



ПРАВИЛА ОТВЕТСТВЕННОЙ МАРКИРОВКИ РЕКЛАМНЫХ ИЗОБРАЖЕНИЙ

Unilever призывает бизнес и рекламодателей присоединиться к ответственному подходу в изображении людей в рекламе. Бренды Unilever будут маркировать соответствующим образом свои рекламные материалы:

«Фотография отретуширована»

В случае, если человеку на рекламной фотографии изменяют форму, вид или размер тела, дорисовывают или убирают при помощи компьютерной графики или любой другой программы то, что является постоянным свойством конкретного человека на фото, на такой материал следует наносить специальную маркировку “фотография отретуширована”.

- Изменены кожа, волосы, цвет глаз;
- Добавлен искусственный блеск волосам;
- Добавлен объем волосам или бровям;
- Удалены естественные морщины или поры;
- Увеличен объем губ;
- Отбелены зубы;
- Изменена/искажена анатомия и фигура любым способом;
- Удалены вены, родинки, веснушки, татуировки, шрамы, кожные складки, целлюлит, растяжки, волосы на теле;
- Добавлены украшения или изменена одежда;
- Искажён цвет кожи;
- Использовано несколько фотографий, чтобы создать новое изображение.

«Фотография без ретуши»

Маркировка “фотография без ретуши” будет применяться, если с фотографией человека на рекламном изображении не делалось никаких изменений или если были совершены следующие действия:

- Удалены временные пятна, следы от прыщей, сыпи, бритья;
 - Удалены взъерошенные волосы;
 - Удалены помада и/или частицы пищи на зубах;
 - Удалены тени или тёмные области, вызванные освещением;
 - Удалены швы и пятна на одежде;
 - Использована опция “баланс белого”, чтобы воссоздать естественное освещение, которое часто теряется при съёмке.
-