

Аналіз інтерфейсу комерційних фотобанків

Олександр Березко

Кафедра СКІД

Національний університет «Львівська політехніка»

Львів, Україна

oleksandr.l.berezko@lpnu.ua

Оксана Гордійчук

Кафедра СКІД

Національний університет «Львівська політехніка»

Львів, Україна

oksana.hordiichuk.msa.2017@lpnu.ua

Abstract. *We consider features of photo stock agencies' websites in order to learn best UX design practices. This will help us to further develop the media archive of Lviv Polytechnic.*

Ключові слова: стокова фотографія, фотобанк, преміум-фотобанки, Медіабанк, університет.

ВСТУП

Сьогодні існує таке явище як фотобанк – банк зображень, який є посередником між авторами зображень та їхніми користувачами. Фотобанки створюються з різною метою і бувають публічними (Flickr, Вікіпедія), закритими (фотобанки видань, новинних агентств), комерційні тощо. Комерційні фотобанки здійснюють пошук покупців і прийом платежів, що значно спрощує роботу авторів контенту, дозволяючи їм зосередитися на творчому процесі.

Зображення на фотобанках продаються за різними типами ліцензій. Від виду ліцензій залежить, які права на фотографію матиме особа, яка її придбала, і винагорода автора. Тож в останні десятиліття завдяки мережі Інтернет та низці комерційних ліцензій, зокрема «Royalty Free», стокові фотобанки набули бурхливого розвитку. Сьогодні це потужна індустрія, у якій варто запозичувати досвід створення фотобанків різного спрямування.

Університети не є винятком щодо потреби у фотобанках, адже якісні зображення та ефективний доступ до них є важливим інструментом маркетингу вишів. Львівська політехніка активно розвиває свою веб-інфраструктуру та позиціонує себе у віртуальному середовищі [2]. Фотобанк університету покликаний:

- бути ефективною системою зберігання та надання доступу до власного контенту;
- забезпечувати консолідацію медіа-контенту університету;
- залучати спільноту університету до створення, опрацювання та позиціонування контенту;
- сприяти позиціонуванню інших веб-ресурсів університету;
- стати інструментом маркетингу вишу.

ОСНОВНА ЧАСТИНА

Проаналізуємо комерційні фотобанки детальніше. Є два основні типи:

1. *Макростоки* – традиційні фотобанки, з якими співпрацюють рекламні агентства, журнали, видавництва. Фотографії з цих банків коштують відносно дорого і продаються на спеціальних умовах, часто ексклюзивно.

2. *Мікростоки* – працюють за спрощеними ліцензіями, продаючи зображення за невисокими цінами, зокрема для потреб веб-індустрії і друку обмеженими тиражами, причому одне і те ж зображення може бути продане багато разів.

Сьогодні комерційні фотобанки є джерелом найкращих практик щодо побудови інформаційної архітектури, організації користувацького досвіду тощо, тому варто розглянути такі системи більш детально.

Авторитетним джерелом інформації про комерційні фотобанки є веб-форум «Microstock Group» [3], в якому представлено опитування авторів контенту та рейтинг фотобанків за прибутковістю. Згідно даних цього форуму найбільш прибутковими є: Shutterstock, AdobeStock, iStock, Pond5. Преміум-фотобанки:

Adobe Stock Premium, 500px, GettyImages, Stocksy, Offset, 123rf (Evo).

Проаналізуємо найбільш важливі сторінки фотобанків з точки зору взаємодії з користувачем: *галерею* – об'єднання фотографій за тематикою, авторством тощо та *сторінку зображення* – представлення конкретного зображення з описом.

Основні критерії на основі яких буде проведено аналіз відомих фотобанків:

Для сторінки зображення: водний знак на мініатюрі зображення; водний знак на збільшеній версії зображення; перегляд збільшеної версії (місцеве збільшення); перегляд збільшеної версії (аналог плагіну Lightbox); основна інформація (автор, ключові

слова, категорія); рекомендації за автором; рекомендації за тематикою; можливість поширення у Facebook; Google; Pinterest тощо.

Для галереї: колекція: авторська, користувацька; локальне збільшення зображення – означає використання плагіна, який дозволяє збільшувати зображення при наведенні на нього курсора миші або при натисканні на ньому; статичне зображення – без змін; пояснення до фотографії (початково); пояснення до фотографії (під час наведення курсором миші).

Зведений аналіз фотобанків за поданими вище критеріями представлено у Табл.1.

Таблиця 1. Аналіз фотобанків

		Shutterstock	AdobeStock	iStock	Pond5	500px	Getty Images	Stocksy	Offset	Adobe Stock Premium	123rf (Evo)
стор. зображення	Водний знак на мініатюрі зображення	-	-	-	-	-	+	-	+	-	+
	Водний знак на збільшеній версії зображення	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+
	Перегляд збільшеної версії (місцеве збільшення)	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+
	Перегляд збільшеної версії (плагін Lightbox)	+	-	+	-	+	+	-	-	-	+
	Основна інформація (автор, ключові слова, категорія)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Рекомендації за автором	-	-	-	+	-	-	-	+	-	-
	Рекомендації за тематикою	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+
галерея	Поширення (Facebook; Google; Pinterest; Twitter тощо)	+	-	-	+	+	+	+	+	-	+
	Авторська колекція	+			+	+		+			
	Користувацька колекція	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Локальне збільшення	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-
	Статичне зображення	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+
	Пояснення до фотографії (початково)	-	-	-	-	+	+	-	-	-	-
	Пояснення до фотографії (під час наведення курсору)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

ВИСНОВОК

Проаналізувавши найбільш популярні та преміум-фотобанки, ми дійшли висновку про найкращі практики щодо організації користувацького досвіду на рівні сторінки зображення та галереї. Цей аналіз дозволить нам впровадити ці підходи до організації відповідних веб-сторінок у медіа-банку Львівської політехніки, що підвищить ефективність цієї веб-системи.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] P. Frosh, "Inside the image factory: stock photography and cultural production". [Online]. Available: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/016344301023005005>. Accessed on: Apr 10, 2018.
- [2] О. Л. Березко, П. І. Жежнич, А. О. Пастух, "Аналіз позиції та перспектив позиціонування Львівської політехніки у Вебметричному рейтингові університетів світу," Вісник НУ «Львівська політехніка», № 775, С. 56–62, 2013.
- [3] MicrostockGroup. Profess. Microstock Forum. [Online]. Available: <http://www.microstockgroup.com> Accessed on: Apr 15, 2018.