

Fotobanky na webu – proč a jak?

Jsou obory lidské činnosti, kde internet asi ani v budoucnu nezdomečká. Jen těžko si půjdete koupit boty do internetového obchodu, kde si je nemůžete vyzkoušet. Existují však oblasti, kde se používání internetu poměrně zažilo (a to i u nás) – například prodej knih, CD nebo v poslední době bankovní služby. Při prodeji hmotného zboží se internet používá pouze pro objednávky – distribuce se pak provádí klasicky (offline). Existují však i obory, které internet mohou využít „naplno“, tedy i pro distribuci. Jedním z nich jsou fotobanky. Ty totiž mohou k zákazníkovi prostřednictvím internetu dopravit nejen nabídkový katalog, ale i objednané zboží – v tomto případě digitalizované snímky.

Co by měl splňovat web moderní fotobanky?

Celý systém by měl být navržen komplexně. Jak již bylo zmíněno, nejedná se jen o „obrázkový katalog“ obsahující spoustu obrázků v malém rozlišení, ale o složitý systém, který dává různým uživatelům různá oprávnění.

Jakýkoliv uživatel

Nejmenší možností nabízí web pro jakéhokoliv člověka, který se na stránky podívá. V systému je takový uživatel označen jako „neznámý“, „nepřihlášený“, či „anonymní“. Může zpravidla pouze vyhledávat v databázi obrázků, které jsou mu zobrazovány ve velmi malém rozlišení. Chce-li obrázek zvětšit, dostane jej sice o trochu větší, ale zpravidla je takovýto obrázek překryt viditelným vodoznakem, kterým se fotobanky chrání proti krádeži.

Registrovaný uživatel

Pomocí registračního formuláře se z neznámého uživatele může stát uživatel registrovaný. Fotobanky při registraci většinou vyžadují základní kontaktní údaje (zejména e-mail). Registrací získává uživatel přístup k dalším bezplatným funkcím. Jsou to zejména přístup k většímu náhledu obrázku a možnost ukládat vybrané obrázky do složek (v anglickém jazyce se vžil označení lightbox – prosvětlovací stůl).

Složky jsou pro uživatele skvělým pomocníkem. Může si do nich ukládat vybrané obrázky a obsah lightboxu pak jednoduše odeslat do jakéhokoliv e-mailu (například zákazníkovi, který si pak může vybrat z předvybraných záběrů).

Objednávky

Registrace je také nutná pro nákup snímků. Stejně jako v samoobsluze, uživatel nejprve vloží vybrané snímky do nákupního košíku. Tím se ale ještě k ničemu nezavazuje, může si koupit kdykoliv rozmyslet a „zboží vrátit do regálu“.

Akt koupě je uskutečněn až v okamžiku, kdy se uživatel rozhodne zboží v košíku koupit (objednat). Při prvním nákupu je registrovaný uživatel vyzván, aby o sobě doplnil další údaje, jako IČ, DIČ a adresu.

Distribuce

Cesta zboží k zákazníkovi může být různá. Některým zákazníkům jsou snímky dodány až po zaplacení, někteří zákazníci mohou stahovat obrázky ve vysokém rozlišení ihned. Záleží na smluvně obchodním vztahu fotobanky a zákazníka.

Jiná je také distribuční cesta v okamžiku,

kdy zákazník objedná například celé Royalty Free CD – „hmotné“ produkty jsou zasílány klasickými distribučními cestami. Většinou ale uživatel z RF CD potřebuje akutně pouze jeden či dva záběry. Ve fotobance, která má kvalitně zpracovanou logistiku, si proto tyto záběry může stáhnout, a nemusí čekat, až mu dorazí CD.

Zákulisí

Internetové stránky fotobanky však nemají jen svou uživatelskou stranu. Pro fungování stránek je velmi důležitý také systém, který je určen pro správu stránek. Samozřejmostí by mělo být dávkové plnění novými daty, automatické generování lo-res obrázků ze snímků s vysokým rozlišením (hi-res) či automatizovaná fakturace objednaných snímků. Kapitoulou sama pro sebe je generování klíčových slov k jednotlivým záběrům a jejich počestění.

Vyhledávání

Základem úspěchu pro vyhledávání jsou klíčová slova. Správcové databáze se snaží obrázky popsat co nejvíce hesly, která jej definují. Tvorba slov je v praxi velice problematická, protože popis obrázku je vždy subjektivní.

Syntaxe

V internetové praxi se při vyhledávání vžil určité způsoby zápisu, které převzaly i vyhledávací algoritmy fotobank. Při vyhledávání můžete použít slova v jednotném i množném čísle. Pokud použijete při hledání slovní spojení, napište je mezi uvozovky (např. „New York“). U sloves se používá infinitiv nebo gerundium. Chcete-li najít snímky pomocí začátku klíčových slov, např. „sho“, jednoduše napište sho* a vyhledávač automaticky vyhledá slova,

která začínají touto kombinací písmen (např. shower, shout, shoe, shore...).

Pokud můžete hledaný výraz popsat více slovy, je to možné. Slova oddělte mezerou. Mezery budou interpretovány jako logický operátor „AND“ (=“a“) mezi jednotlivými slovy. Případně můžete použít logické operátory „OR“ (=“nebo“) a „NOT“ (=“negace“) buď samotné nebo v kombinaci, pokud chcete zajistit přesnější hledání. Budete-li chtít najít záběr, který obsahuje skleničku s tvrdým alkoholem, může hledaný výraz vypadat např. takto: alkohol AND sklenička NOT víno NOT pivo (nebo jednodušeji: destilát AND sklenička).

Provázanost

České fotobanky většinou zastupují několik zahraničních fotobank a ještě lokální české fotografy. Kvalitní web by tedy měl zajišťovat vyhledávání v několika databázích najednou a sumarizovat uživateli výstup do graficky jednotné podoby. V praxi to znamená, že když uživatel zadá např. klíčové slovo „pes“, vyhledávací robot jej přeloží do angličtiny jako „dog“ a zašle dotaz do databází všech zastupovaných fotobank a do interní databáze. Všechny databáze na dotaz odpoví a robot zkompiluje výsledek vyhledávání do vzhledu lokální fotobanky. Tato metoda vypadá sice složitě, ale přináší značné úspory při správě a aktualizaci databází.

Design webu

Při navrhování webu fotobanky je potřeba přemýšlet nejen o estetické stránce, ale hlavně o funkčnosti, ergonomii a logické struktuře. Tyto faktory mohou totiž velmi výrazně ovlivnit úspěšnost celých stránek.

-JT-

The screenshot shows the Allphoto website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo 'allphoto images' and several menu items: 'VYHLEDÁVÁNÍ', 'CD KOLEKCE', 'UŽIVATEL', 'KATALOGY', 'PRO FOTOGRAFY', and 'O FIRMĚ'. Below the navigation bar, there are search filters: 'podle klíčového slova', 'podle kategorie', 'podle čísla', 'podle fotografa', 'nové snímky', and 'externí vyhledávání'. The main content area features a large photo of a couple sitting with a dog. Below the photo, there is a 'Popis snímku:' section with the text 'Couple and dog'. To the right of the photo, there is a 'Klíčová slova pro vyhledání tohoto snímku:' section with a list of keywords: 'Adult Adults Animal Animals Boy Boys Caucasian Color Colour Companion Companions Companionship Contemporary Couple Couples Dawtime Dog Dogs Exterior Eyeglasses Facial expression Facial expressions Female Girl Girls Glasses Grin Grinning Horizontal Human Lifestyle Lifestyles Looking at camera Male Man Mate Mates Men One One animal Outdoor Outdoors Outside Pair People Person Persons Pet Pets Positive Positive feeling Positive feelings Smile Smiles Smiling Spectacles Three Together Togetherness Two Two persons Woman Women Young Young adult Young adults Youth Y-FER'. At the bottom of the page, there is a footer with copyright information: '2003 © allphoto images, V Domovské 52, 130 00 Praha 3, tel./zázn./fax: 284 86 14 56-7, e-mail: allphoto@allphoto.cz'.

Autor článku se v současné době podílí na řešení nového webu fotobanky Allphoto.