

shutterstock®

# Podręcznik dla twórców





## Oto Shutterstock

Z dumą wspieramy globalną społeczność utalentowanych współpracowników, którzy tworzą treści potrzebne dla naszych klientów.

- + 550 000 twórców
- + 800 mln USD wypłacone twórcom
- + 245 milionów obrazów
- + 13 milionów klipów wideo

I rośniemy. Co tydzień dodawanych jest ponad 1,5 mln nowych materiałów.







## Kim są nasi współtwórcy

Nasz rynek twórców jest kreowany przez fotografów, kamerzystów, ilustratorów i kompozytorów z całego świata.

Niezależnie od tego, czy jesteś początkującym fotografem, który właśnie zakupił pierwszy aparat fotograficzny w życiu, czy agencją specjalizującą się w tworzeniu treści dla stocków, w Shutterstock znajdziesz miejsce dla siebie.

### Zarabianie pieniędzy jest szybkie

Wysokie standardy obejmujące m.in. wygodne mechanizmy przesyłania, zgłaszania i zatwierdzania materiałów.

### Zachowaj swoją wolność

Treści, które tworzysz, należą do Ciebie. Ciesz się swobodą partnerstwa bez wyłączności.

### Innowacyjna technologia

Zawsze szukamy sposobów na poprawę jakości pracy naszych współtwórców. Obejmuje to nasze aplikacje dla systemów iOS i Android

### Cenne narzędzia sukcesu

Dzielimy się tym, czego szukają nasi klienci. Dzięki temu możesz być na bieżąco z najnowszymi trendami. Sprawdź nasze narzędzia do nadawania słów kluczowych oraz listy podpowiedzi.



**Co to jest  
stock?**





## Co to jest stock?

Stock to dowolny typ zawartości, w tym zdjęcia, filmy wideo, klipy audio i ilustracje gotowe dla klientów do zakupu i użytku.

Niezależnie od tego, czy tworzysz zawartość specjalnie na potrzeby stocków, czy też zdecydujesz się na przestanie starszych materiałów, stock zapewnia możliwość licencjonowania zawartości.

### Najlepsza część?

Materiały mogą sprzedawać się wielokrotnie, dzięki czemu stworzone stocki mogą zarabiać pieniądze przez wiele kolejnych lat.







## Zobacz, czego szukają nasi klienci

Na podstawie danych wyszukiwania i informacji zwrotnych wiemy, czego potrzebują nasi klienci. Szukają zawartości stockowych o następujących cechach:



### **Autentyczność**

Obrazy ilustrujące codzienność. Obrazy ilustrujące codzienne wydarzenia. Uchwycione prawdziwe chwile.



### **Różnorodność**

Zróżnicowana zawartość, która obejmuje osoby w różnym wieku, o różnych umiejętnościach, płci, orientacji seksualnej i pochodzeniu etnicznym.



### **Lokalność**

Spotkanie biznesowe w Londynie może wyglądać inaczej niż w Japonii. Pokaż lokalną kulturę.



### **Zróżnicowanie**

Przygotuj różne i unikalne odmiany tej samej sceny, aby dać klientom wybór.



### **Kreatywność**

Obrazy, których nie można znaleźć nigdzie indziej. Twoja unikalna treść ma u nas wartość.





## Znajdowanie inspiracji

Oto sześć miejsc, w których możesz zainspirować swoją kreatywność.

- 1. Media społecznościowe**  
Aktualne trendy to świetny punkt wyjścia do rozpoczęcia pracy. Znajdziesz nas na Instagramie: @ShutterstockContributors.
- 2. Aktualności**  
Co się obecnie dzieje na świecie? Popularne miejsca, wydarzenia, a nawet osoby.
- 3. Trendy w modzie**  
Jakie kolory są najbardziej popularne? Jakie ubrania noszą ludzie?
- 4. Technologia**  
Zawsze szukamy nowych obrazów tego, co nowe i wspaniałe w technice.
- 5. Święta i uroczystości**  
Jakie są popularne wydarzenia w Twojej okolicy lub miejscu, do którego jedziesz?
- 6. Sztuka i kultura**  
Miej oko na to, co dzieje się w galeriach i muzeach. Inspiruj się zarówno zabytkami, jak i kulturą współczesną.

## Tworzenie obrazów, które się sprzedają

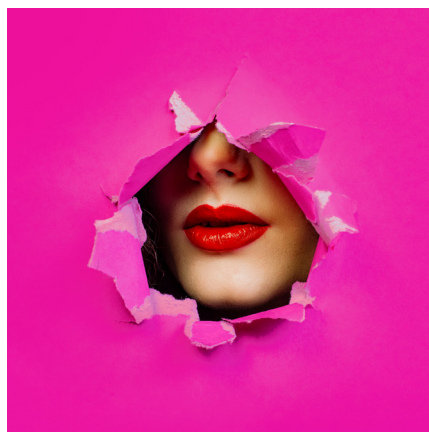
Rozbijamy skostniałą strukturę tradycyjnych stocków Shutterstock interesującą obrazami, które opowiadają i sprzedają historie.

Zawartość, która zarabia pieniądze, ma następujące cechy:

**Jakość:** Obraz jest ostry i o wysokiej rozdzielczości.

**Wszechstronność:** Zawartość może być wykorzystywana do wielu różnych celów.

**Unikatowość:** Utworzono obraz jest zupełnie wyjątkowy, inny od wszystkich.





## Tworzenie ilustracji, które się sprzedają

Nasi klienci szukają ilustracji, które mogą być wykorzystane do różnych celów biznesowych i kreatywnych.

Oto, jak tworzyć obrazy, które się sprzedają.

### Zdolność adaptacji:

Zawartość może być używana w różnych projektach, opowiadać różne historie.

### Stylizowane elementy:

Rozważ przesyłanie tekstur, elementów przewijania, tła, tekstu i ramek.

### Bądź trendsetterem:

Wystarczy odrobina talentu i inspiracji, aby zacząć ustanawiać trendy.



## Tworzenie filmów wideo, które się faktycznie sprzedają

Chociaż tworzenie filmów stockowych wymaga poniesienia pewnych nakładów, możliwy do osiągnięcia pułap cenowy jest wyższy, a to oznacza większe zyski. Oto wskazówki dotyczące tworzenia sprzedających się filmów wideo:

**Sprzęt o wysokiej jakości:** lustrzanki cyfrowe zapewniają lepszą kontrolę i opcje filmowania. Możliwość zakupu wideo w rozdzielczości 4K lub wyższej jest tym, czego chcą klienci.

**Aspiracje na co dzień:** filmuj codzienność. Poranna kawa. Spacer z psem. Opowiedz piękną historię.

**Użyj tego, co masz:** żyjesz w wyjątkowym miejscu? Nagraj to. Wyjątkowe ujęcia i lokalizacje stawiają twórców w lepszej sytuacji.







## Składniki najpopularniejszych materiałów stockowych

### 1. Wartość komercyjna

Im bardziej wizerunek jest użyteczny dla różnych nabywców, tym większą ma wartość handlową.

### 2. Zróżnicowana lokalizacja

Obrazy pokazujące różnorodność konkretnych lokalizacji. Na przykład japoński rolnik zbierający sól na wybrzeżu Suzu.

### 3. Miejsce na tekst

Klienci często kupują treści do wykorzystania w reklamie. Rozważ tworzenie obrazów z pustym miejscem dla nabywców chcących wykonać nakładki tekstowe.

### 4. Emocjonalne

Obrazy, które pokazują emocje. Szczęście, smutek i wszystko pomiędzy w realnych sytuacjach.

### 5. Ambitne, rzeczywiste chwile

Pożądany, zbilansowany styl życia codziennego na autentycznych zdjęciach i filmach. Twórz treści, które są realistyczne i osiągalne.



# Przesyłanie materiałów do Shutterstock



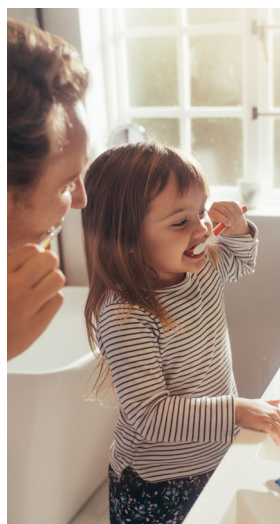




## Jak przestać pierwszy materiał

- 1. Przeczytaj zasady zgłaszania materiałów do Shutterstock.**  
Te wytyczne określają, jakie treści można przesyłać, oraz opisują uprawnienia i zobowiązania: [submit.shutterstock.com/guidelines](https://submit.shutterstock.com/guidelines)
- 2. Ocena własnej zawartości**  
Czy Twój obraz ma wartość komercyjną?  
Czy będzie wykorzystywany w celach reklamowych lub dziennikarskich?  
Jeśli Twoja zawartość pasuje do tego opisu, prześlij ją!
- 3. Sprawdź jakość, a potem prześlij**  
Obejrzyj swoje obrazy w powiększeniu. Upewnij się przed przestaniem, że nie ma żadnych szumów ani usterek.
- 4. Uwzględnij odpowiednie metadane i słowa kluczowe**  
Lepsze słowa kluczowe = lepsza sprzedaż. Upewnij się, że słowa kluczowe są dokładne dla każdego obrazu.
- 5. Prześlij**  
Jeśli wszystko jest w porządku, przesyłaj! Prześlij zawartość przez stronę [submit.shutterstock.com](https://submit.shutterstock.com)

Po zakończeniu przesyłania sprawdzaj swoją skrzynkę odbiorczą w poszukiwaniu potwierdzenia przyjęcia. Jeśli zawartość zostanie odrzucona, nie zniechęcaj się. Spróbuj przygotować lepszą zawartość i prześlij ponownie.



## Nadawanie słów

Słowa kluczowe to słowa, których klienci mogą użyć do wyszukania Twoich obrazów. Oto kilka wskazówek na temat pisania skutecznych słów kluczowych.

### **25-45 trafnych słów kluczowych**

na obraz. Uwzględnij wyrażenia kluczowe z wieloma słowami, takie jak „piaszczysta plaża” lub „sałata organiczna”.

### **Myśl jak klient**

Wyobraź sobie osobę, która najprawdopodobniej będzie zainteresowana Twoimi zdjęciami. Czego szukają?

### **Unikatowe tytuły i opisy**

Pamiętaj o zdecydowaniu i opisowości. Tytuły powinny być jak najdokładniejsze. Nie twórz tytułów zbiorczych.

### **Nie spamuj**

Nieodpowiednie słowa kluczowe pokażą treści do niewłaściwym klientom, co spowoduje utratę potencjalnej sprzedaży.

### **Dokładne opisy ludzi**

Do opisu osób użyj ogólnych wyrażeń. Zadbaj o opisowość modeli, szczególnie pod względem pochodzenia etnicznego, płci i wieku.





## Jak pracować ze zgodami na wykorzystanie wizerunku oraz zdjęć nieruchomości

Zgoda na wykorzystanie wizerunku jest dokumentem, który trzeba dostarczyć w celu uzyskania pozwolenia i praw licencjonowania treści Shutterstock. Zgoda na wykorzystanie zdjęć nieruchomości jest wymagana w przypadku każdego miejsca, które jest własnością prywatną. Zgody można pobrać z poziomu profilu Shutterstock.

### Praca z modelami

Nie polegaj tylko na znajomych. Aby znaleźć właściwe osoby do współpracy, skorzystaj z agencji, mediów społecznościowych oraz znajomych i rodziny. Na wypadek pojawienia się dobrej okazji, zawsze warto mieć przy sobie zgodę na wykorzystanie wizerunku.

### Praca w lokalizacji

Jeśli fotografujesz w jakiejś lokalizacji, upewnij się, że masz zgodę na wykorzystanie zdjęć nieruchomości. Unikaj miejsc, które nie mogą być fotografowane — nie marnuj czasu i pieniędzy na zawartość, która nie zostanie zaakceptowana.

Zaakceptowanie zawartości obejmującej znane osoby bez właściwych zgód również nie jest możliwe.



## Pięć powodów, dla których obrazy są odrzucane

Nasi recenzenci odpowiadają za kontrolę jakości obrazów i przestrzeganie norm prawnych oraz dziennikarskich. Oto kilka najważniejszych przyczyn odrzucania treści i rozwiązania do zapamiętania.

- 1. Zgody: Niepoprawne lub brakujące zgody na wykorzystanie zdjęć wizerunku oraz nieruchomości.**  
Rozwiązanie: Zawsze miej pod ręką zgody i sprawdź sytuację przed wysyłką.
- 2. Jakość: Skup się na ostrości, kompozycji, oświetleniu lub hałasie.**  
Rozwiązanie: Przed zrobieniem zdjęć zajrzyj na naszego bloga, skorzystaj ze wskazówek i obejrzyj obraz w powiększeniu.
- 3. Jakość materiału: Klipy zawierające widoczne szумы, piksele lub artefakty kompresji.**  
Rozwiązanie: Przejdź do samouczków na YouTube, aby obejrzeć materiał edukacyjny wideo. Przed przestaniem sprawdź jakość na telefonie komórkowym i komputerze.
- 4. Metadane: Słowa kluczowe, które są nieistotne, i metadane spoza języka angielskiego.**  
Rozwiązanie: Przed wystaniem użyj naszego narzędzia do nadawania słów kluczowych i upewnij się, że wszystkie słowa są dokładne.
- 5. Prawa autorskie i własność intelektualna: Obrazy i klipy zawierające własność intelektualną lub materiał chroniony prawem autorskim.**  
Rozwiązanie: Zapoznaj się z naszą listą ograniczeń dotyczących obrazów: Upewnij się, że nie ma wskazówek odwołujących się do istniejących własności komercyjnych.



# Znaki towarowe i prawa autorskie

Na zawartości przesyłanej do serwisu stockowego nie można umieszczać żadnych sygnałów odwołujących się do istniejących marek, firm, korporacji lub znanych projektów. Może to stanowić naruszenie praw i być przyczyną odrzucenia treści.

- Zapoznaj się z naszą listą ograniczeń dotyczących obrazów
- Unikaj przesyłania obrazów odizolowanych obiektów, które mogą odnosić się do konkretnego produktu lub usługi.
- Jeśli obraz zawiera elementy budzące wątpliwości lub znaki zastrzeżone prawem autorskim, należy je usunąć w postprodukcji. Aby uzyskać wskazówki, jak to zrobić, zapoznaj się z naszym [blogiem](#).





## Informacje o tantiemach

Technicznie rzecz biorąc, klienci nie „kupują” Twoich obrazów. Oni je „licencjonują”. Oznacza to, że pozostajesz właścicielem praw do dystrybucji i wyświetlania zawartości, lecz dajesz klientowi prawo do wykorzystywania Twojej pracy.

Za każdym razem, kiedy klient pozyska licencję na obraz przez Shutterstock, otrzymasz tantiemy.

Wszystkie typy licencji i należne z nich tantiemy są dostępne w naszym programie wypłat:  
[submit.shutterstock.com/earnings\\_schedule](https://submit.shutterstock.com/earnings_schedule)







## Słowniczek

### **Twórca**

Odnosi się to do Ciebie! Twórca to fotograf, filmowiec, kamerzysta, kompozytor lub ilustrator, który tworzy dzieła i przesyła je do Shutterstock.

### **Beztantiemowe**

Klient, który kupi od Ciebie licencję na obraz, może go użyć wiele kolejnych razy bez dodatkowych opłat.

### **Subskrypcja**

Nasi klienci mogą wykupić miesięczny abonament pozwalający na codzienne pobieranie zawartości. Każde pobranie to Twój przychód.

### **Stock**

Termin branżowy dotyczący kolekcji stockowych. Obrazy mogą pochodzić od kogokolwiek — zarówno od profesjonalistów wysokiej klasy, jak i od amatorów.

### **Zastosowanie komercyjne**

Dotyczy obrazów używanych w reklamach, na opakowaniach produktów i w innych zastosowaniach służących do promocji towaru lub usługi. Wymagane są zgody na wykorzystanie.

### **Wykorzystanie dziennikarskie**

Przedstawienie godnego uwagi tematu lub zdarzenia. Zdjęcia tego typu nie można wykorzystywać do celów komercyjnych bez zgody podmiotu.

### **Prawa autorskie**

Forma ochrony prawnej, która daje autorom dzieł wyłączone prawo do wyświetlania, powielania, rozpowszechniania i czerpania korzyści finansowych z tworzonej pracy.

### **Metadane**

Informacje o obrazie. Metadanymi są na przykład słowa kluczowe używane do opisu obrazu.



## Chcesz przestać materiały do Shutterstock?

Zacznij zarabiać jako artysta w ciągu kilku minut — po prostu dołącz do naszej społeczności twórców.

Odwiedź stronę [submit.shutterstock.com](https://submit.shutterstock.com), aby zacząć zarabiać pieniądze na pracy

### Potrzebujesz więcej wskazówek?

- Zarejestruj się lub zaloguj [submit.shutterstock.com](https://submit.shutterstock.com)
- Centrum pomocy technicznej dla twórców [shutterstock.com/contributorsupport](https://shutterstock.com/contributorsupport)
- Blog twórców [shutterstock.com/blog/contributors](https://shutterstock.com/blog/contributors)
- Samouczki Shutterstock [youtube.com/channel/UCKyVN7fBTaQ3np4W007IK9A](https://youtube.com/channel/UCKyVN7fBTaQ3np4W007IK9A)
- Lista podpowiedzi [shutterstock.com/explore/the-shot-list](https://shutterstock.com/explore/the-shot-list)
- Pobierz aplikację Contributor [shutterstock.com/explore/contributor-mobile-app](https://shutterstock.com/explore/contributor-mobile-app)

