



Politechnika Łódzka

Instytut Informatyki

## PRACA DYPLOMOWA INŻYNIERSKA

# Portfolio i blog z systemem komentowania dla prezentacji osiągnięć fotografa i dziennikarza muzycznego

**Wydział Fizyki Technicznej, Informatyki i Matematyki Stosowanej**

**Promotor: dr inż. Joanna Ochelska - Mierzejewska**

**Dyplomant: Oskar Kurczewski**

**Nr albumu: 229935**

**Kierunek: Informatyka Stosowana**

**Specjalność: Infrastruktura i Aplikacje Sieciowe**

Łódź, luty 2023



Instytut Informatyki

90-924 Łódź, ul. Wólczańska 215, budynek B9

tel. 042 631 27 97, 042 632 97 57, fax 042 630 34 14 email: office@ics.p.lodz.pl

# Spis treści

<b>1</b>	<b>Wstęp</b>	<b>4</b>
1.1	Cel i założenia pracy . . . . .	6
1.2	Układ pracy . . . . .	6
<b>2</b>	<b>Przegląd istniejących rozwiązań</b>	<b>8</b>
2.1	Personalne strony-wizytówki fotografów . . . . .	8
2.1.1	Ashley Osborn . . . . .	8
2.2	Portale społecznościowe . . . . .	13
2.2.1	Instagram . . . . .	13
2.2.2	Facebook . . . . .	13
2.3	Blogi i inne strony o tematyce muzycznej . . . . .	13
2.3.1	Pitchfork . . . . .	13
2.3.2	Porcys . . . . .	13
<b>3</b>	<b>Narzędzia wybrane do realizacji projektu</b>	<b>14</b>
3.1	Projekt graficzny . . . . .	14
3.1.1	Figma . . . . .	14
3.1.2	Adobe Illustrator . . . . .	14
3.2	Implementacja . . . . .	14
3.2.1	JavaScript . . . . .	14
3.2.2	NPM . . . . .	14
3.2.3	Strapi . . . . .	14
3.2.4	Next.js . . . . .	14
3.2.5	Sass (SCSS) . . . . .	14

<b>4</b>	<b>Projekt portfolio i blogu</b>	<b>15</b>
4.1	Założenia projektu . . . . .	15
4.2	Wymagania funkcjonalne . . . . .	15
4.3	Wymagania нефункционалне . . . . .	15
4.4	Realizacja projektu . . . . .	15
<b>5</b>	<b>Portfolio i blog</b>	<b>16</b>
5.1	System zarządzania treścią . . . . .	16
5.2	Strona internetowa . . . . .	16
<b>6</b>	<b>Podsumowanie</b>	<b>17</b>
	<b>Spis rysunków</b>	<b>18</b>
	<b>Spis tabel</b>	<b>19</b>
	<b>Spis listingów</b>	<b>20</b>
	<b>Bibliografia</b>	<b>21</b>

# 1 Wstęp

Fotografia to stosunkowo nowy wynalazek — nie minęło nawet 200 lat od wykonania pierwszego znanego nam zdjęcia, słynnego “Widoku z okna w Le Gras” z 1826 roku [1]. Początki uwieczniania obrazu przez ludzi były jednak diametralnie różne od tego, co znane jest dzisiaj. Do momentu wynalezienia matrycy światłoczułej (czyli powstania fotografii cyfrowej), rozwój technik fotograficznych polegał jedynie na ulepszaniu technologii bazującej na światłoczułości soli srebra [1]. Fotografia wkrótce została rozpowszechniona na całym świecie. Dało jej to ogromne znaczenie historyczne i kulturowe — zdjęcia mogą być zarówno dziełami sztuki, jak i dokumentacją ważnych wydarzeń. Powstał również zawód fotografa, który przeszedł wiele zmian na przestrzeni czasu — początkowo były to osoby, do których należało się udać, żeby mieć możliwość uwiecznienia swojego wizerunku. Zmiana charakterystyki wspomnianej profesji zaczęła następować wraz z wynalezieniem fotografii cyfrowej oraz rozwojem technologii informatycznych. W 1957 roku powstał pierwszy obraz cyfrowy, wykonany przez Russella Kirscha, amerykańskiego naukowca-informatyka. Był to skan analogowej fotografii jego 3-miesięcznego syna [3]. Dwanaście lat później Willard S. Boyle oraz George E. Smith wynaleźli matrycę CCD<sup>1</sup>. Z perspektywy czasu okazało się to być na tyle istotnym dokonaniem, że jego autorzy otrzymali w 2009 roku nagrodę Nobla [2]. Powstanie i rozpowszechnienie fotografii cyfrowej zbiegło się też z okresem najszybszego wzrostu ogólnej dostępności Internetu. Na przełomie tysiącleci pojawiły się media społecznościowe, w tym niektóre niemal całkowicie oparte na publikowaniu obrazów, na przykład Instagram ([www.instagram.com](http://www.instagram.com)). Ludzie co-

---

<sup>1</sup>ang. CCD — charge-coupled device.

dziennie dzielą się milionami zdjęć, a największe konta posiadają nawet kilkadziesiąt milionów obserwujących [4]. Inne media społecznościowe również w dużej mierze polegają na możliwości udostępniania zdjęć. Wszystko to powoduje, że zawód fotografa jest obecnie zupełnie inny, niż w czasach przed wynalezieniem aparatu cyfrowego. Pojawiają się nowe rodzaje zleceń — profesjonalnie wykonane zdjęcia potrzebne są nie tylko po to, aby uwiecznić przełomowe momenty w życiu człowieka lub umieścić je w prasie, ale też stanowią niezwykle ważny środek przekazu w reklamie.

Powszechna dostępność aparatów cyfrowych oraz rozwój technologii pozwalający na polepszenie stosunku ceny do jakości sprzętu fotograficznego spowodowały jednak, że pojawiło się wielu fotografów, a co za tym idzie — utworzyła się większa konkurencja na rynku. Trudniej jest znaleźć nowych klientów. Aby pozyskać zlecenia, w obecnych czasach konieczna jest więc odpowiednia promocja świadczonych usług. W 2022 roku kanadyjski magazyn *Format* przeprowadził ankietę. Brało w niej udział 3 898 fotografów z 97 krajów. Według zebranych odpowiedzi, na najważniejsze źródła pozyskiwania nowych klientów składają się polecenia od poprzednich klientów (61% respondentów), strona internetowa z portfolio (40%), Instagram (38%), Facebook (25%) oraz wyszukiwania w Google (22%) [6]. Z danych tych wynika, że najbardziej istotnym internetowym narzędziem do pozyskiwania nowych klientów są personalne strony internetowe, na których można obejrzeć portfolio fotografa.

To, jak ma wyglądać portfolio osoby świadczącej usługi fotograficzne, w dużym stopniu zależy od tego, jaką dziedzinę fotografii reprezentuje jego właściciel. Przykładowo, fotograf ślubny oprócz samego portfolio powinien po-

siadać na swojej stronie internetowej dokładniejszy opis świadczonych usług, a także przydatne informacje mogące pomóc potencjalnemu klientowi podjąć decyzję o kontakcie. Osobie prowadzącej studio fotograficzne przyda się wykaz rekwizytów, a fotografowi produktowemu lista firm, z którymi współpracował. Strona tworzona w ramach tej pracy inżynierskiej będzie natomiast przeznaczona dla fotografa koncertowego i dziennikarza muzycznego. Przydatnym elementem będzie więc blog, który posłuży do umieszczania relacji z wydarzeń takich, jak koncerty czy festiwale, a także zapewni miejsce do publikowania wypowiedzi w charakterze felietonu lub recenzji.

## **1.1 Cel i założenia pracy**

Celem pracy jest zaprojektowanie oraz implementacja personalnej strony internetowej łączącej cechy strony-wizytówki, blogu z systemem komentowania oraz portfolio fotograficznego. Strona ta ma być miejscem prezentacji osiągnięć fotografa i dziennikarza muzycznego. Etap projektu skupia się na przeglądzie istniejących rozwiązań oraz na wykonaniu projektu graficznego strony. Implementacja polega na stworzeniu dwuczęściowej aplikacji sieciowej przy użyciu systemu zarządzania treścią Strapi oraz szkieletu aplikacyjnego Next.js, umożliwiającego pobieranie danych ze Strapi oraz renderowanie treści po stronie serwera, co pozwala na korzystne pozycjonowanie strony w wyszukiwarkach internetowych.

## **1.2 Układ pracy**

Rozdział pierwszy wprowadza do tematyki oraz problematyki pracy. Drugi rozdział jest przeglądem istniejących rozwiązań — personalnych stron-

wizytówek popularnych zagranicznych fotografów koncertowych, portali społecznościowych używanych w branży, a także blogów i innych stron o tematyce muzycznej. W rozdziale trzecim przedstawione są narzędzia, które zostały wykorzystane podczas projektowania oraz implementacji tworzonej strony internetowej. Rozdział czwarty poświęcony jest projektowi portfolio i blogu — znalazły się w nim założenia projektu, wymagania funkcjonalne i нефункционалне oraz opis realizacji projektu. Piąty rozdział jest prezentacją wykonanej strony internetowej, a szósty podsumowuje realizację projektu, celu oraz założeń pracy.

## 2 Przegląd istniejących rozwiązań

Fotografia i dziennikarstwo to branże, które wzajemnie od siebie zależą. Zdjęcia urozmaicają relacje prasowe z wydarzeń, powodują, że artykuły są ciekawsze, a odbiór fotoreportażu jest lepszy wtedy, gdy przedstawiona jest jakaś historia. Aby strona internetowa realizowana na potrzeby tej pracy inżynierskiej była wykonana z zachowaniem najlepszych możliwych praktyk, został przeprowadzony przegląd istniejących rozwiązań posiadających podobne funkcje. Pozwoli to na znalezienie inspiracji, wyciągnięcie wniosków i wykorzystanie ich zarówno podczas projektowania wyglądu strony, jak i na etapie implementacji.

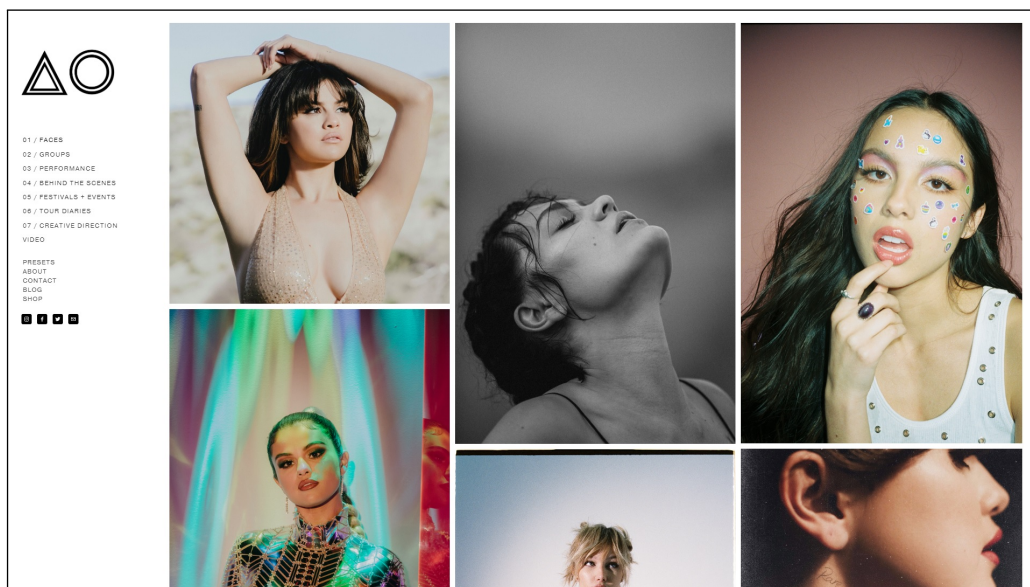
### 2.1 Personalne strony-wizytówki fotografów

Personalne strony-wizytówki fotografów są zazwyczaj nieskomplikowane pod względem budowy, nawigacji oraz wyglądu. Rozkład elementów powinien być możliwie prosty, żeby potencjalny klient oglądający portfolio mógł skupić się na jego zawartości. W tym podrozdziale zostaną poddane analizie dwie strony profesjonalnych fotografów działających w branży muzycznej.

#### 2.1.1 Ashley Osborn

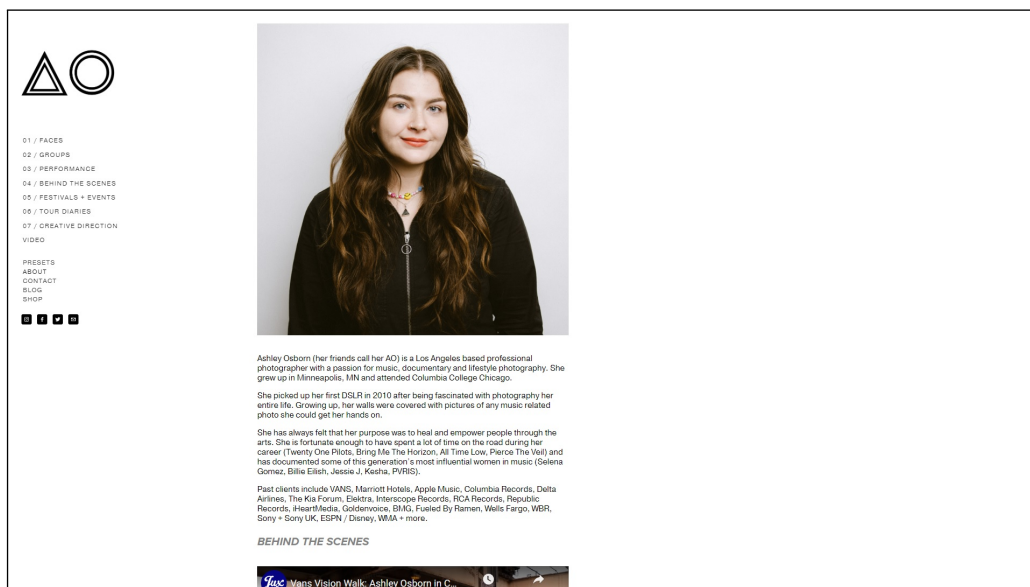
Ashley Osborn jest amerykańską fotografką zamieszkałą w Los Angeles. Specjalizuje się w dokumentowaniu tras koncertowych, ale zajmuje się też wykonywaniem sesji zdjęciowych oraz tworzeniem teledysków. Współpracowała z najpopularniejszymi artystami muzycznymi z całego świata oraz globalnymi firmami z branży kulturowej [5].





Rys. 2.1: *www.ashleyosborn.com* — strona główna.

Rysunek 2.1 przedstawia wygląd strony głównej witryny internetowej *www.ashleyosborn.com*. Warto zwrócić szczególną uwagę na kilka jej elementów. W lewym górnym rogu znajduje się logo będące inicjałami właścicielki analizowanej strony. Pełni ono funkcję estetyczną i jest ważną częścią identyfikacji wizualnej. Ponadto, będąc w dowolnym miejscu na stronie fotografki, można na nie kliknąć — spowoduje to przeniesienie użytkownika na stronę główną. Oprócz logo, w lewej części strony umieszczone zostało menu, które też jest zawsze widoczne. Resztę, a zarazem większość ekranu, wypełniają zdjęcia. Warto zaznaczyć, że ich wybór nie jest przypadkowy — osoby, które się na nich pojawiły, są znanymi na świecie artystkami. Przykładowo osoba pozująca na pierwszej fotografii od lewej to Selena Gomez - posiada ona największą ilość (ponad 373 miliony) obserwujących na Instagramie [4].



Rys. 2.2: *www. ashleyosborn. com* — sekcja “o mnie”.

hi, feel free to use the form below to get in touch or email me directly at: [ao@ashleyosborn.com](mailto:ao@ashleyosborn.com)

agent | allie griff | [allie@eamgmt.com](mailto:allie@eamgmt.com)

Name \*

First Name Last Name

Email Address \*

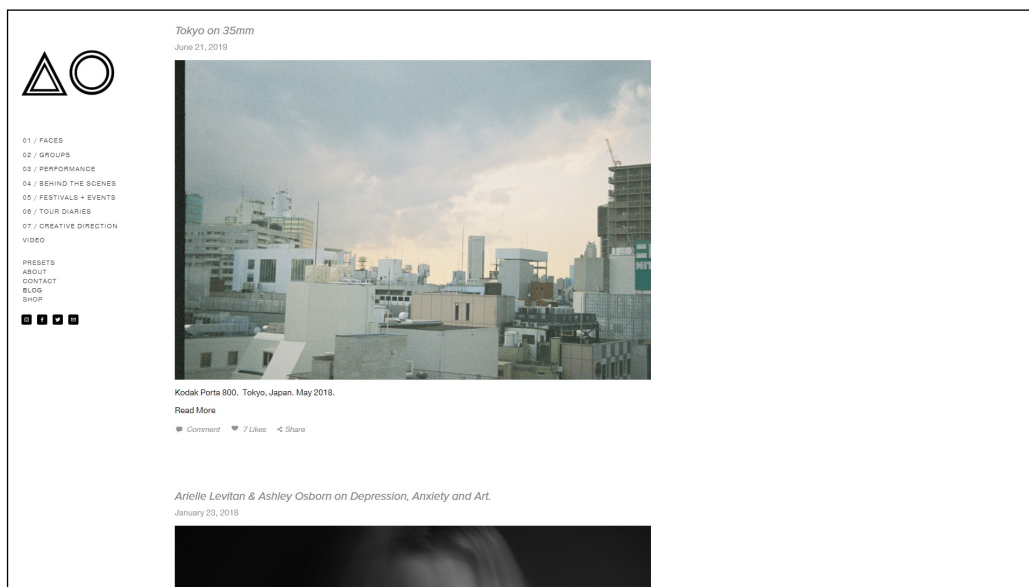
Subject \*

Message \*

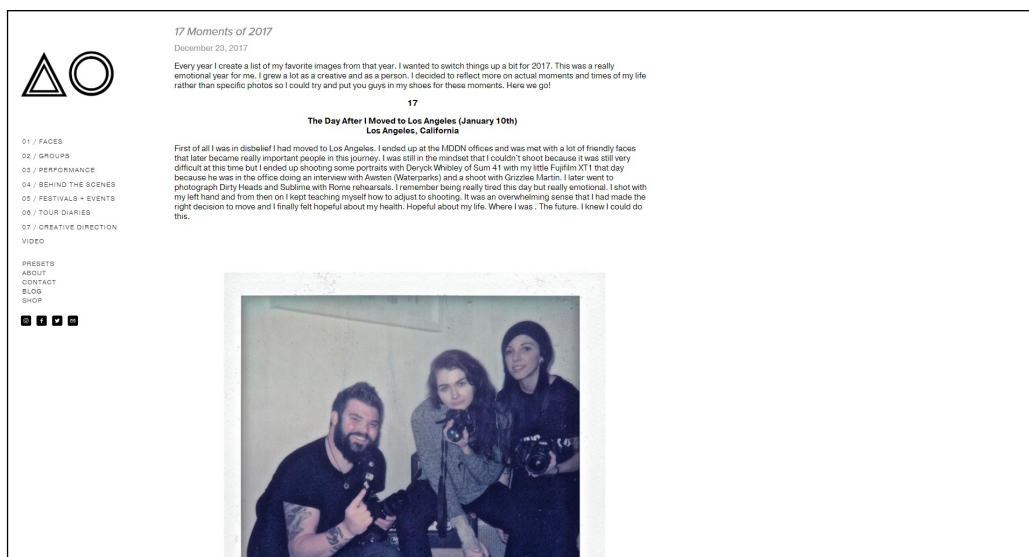
SUBMIT

Rys. 2.3: *www. ashleyosborn. com* — formularz kontaktowy.

Widoczna na rysunku 2.2 sekcja “o mnie” jest kolejnym nieodłącznym elementem każdej strony-wizytówki należącej do osoby zajmującej się profesjonalną fotografią. Pozwala ona przedstawić wygląd, charakter i osiągnięcia osoby, która chce zachęcić potencjalnych klientów do skorzystania z usługi. Nie musi być ona rozbudowana — w tym przypadku są to portret oraz krótki, lecz treściwy opis życiorysu Osborn. Zawiera on między innymi spis najważniejszych współpracy, nazwę ukończonej szkoły wyższej, a także obecne miejsce zamieszkania. Formularz kontaktowy z rysunku 2.3 umożliwia szybkie wysłanie wiadomości bez konieczności używania poczty elektronicznej lub mediów społecznościowych. Warto zwrócić uwagę na gwiazdki przy polach obowiązkowych (w tym przypadku — po prostu wszystkich polach). Wprowadzane dane powinny być walidowane, a użytkownik informowany zarówno wtedy, gdy próba wysłania danych powiedzie się, jak i wtedy, gdy wystąpi błąd [8].



Rys. 2.4: *www. ashleyosborn. com* — blog (lista postów).



Rys. 2.5: *www. ashleyosborn. com* — blog (widok postu).

Ostatnią sekcją strony Ashley Osborn jest blog, konstruowany w prosty sposób podobnie do całej reszty strony. Użytkownik może wybrać interesujący go post z listy (2.4), po czym jest przenoszony do jego treści (rysunek 2.5). Należy tu się przyjrzeć tekstowi — nie zajmuje on całej szerokości strony. Ułatwia to czytanie - zarówno zbyt szerokie, jak i zbyt wąskie akapity skutecznie zniechęcają użytkownika do czytania [9].

### **2.1.2**

## **2.2 Portale społecznościowe**

### **2.2.1 Instagram**

### **2.2.2 Facebook**

## **2.3 Blogi i inne strony o tematyce muzycznej**

### **2.3.1 Pitchfork**

### **2.3.2 Porcys**

## 3 Narzędzia wybrane do realizacji projektu

### 3.1 Projekt graficzny

#### 3.1.1 Figma

#### 3.1.2 Adobe Illustrator

### 3.2 Implementacja

#### 3.2.1 JavaScript

#### 3.2.2 NPM

#### 3.2.3 Strapi

#### 3.2.4 Next.js

#### 3.2.5 Sass (SCSS)

## 4 Projekt portfolio i blogu

### 4.1 Założenia projektu

### 4.2 Wymagania funkcjonalne

### 4.3 Wymagania niefunkcjonalne

### 4.4 Realizacja projektu

## 5 Portfolio i blog

### 5.1 System zarządzania treścią

### 5.2 Strona internetowa



## 6 Podsumowanie

## Spis rysunków

2.1	<i>www.ashleyosborn.com</i> — strona główna. . . . .	9
2.2	<i>www.ashleyosborn.com</i> — sekcja “o mnie”. . . . .	10
2.3	<i>www.ashleyosborn.com</i> — formularz kontaktowy. . . . .	10
2.4	<i>www.ashleyosborn.com</i> — blog (lista postów). . . . .	12
2.5	<i>www.ashleyosborn.com</i> — blog (widok postu). . . . .	12

Spis tabel

## Spis listingów

## Bibliografia

- [1] Leszek J. Pękalski, *Kalejdoskop fotografii. Między techniką a sztuką*, Helion, 2012.
- [2] The Nobel Prize in Physics 2009, <https://www.nobelprize.org/prizes/physics/2009/summary/>, dostęp 27.01.2023.
- [3] The first digital photos, National Science and Media Museum, <https://www.scienceandmediamuseum.org.uk/objects-and-stories/first-digital-photos>, dostęp 27.01.2023.
- [4] Most followers on Instagram, Statista, <https://www.statista.com/statistics/421169/most-followers-instagram/>, dostęp 27.01.2023.
- [5] Ashley Osborn, <https://www.ashleyosborn.com/>, dostęp 27.01.2023.
- [6] State of the Photography Industry Report 2022, Format, <https://www.format.com/magazine/features/photography/state-of-the-photography-industry-2022>, dostęp 27.01.2023.
- [7] Jason Beaird, James George, *Niezawodne zasady web designu. Projektowanie spektakularnych witryn internetowych. Wydanie III*, Helion, 2015.
- [8] Jennifer Niederst Robbins, *Projektowanie stron internetowych. Przewodnik dla początkujących webmasterów po HTML5, CSS3 i grafice. Wydanie IV* Helion, 2014.
- [9] Line Length Readability, Baymard, <https://baymard.com/blog/line-length-readability>, dostęp 27.01.2023