



Nikon Sverige
Råsundavägen 12
169 67 Solna
08-594 10 900
www.nikon.se

Nikon avslöjar Europas bästa fraser för ett fint fotoleende:

Skippa "omelett" – gör som fransmännen och säg "ouistiti"

Stockholm, 14 oktober 2010 – Ett unikt experiment som genomförts av Nikon har visat att den mest använda fotofrasen i Sverige – "omelett" – inte är den bästa för att få ett strålande leende på bilden. Fransmännen klarar sig faktiskt mycket bättre med sin fras "ouistiti", som visade sig ge det bästa ansiktsuttrycket. Genom att jämföra fotofraser från 26 länder runtom i Europa kom den kände fotografen Peter Skjold Petersen, som deltog i experimentet, fram till vilka som är de fem bästa för att locka fram det perfekta leendet.

I experimentet fotograferades en modell när hon sa de olika ländernas fraser, under uppsikt av språk- och uttalsexperterna Tim Bowen som kontrollerade att alla ord uttalades korrekt. Varje fras fotograferades med fem bilder i följd för att fånga exakt vilken effekt frasen hade på motivets leende. Bilderna analyserades sedan av den prisbelönta danske porträttfotografen Peter Skjold Petersen. Med 15 års erfarenhet av att få fram det bästa hos sina motiv betygsatte han alla länders fotofraser utifrån vilken som gav det vackraste och mest naturliga leendet.

På första plats kom "ouistiti", som betyder "liten apa" och är den fras som är vanligast i Frankrike. Petersen förklarar sitt val: "Som porträttfotograf försöker jag alltid hitta sätt att få mina motiv att ge mig breda, avslappnade leenden, som lyfter deras ansiktsdrag och ger dem en glimt i ögat. När jag jämförde resultaten från de olika språken syns åtminstone tre fantastiska exempel på det i de foton som tagits med den franska frasen "ouistiti". När man säger det ordet placerar man också tungan bakom tänderna, vilket ger ett bättre foto.

"OUISTITI" – (WI-STI-TII)





Nikon Sverige
Råsundavägen 12
169 67 Solna
08-594 10 900
www.nikon.se

Det svenska ordet "omelett" ger ett leende som inte varar så länge, så chansen att fånga det där stora, strålande leendet är lite mindre. Eftersom det slutar med ett t-ljud ser det dock till att tungan håller sig bakom tänderna, vilket ger ett fint och naturligt utseende."

"OMELETT" – (OME-LÄTT)



De fem bästa fraserna för det perfekta fotoleendet

1. Ouistiti – Frankrike ("liten apa")
2. Famiglia – Italien ("familj")
3. Patatas – Spanien ("potatis")
4. Marmolada – Polen ("marmelad")
5. Zaag Eens Kaas – Holland ("say cheese")

Tim Bowen från språkutbildningsakademin Pilgrims Ltd. kommenterar resultaten: "Det är intressant att notera de regionala skillnader som syns i fotona med de här nationella "fotoleendefraserna". De traditionellt "romantiska" språken som spanska, franska och italienska gav ofta strålande, glada leenden medan fraser som används längre österut, till exempel i Rumänien och Lettland, gav mer sensuella ansiktsuttryck."

Mark Pekelharing, produktchef för konsumentprodukter på Nikon, säger: "På Nikon strävar vi alltid efter att människor ska få det bästa möjliga fotot. Med hjälp av den här lilla undersökningen kan nu alla i hela Europa hitta den perfekta frasen för att få det leende de vill ha. Om vi får svenskarna att byta ut "omelett" mot "ouistiti" återstår dock att se!



Nikon Sverige
Råsundavägen 12
169 67 Solna
08-594 10 900
www.nikon.se

Under tiden kan vårt nya utbud av COOLPIX-kompaktkameror hjälpa till att skapa den perfekta bilden – med funktioner som Smart porträttssystem, Mjuka hudtoner och Leendelösare kan du alltid få fram det bästa hos ditt motiv.”, avslutar Mark Pekelharing.

”Leendefotona” är tagna av fotografen Daniel Kennedy med en Nikon D3X.

För mer information om experimentet eller Nikons produkter, kontakta:

Irena Strozyk, Marknadsansvarig på Nikon

Telefon 08-594 109 04, 0709-95 58 25 eller e-post strozyk@nikon.se

För pressbilder, vänligen besök <http://press.nikon.se>

För övrig information, se www.nikon.se

Om Peter Skjold Petersen

Peter Skjold Petersen bor i Danmark, där han har drivit en fotostudio och utbildningscenter sedan 2005. Han startade som frilansfotograf 2002, och började specialisera sig som porträttfotograf 2005.

Om Tim Bowen, Pilgrims Ltd.

Tim har undervisat i engelska och utbildat lärare i mer än 20 länder, bland annat f.d. Jugoslavien, Italien, Polen, Brasilien, Grekland och Bahrain. Han är medförfattare till Inside Teaching (Macmillan Heinemann ELT) och har även publicerat böcker om uttal, affärsengelska och engelska för särskilda ändamål. Pilgrims Ltd. är auktoriserade av British Council och medlemmar i ARELS.

Om Daniel Kennedy

Daniel Kennedy är en London-baserad mode- och kändisfotograf. Han har bland annat fotograferat kändisar som Angelina Jolie, Madonna och Naomi Campbell och gör arbeten för publikationer som Hello och OK! Magazine. Daniel har arbetat som fotograf sedan 2005.

Om Nikon

Nikon grundades i Japan år 1917 och är världsledande inom digital optik och precisionsoptik. Nikon finns i dag representerat över hela världen med sina prisbelönta produktserier, bland annat digitala SLR-kameror, utbytbara NIKKOR-objektiv och kompaktkameror under varumärket COOLPIX. Nikon är det enda större optikföretaget som fortfarande sköter alla delar av sin glastillverkning – för att kunna finjustera objektivens specifikationer, kvalitet och prestanda. Likaså är Nikon den enda tillverkaren som har behållit sitt ursprungliga objektmonteringssystem under femtio års tid. Övriga produkter i Nikons sortiment är kikare, avståndsmätare, fältkikare, oftalmisk utrustning, mätinstrument. IC- och LCD-steppers, skannrar, mikroskop och halvledarkomponenter. Nikon Corporation är noterat på Tokyobörsen. www.europe-nikon.com