על תמונות וזכויות יוצרים

מאת קרייג אריאב - צלם ומומחה לאיתור תוכן ויזואלי

סוגי רישיונות

מחירי הצילומים נע בין צילומים חינמיים לבין צילומים שעלותם מאות דולרים. התמחור ונקבע על ידי מספר משתנים, אשר נקבע בין השאר על ידי הרישיונות שלהם:

Rights Managed - כלומר, צילומים בעלי זכויות מנוהלות. תמחור הצילומים הללו נעשה בהתאם למספר קריטריונים: משך זמן שימוש, גודל קובץ מבוקש, אופן שימוש (שילוט חוצות/עטיפת ספר/ כתב/ פרסומת/ וכיוצא באלה), האזור בו ייעשה שימוש בצילום, הגבלות המוטלות עליו וכן הלאה. מחירו של צילום כזה משתנה והוא נתון למשא ומתן- כל מקרה לגופו.

Royalty Free - למרות שמו, אין הכוונה כי צילומים הללו הינם חינמיים. אלא הכוונה היא שלאחר רכישת צילום בעל רישיון כזה אין צורך בתשלום תמלוגים נוספים לצלם ו/או לסוכנות. הלקוח יכול להשתמש בצילום זה מספר פעמים. אולם, שלא כמו בצילומים מנוהלים, בצילומים בעלי רישיון כזה אין אפשרות לבלעדיות על הצילומים, אשר אמנם מוזיל את עלות הצילומים אולם בכך גם הופך אותם לזמינים לכל אדם מכל תעשייה וכמו כן הם הופכים להיות חשופים ביותר. התשלום עבור צילום זה נעשה באופן חד-פעמי, ניתן להשתמש בצילום באופן רב, אין מגבלת זמן של שימוש בצילום, אין זכויות בלעדיות לצילום מסג זה.

אישורי צילום Model release

ישנם שני סוגי אישורים שיש לתת עליהם את הדעת כשאר רוצים להשתמש בצילום באופן מסחרי.

אישור מצולם Model release - זהו אישור בו הצלם מחתים את הדוגמנים שלו. בהסכם זה הדוגמנים מביעים את הסכמתם ומתירים את השימוש בצילומים שלהם באופן מסחרי. ז"א לפרסם מוצרים שונים באמצעות הדמות שלהם. ללא אישור כזה הצלם והלקוח (רוכש הצילום) חשופים לתביעות.

אישור חצרים Property release - זהו אישור בו הצלם מחתים את בעלי המבנה/ האדריכל/ חברת המכוניות/ הבעלים של מכונית מסוימת (אם זהו פריט אספנים)/יצירות אמנות/ תכשיט/בעלי חיים (אם אלה בעלי חיים המשתתפים בתחרויות או פרסומות) וכדומה. בהסכם זה בעלי הפריט הללו מביעים את הסכמתם כי הצלמים יעשו שימוש בפריט זה בצילומיהם באופן מסחרי. מטרתו של אישור כזה הוא למנוע תביעות מצד בעלי הפריט כנגד הצלם ו/או הלקוח (רוכש הצילום).

סוגי צילומים:

כל הצילומים הנמצאים במאגרים מתחלקים לשני סוגים: צילומי קריאייטיב (creative) וצילומים מערכתיים (editorial)

צילומי קריאייטיב - במהלך השנה אנשי השיווק במאגרים הללו עורכים סקרים הנוגעים לתמורות השונות ולצרכי השוק בדימויים שונים. צילומים אלה הינם צילומים מבויימים, אשר נעשו למטרות תעשיית הסטוק. לצרכי צילום כזה נקבע אתר צילומים מיוחד (לוקיישן), נשכרו דוגמנים, מעצב שיער, מאפר, סטיילסט וכדומה. בנוסף לאיכות הצילומית ולרעיון היצירתי של צילומים אלה, הדבר החשוב בצילומים אלה הוא שלרובם יש אישור מהמצולם (או מצולמים) לעשות שימוש בצילום באופן מסחרי.

צילומים מערכתיים - אלה הם צילומים שנעשו למטרות מערכתיות, על ידי צלמי עיתונות (בד"כ). דוגמה: צילומי חדשות, פאפארצי, צילומי פרמיירות, מסיבות עיתונאים וכדומה. בשונה מצילומי קריאייטיב, לצילומים הללו יש חשיבות למהירות העלאתן אל הרשת. במרבית הפעמים הצילומים אינם מתואמים עם המצולמים ואינם מבויימים. הרבה פעמים ספונטניות היא שם המשחק. במקרים רבים המצולמים אינם יודעים מי צילם אותם ורק לאחר מכן הם נוכחים לראות את תמונתם על גבי דפי העיתון, באתרי אינטרנט שונים וכיוצא באלה. אחד הדברים המהותיים המבדיל אותם מצילומי קריאייטיב הוא הסכם אישור המצולם Model release.

Metadata (מטה- דאטה)

בעולם הצילום הדיגיטלי המונח נעשה בנוגע לנתונים המוטמעים בתוך הצילום ואינם זמינים תמיד בצפייה הראשונית.בכל צילום אשר צולם במצלמה דיגיטלית או הועלה לרשת יש נתונים כאלה. כמות הנתונים עשוייה להשתנות והיא מכילה פריטים שונים.

הם מחולקים לשניים:

1. נתונים המועלים אוטומטית: כגון: תאריך הצילום, סוג המצלמה, שם הצלם, סוג עדשה, מפתח צמצם, וכו.
2. נתונים המועלים ע"י הצלם ו/או אנשי הארכיון: מילות מפתח המתארות את הצילום: /man/outdoors/beach/sports playful/action/happiness/horizontal/colour

מטרת הנתונים הללו היא לתת מידע בנוגע לזהות הצלם (במקרה של גניבה או זכויות יוצרים), חקירת פרטים טכניים בנוגע לצילום, איתור צילומים לאחר שהם הועלו אל מאגר.

כל הצילומים הנמצאים במאגרי הצילומים מתבססים על נתונים אלה.

כל צילום מחולק לקטגוריות של מילות חיפוש: היבטים טכניים (אופקי/אנכי, צבע/שחור לבן, עדשה רחבה, זווית צילום וכדומה); מיקום גאוגרפי (ארץ, עיר); היבטים אנושיים (גבר/אישה/ילד, מספר אנשים, מוצא אתני, גיל וכדומה); נושא הצילום (נוף, אורבני, עסקים, אנשים, ספורט, תחביבים, אוכל וכן הלאה); קונספט (שמחה, עצב, דאגה, ציפייה, ניצחון, עבודת צוות, וכן הלאה).

כשאנו מחפשים צילום עלינו לחשוב כמו צלמים ולשאול מה אנו רוצים לראות:

האם הצילום כולל אנשים?

כמה אנשים?

מה הגילאים שלהם?

מה המוצא האתני שלהם?

מה הם עושים בצילום?

מה הם לובשים? בגד חול או בגדי עסקים?

האם זהו צילום של משפחה?

האם זהו צילום סטודיו או צילום בחוץ?

האם הצילום יהיה אנכי או אופקי?

האם זה צילום צבעוני או צילום שחור לבן?

מה תהיה זווית הצילום? נמוכה? גבוהה? בגובה העיניים?

האם זה צילום בעדשה רחבה או עדשת טלה?

האם יראו רק חלק מהאנשים (חצי גוף/ראש וכתפיים) את כל הגוף מכף רגל ועד ראש או רק צילום של חלק מהגוף?

האם יש חיות בצילום?

האם אנו מחפשים אתרי תיירות מוכרים בעולם?

האם אנו רוצים שתהיה בתמונה חלל לקופי (Copy)?

ככל שנפרט יותר לעצמנו לפני שאנו מגיעים לחיפוש כך החיפוש שלנו יהיה ממוקד יותר ויניב תוצאות מדויקות יותר עבורנו.

כדאי לצמצם את תוצאות החיפוש באמצעות האופציה: Search within results

כאשר מתחילים בחיפוש עדיף להשתמש בפונקציה של חיפוש מתקדם: Advanced Search

במרבית האתרים ניתן לרשום מספר מילות מפתח כאשר מפרידים אותם ב: And Or , ;

בפונקציה של חיפוש מתקדם יש לבחור מבין הבאים:

BW / Color

Horizontal / Vertical

RM / RF

Panoramic

Square

Photo / Illustrations / Vector

FOOTAGE

שוטים – עקרונית שיטת חיפוש של קטעי וידאו דומה לחיפוש קטעי סטילס. אלא שבחיפוש של קטעי וידאו יש להתייחס למילות מפתח המתארות תנועה בתוך הפריים. מילות מפתח אלה לא יופיעו בחיפוש של קטעי סטילס.