірақ өнімнің ең жақсы қасиеттерін ашады.



2. Жарнамалық фотография объектінің біртұтас тартымды бейнесін жасайтын технологиялар кешенінің бөлігі. Жарнамалық хабарламаның мәтіні, ұран, өнімнің атауы және оның бейнесі мұқият қарастырылған комбинацияда жасалынады, оның

құрамдас бөліктерінің әрқайсысы басқаларын жақсы жағын толықтырады және баса көрсетеді. Мәтіндік компоненттер мидың саналы бөлігіне көбірек бағытталған, ал суреттер өзін өзі тануға тереңірек әсер етеді.

3. Жарнамалық түсірілімде қолданылатын суреттер белгілі бір тұтынушылар тобының кейбір жалпыадамзаттық құндылықтарын білдіреді, дәл осы құндылықтарды маркетингтік басшылыққа алады.

Сурет-1. Қара фонда маржан тасы бар жүзік

Жарнамалық кескін - бұл кез-келген объектінің көбейтілген, жетілдірілген нұсқасы, әдетте осы типтегі объектілермен байланысты бір немесе бірнеше жақсы қасиеттерді ұқсастырады.

Жарнамалық фотографияның ең танымал және түпнұсқа түрлерін зерттей келе фотожарнама сұраныс пен ұсынысты қалыптастыратын, экономика мен баға саясатына әсер ететін, тауарлар өндірісі мен көрсетілетін қызмет саласын дамытатын және ынталандыратын әмбебап құрал деп тұжырымдай аламыз. Сонымен бірге, бұл ерекше өнер түрі, жақсы фотографтың басты міндеті - адамның іс-әрекетіндегі психикалық процестерді бақылау әдістерін игеру, көрерменнің эмоциясы мен шешімдеріне тікелей әсер етеді деп ойлаймыз.



Осы жарнамалық фотографикада тастары бар зергерлік бұйымдарды түсіру. Заманауи фотографияның бір бағыты - зергерлік бұйымдар мен зергерлік әшекейлерді түсіру, бұл ең қиыны болып табылады, өйткені ол заттық түсірілім мен макро түсірілімге де әсер етеді. Бірақ, сіз білетіндей, барлық құпия ерте ме, кеш пе ашылады, ал ашылмағанның бәрі қарапайым. Сондықтан мұндай сауалнаманың кейбір нюанстарын біле отырып, сіз өзіңіз қалаған нәтижеге қол жеткізе аласыз.

Негізгі басты сәттердің бірі дұрыс композицияны таңдау, яғни түсірілімнің ракурсы немесе бұрышы, бұл әшекейлердің өзіндік түпнұсқалылығын жақсы көрсетеді. Сондай-ақ, бұл жерде сәйкес реквизиттерді таңдау немесе фонмен ойнау мүмкіндігі туралы ұмытпаңыз.

Сурет-2. Бояу түстермен үндесіп жатқан түрлі сақиналар түрлері

Мысалы, алтын білезіктерді тастармен суретке түсіргенде, олардың көлемін және түсін жеткізуге тырыса отырып екіншісіне баса назар аудару керек. Сонымен қатар қажетсіз жарқылдан арылу үшін фон біркелкі және күңгірт болуы керек. Бұл ашық тастарға арналған қара фон және ашық немесе қара үшін сұр болуы мүмкін [3].

Екінші мүмкіндік - бұл жарық, тастардың шеттерінен шығатын шағылысуды болдырмас үшін ол жұмсақ және шашыраңқы болуы керек. Егер біз табиғи жарық туралы айтатын болсақ, онда күннің ең қолайлы уақыты - бұл таңертеңгілік, егер ол жасанды болса, онда бұл жерде тастарға керемет жылтылдайтын фотокамералар, 15 Вт лампалар (күндізгі жарық) немесе арнайы «гауһар» жарық диодты шамдар қолдануға болады. Мұндай шамның астында гауһар кемпірқосақтың барлық түстерімен құлпыра отырып жарқырайды, ал фотосуреттер сапалы әрі әдемі болады. Әрине, тіпті бұл құрылғылар бірінші сынақта керемет нәтиже бере алмайтындығын ұмытпаңыз, өйткені бәріне қосымша тәжірибе қажет. Бірақ бұл сізге гауһар тасы бар бриллианты сырғалар сатып алу керек дегенді білдірмейді, сіз өзіңіздің кәсібилігіңізді үнемі жетілдіре отырып арзанырақ заттардан бастай аласыз.

Келесі параметрде фотосуреттің нақтылығына қол жеткізу, оған дұрыс фокусирование арқылы қол жеткізіледі: зергерлік бұйымның алдыңғы жағын көрсетіңіз. Сондай-ақ, қай камераның түсіріп жатқандығы, дәлірек айтқанда оның режимдерін орнату маңызды. Жоғарыда айтылғандай, бұл макротүсірілім режимі. Максималды әсерге жету үшін суреттер тастың мөлшеріне байланысты 15-50 см қашықтықта түсірілуі керек. Олар неғұрлым үлкен болса, соғұрлым алыс және керісінше. Сондай-ақ, өте маңызды мәселе күйге келтіру – фотосурет қызғылт сары немесе көгілдір реңктермен жұмыс істемеуі үшін ақ балансты орнату өте маңызды. Соңғы және көптен күткен нәтижені көру үшін фотосуретті компьютерде арнайы бағдарламалардың көмегімен өңдеу керек.

Әдетте, әдемі зергерлік бұйымдар қарапайым ақ немесе қара фонда суретке түсіріледі, бірақ бұл жерде бұйымдағы фонмен ойнауға болады, әсіресе, егер сіз зергерлік бұйымдармен немесе қарапайым металдан жасалған зергерлік бұйымдармен жұмыс жасауыңыз керек болған жағдайда. Сары тастар қарапайым күміс әшекейлерімен жақсы үйлеседі, ал өзен тастарымен өңделген алтынмен әдемі ойнайды.

Осы жерде белгілі кәсіби зергерлік бұйым фотосуретшісі Джон Перриштің сөзімен айтатын болсақ: *«Никто в здоровом уме не пожелает заниматься фотографированием ювелирных украшений. Все это на столько маленькое, хрупкое, всем этим очень трудно манипулировать. Всегда приходится работать с маленькими пространствами 3-4 квадратных дюйма, пытаюсь воссоздать глубину и детализацию. Если в ювелирных украшениях присутствуют драгоценные камни и драгоценные металлы, приходится пытаться осветить внутреннюю сторону камня, а не наружную.»*



Сурет-3.  
Ақ фондадағы қазақтың  
зергерлік бұйымы

Сөзімізді қорытындылай келе фотосурет өнерінде қазақтың ұлттық зергерлік бұйымдары әлемдік деңгейде өз орны бар. Олар қазақтың мәдениеттің, рухани әлемін, дүниетанымын және нәзік эстетикалық талғамын көрсетеді. Зергерлер жасаған әшекейлер әдемілігімен, талғампаздығы және бөлшектердің ұқыптылығымен таң қалдырады. Осы ұлттық бұйымдарымызды қазіргі таңда кәсіби фотосуретшілердің фотосурет катлогтарынан сирек болса да көруімізге болады.

Ондағы ою-өрнектер, алқа, білезіктер, ауыр сырғалар, күмістен немесе алтыннан жасалған жаппай сақиналар - қазақ зергерлерінің мақтанышы. Олар нәзік оюмен, жақсы ойластырылған композициясымен, дәл сызбалармен таң қалдырады. Сәнді тауарлардың мұндай талғампаздығы таңқаларлық емес, өйткені Қазақ даласындағы зергерлік қолөнер қола дәуірінде пайда болған және ұзақ тарихы бар. Даму барысында жасалу техникалары жетілдіріліп, тың дәстүрлі идеялар алынды.

Қазақтың ұлттық зергерлік бұйымдары тек зергерлік бұйымдардың ролін ойнау емес, мұнда ұлттық мәдениеттің және тарихтың маңызды бөлігі, оның тамыры ғасырлар бойы жалғасып келе жатқандығы жайлы ұлттық кодты білдіреді. Қазақ зергерлерінің зергерлік өнерінің негізгі бағыты - әйелдердің зергерлік бұйымдары. Олардың танымалдығы әйелдердің зергерлік бұйымдарға деген сүйіспеншілігімен ғана емес, ұлттық салт-дәстүрлермен де байланысты. Мұнда материалдарды, кескіндерді және ою-өрнектерді таңдауда кезінде көруге болады - олардың барлығы тек сәндік қана емес, ең алдымен оның қасиеттілігі, сиқырлығы, қорғаныш функциясын іске асыра отырып, белгілі бір семантикалық жүктемені көтереді [4].

Мысалы, қазақ зергерлік бұйымдарының көпшілігі күмістен жасалған. Бұл металл асыл деп есептелді, ол ақ планетаға - қазақтар бұрыннан құрметтеп, ән салған Айға ұқсатады. Ата-бабалардың айтуынша, күміс әйелдердің сұлулығын арттыратын сиқырлы қасиеттерге ие болған, ол балалар мен ересектерді жаман көздерден және жын-перілерден қорғаған, адамның жаны мен денесінің тазалығын сақтайды деп есептеген. Сондықтан әйелдерге мүмкіндігінше көп зергерлік бұйымдарды, әсіресе сақиналар мен білезіктерді тағуға рұхсат етілді. Сонымен бірге, балалардың күтімі және тамақ дайындау кезінде мүлдем шешіп тастамауға тырысқан.

Жоғарыда айтып өткеніміздей, кәсіби фотографтар әлі де зергерлік бұйымдарды суретке түсіріп қана қоймай, болашақта осы бағыт бойынша ісін жалғастырушыларға өздерінің құнды құпиялары мен тәсілдері жайлы жазып өтті. Шыдамдылық пен еңбек бәрін қайтарады, өйткені фотограф өзінің шедеврін жасаған зергер сияқты ұқыпты және мұқият болуы керек.



### Әдебиеттер тізімі:

1. Ковалева Л.А., Крайнов С.Н., Куманин В.И. «Материалы ювелирной техники»; Москва 2000.
2. Пожарская С.Г. Фотомастер. Книга о фотофахах и фотографии. Москва, Пента, 2001.
3. Стал Э. Лучшие фотографии мира и истории создания их работ. Фотожурналистика /Э.Стил. Москва, Арт-родник, 2006. 176 с.
4. Болысбаев Д.С. Әлем халықтарның сәндік-қолданбалы өнер тарихы. Шымкент, Әлем, 2016, 328 б.
5. Абдрасилова, Г. Қазақ әйеліне қатысты зергерлік бұйым атаулары. Қазақ әйеліне қатысты зергерлік бұйым атаулары. Алматы, 2009.
6. Тілеубекұлы Тоғанбек Қазақтың ою-өрнектері мен зергерлік бұйымдары. Астана: Фолиант, 2008. 136 б. ISBN 9965-35-317-4.
7. [Ибадуллаева, З. Ө.](#) Қазақтың дәстүрлі материалдық мәдениеті [Текст]: оқу құралы / З. Ө. Ибадуллаева. 2-ші бас., өнд., толықт. Алматы, ТехноЭрудит, 2018, 168 с.
8. Рисунок для ювелиров [Текст] / Пер. с исп. Москва, АРТ-РОДНИК, 2005. 191 с. (Рисунок для профессионалов).

**Аннотация.**Статья охватывает пик фотоискусства, охватывающий все жанры рекламного фотоискусства и используемый в следующих областях: ювелирное искусство, плакаты, наружная реклама, каталоги, музыкальная и видео продукция, буклеты, реклама корпоративных и представительских товаров, а также одежда с помощью имиджевой фотографии, для каталогов фотографий ювелирных изделий и аксессуаров, для наружной или журнальной рекламы. Фотографии здесь не только показывают продукт, но и направляют образ человека, создавая его образ. Такая элегантность предметов роскоши не удивительна, ведь ювелирные изделия в казахской степи зародились в бронзовом веке и имеют давнюю историю. В ходе разработки были улучшены методы проектирования и получены новые традиционные идеи. Эта статья также раскрывает значение и содержание традиционных казахских украшений.

**Abstract.** The article covers the peak of photography, covering all genres of advertising photography and is used in the following areas: jewelry, posters, outdoor advertising, catalogs, music and video products, booklets, advertising of corporate and representative goods, as well as clothing using image photography, for photo catalogs jewelry and accessories, for outdoor or magazine advertising. Photos here not only show the product, but also direct the image of a person, creating his image. Such elegance of luxury goods is not surprising, because jewelry in the Kazakh steppe originated in the Bronze Age and have a long history. During the development, design methods were improved and new traditional ideas were received. This article also reveals the meaning and content of traditional Kazakh jewelry.