

FOTOSKOLAN STHLM

DÄR VISIONER BLIR TILL VERKLIGHET

Årets arbetsprov för antagning till yh-utbildningen Kommersiell Fotograf hösten 2024. Det är tre arbetsprov, två bilduppgifter och ett teoretiskt kunskapsprov.

Samtliga arbetsprov ska lämnas in för att din ansökan ska vara komplett och ha chansen att gå vidare till urvalsdagar som slutligen ska leda till en plats på FotoskolanSTHLM:s utbildning Kommersiell fotograf.

Läs igenom uppgifterna och instruktionerna noga innan du tar dig ann arbetsproven. För att det ska vara lika för alla svarar vi inte på några frågor kring arbetsproven. De ska vara en tolkning utifrån var och en.

Vi ser fram emot att ta del av dina arbeten. Lycka till!!

Arbetsprov 1 – Fotografiskt kunskapsprov

För att fullt ut kunna ta till dig utbildningens olika delmoment krävs en hög grad av förkunskaper.

Detta är ett teoretiskt prov som ska genomföras lördagen den 4 maj. Länken öppnar kl 12:00 och testet tar ca 1 timma. Därefter stängs länken, kl 13:00. Detta arbetsprov kan endast göras vid detta tillfälle. Gör en anteckning i din kalender.

Arbetsprov 2 – Eget material

Skapa en bildserie med 3 bilder *eller* en kortare film på högst 30 sekunder som visar vad du i dagsläget fotograferar eller filmar. Det kan vara porträtt, modebilder, produktbilder, matbilder, porträttbilder eller en kortare film på ett valfritt tema.

Det är av mindre vikt vilken genre eller medium du väljer att jobba med. Det viktiga är att det representerar dig och vad du i dagsläget tror du vill arbeta med inom det valda yrkesfältet.

Vad du än väljer ska det vara något som är *sammanhållet, genomarbetat, väl genomtänkt och personligt för dig.*

Filformat vid bild: -jpeg

Filformat rörlig bild: mp4

Storlek: max 24 mb

Namnge filen med "Eget material" + ditt namn

Arbetsprov 3 – Kampanj för mobilföretaget ARGAL – Don´t hang up!

För att ge dig en bild av hur det kan vara att studera på FotoskolanSTHLM och i framtiden jobba med kommersiellt visuellt arbete, har arbetsprov tre utformats som ett kommersiellt fotouppdrag för en kampanj. Det innefattar en fiktiv kund som vill nå ut till en viss målgrupp och att du ska tänka ut och sedan producera material som når fram till målgruppen.

Första steget är att informera sig om av vad den fiktiva kunden efterfrågar och analysera kunden och dennes behov.

Nästa steg blir att göra sig en bild av målgruppen som kampanjen försöker nå. Skälet till att du behöver veta vilka du ska kommunicera med är för att kunna anpassa ditt visuella uttryck så att det fångar målgruppens intresse.

Sista steget blir att skapa ett bildmaterial som kommunicerar kundens budskap på ett sätt som når fram till målgruppen.

Information att utgå från i ditt bildskapande:

Den fiktiva kunden heter ARGAL och är en ny hårdtsatsande mobiltelefonileverantör. ARGAL siktar på att ta upp kampen med de större och mer etablerade aktörerna genom att kommunicera direkt med åldersgruppen yngre vuxna som är en storkonsument av mobiltelefoni.

Den fiktiva kampanj du har blivit anlitad att producera fotografiskt material till är utformad för att lansera ARGAL:s mobiltelefonitjänster. Som tidigare nämnts är målgruppen ARGAL vill nå fram till inom segmentet yngre vuxna. ARGAL har utvecklat och prispressat ett abonnemang som tillåter användaren att kommunicera via både tal, bild och rörlig bild till ett lägre pris. Via en reklambyrå har du fått uppdraget att producera 4 bilder för en kommande stillbildskampanj. Kampanjen heter ”Don´t hang up!”

Reklambyrån har valt att fokusera på gruppen unga vuxna, personer i åldern 18-30 år. Undersökningar som gjorts visar att målgruppen använder många olika mobila kommunikationstjänster för sina sociala kontakter.

Reklambyrån som ARGAL har valt att jobba med har genom en kundundersökning av den utvalda målgruppen nått slutsatsen att tilltalet i bildmaterialet behöver vara:

- *Bilder i färg*
- *Bildmaterialet ska kännas positivt, energifyllt och äkta*
- *Personer på bild ska vara i samma ålder som målgruppen*

Värdeord: *positivt, äkta, energifyllt*

Uppgift

1. **Copy/Bild** – *Don´t hang up!*

Bildbeskrivning: En porträttbild på en person i hemmamiljö som med sin mobil kommunicerar via bild och tal. Bilden ska utstråla positivitet och glädje. Tänk på modellval, personregi, styling och hur personen på bilden fungerar ihop med omgivningen. Försök få till en bra modegrad utan att tappa känslan av naturlighet. Kom ihåg att alla bilder i bildserien ska fungera ihop.

2. **Copy/Bild** – *Don´t hang up!*

Bildbeskrivning: En bild av person som kommunicerar via bild och tal via sin mobil i en valfri utomhusmiljö. Vilken miljö är upp till dig men miljön ska kännas äkta och gå att koppla till målgruppen. Hur detta visas är upp till dig men bilden får dock inte kännas negativ. Kom ihåg att även den här bilden ska fungera ihop med de andra i bildserien.

3. **Copy/Bild** – *Don´t hang up!*

Bildbeskrivning: **En stillebenbild på en mobiltelefon.** *Fabrikatet på mobiltelefonen är oviktigt.* Även fast det är en bild som fokuserar på en mobil måste du tänka på hur du med styling och rekvisita ger betraktaren känslan av att mobilen tillhör en person i målgruppen.

Inga övriga logotyper får störa avsändaren. Även denna färdiga bild ska gå att koppla till bildserien i stort och till värdeorden.

4. Copy/Bild – *Don't hang up!*

Bildbeskrivning: En situationsbild som visar två personer som med mobil kommunicerar med en tredje part. Här är det viktigt att mobilen är med på ett naturligt sätt. Vilken typ av kommunikation som sker och var det sker är upp till dig men det ska kännas positivt och inbjudande. Tänk ett möte på ett café, eller en middag, eller ett tillfälle när personer på något sätt umgås och som personerna på bilden vill visa upp för någon annan. Det viktiga är att bilden ska förmedla ett varmt och inbjudande tillfälle där bildens fokus ligger på kommunikation via mobil. Du behöver inte visa exakt vilken typ av tillfälle som visas men du ska med hjälp av utsnitt, ljussättning, styling och rekvisita skapa en känsla av att personerna på bild gör något som målgruppen ser som positivt.

Inlämning: 4 *liggande* bilder för den fiktiva kampanjen ”*Don't hang up!*” enligt bildbeskrivningarna.

Filformat: -jpeg

Storlek: max 24mb

Namnge filen med "Don't hang up" + ditt namn

Lycka till!