

Zürich, 31.7.2007

ImagePoint entwickelt neuartige Bildersuche mit Uni Basel

Suche nach den Emotionen, die Bilder auslösen

Bilder-Suchmethoden sind für eine Bildagentur wie ImagePoint.biz eine der wichtigsten Funktionen. Bisher konnte das 400'000 Bilder grosse Bildarchiv mit Keywords, Kategorien und mit einer vor drei Jahren entwickelten Farbsuche durchforstet werden. Nun sollen diese Suchwerkzeuge mit einer neuartigen Suche nach Emotionen erweitert werden. Im Fokus steht also nicht das Bild selber, sondern dass, was es beim Betrachter auslöst.

Nachdem auch in der wissenschaftlichen Literatur keine anwendbaren Konzepte gefunden wurden, entschloss sich ImagePoint zu einer Neuentwicklung. Diese wurde gestartet durch eine Seminararbeit mit der Abteilung Mensch-Maschine-Interaktion (MMI) der Fakultät für Psychologie an der Universität Basel, die von Noemi Gsponer durchgeführt wird.

In einer ersten Vorstudie wurden 210 Bildern von Versuchspersonen insgesamt 8700 Mal den möglichen Kategorien zugeordnet. Zudem wurden über eine Million Suchanfragen auf www.imagepoint.biz statistisch ausgewertet. Aus diesen Vorarbeiten wurde ein Modell erarbeitet, das eine Kategorisierung von Emotionen ermöglicht – und zwar so, dass sie für eine Bildsuche verwendet werden können.

Dieses Modell ist nun visualisiert worden und wird gegenwärtig auf <http://phpserver.psycho.unibas.ch/bildwahrnehmung2/> getestet. Bereits gut 1000 ImagePoint-Kunden nahmen an dieser Umfrage teil und trugen somit ihren Teil zur Gestaltung dieser Neuentwicklung bei. Ueber die definitive Einführung der neuen Emotionalen Suche für Bilder wird nach Abklärung der technischen Machbarkeit in den nächsten Monaten entschieden. Felix Brunner, Geschäftsführer von ImagePoint, ist optimistisch, dass die Neuentwicklung erfolgreich am Markt umgesetzt wird: „Schliesslich steht die Bildersuche ganz zuvorderst. Wenn ein Kunde das richtige Bild nicht findet, nützt auch die beste Bildqualität und der vollkommenste Service nichts.“

Was ist die Herausforderung bei diesem Projekt? Dazu Projektleiterin Noemi Gsponer: „Am Anfang war ich erstaunt, dass Emotionen als Kategorisierungs-Grundlage für Bilder in der wissenschaftlichen Literatur nur selten ein Thema sind. Umso spannender war dann die Aufgabenstellung – insbesondere weil die ganze Bandbreite von Grundlagenforschung bis zur kommerziellen Umsetzung in diesem Projekt berücksichtigt werden mussten.“

Link zur Umfrage der Uni Basel (Teilnahmen in den nächsten Tagen fliessen noch in die Bewertung ein): <http://phpserver.psycho.unibas.ch/bildwahrnehmung2/>

Abteilung Mensch-Maschine-Interaktion (MMI) der Fakultät für Psychologie an der Universität Basel: <http://www.psycho.unibas.ch/mmi/>

Kontakt

Felix Brunner, Geschäftsführer und Mitinhaber ImagePoint AG

Tel. +41 44 341 80 15

Mail: team@imagepoint.biz

<http://www.imagepoint.biz>

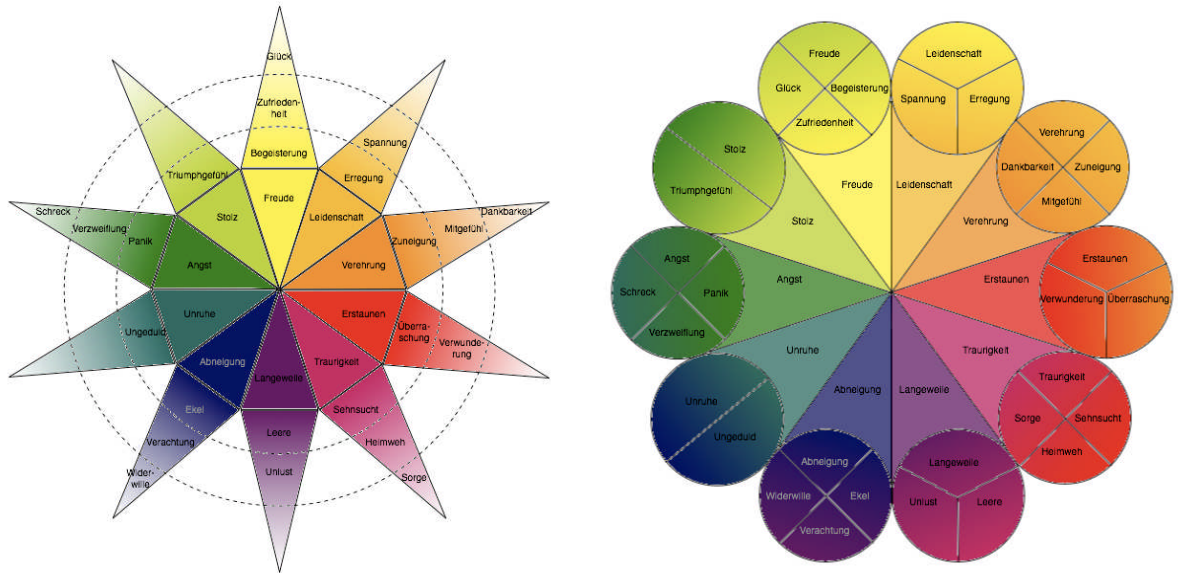


Abb.: Darstellungs-Modell der Emotionalen Suche