

Portretna fotografija kao poslovni pothvat i umjetnički izraz putem društvenih mreža

Gabaj, Matko

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:373074>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-05**

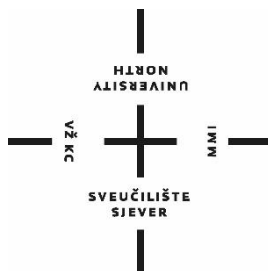


Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN



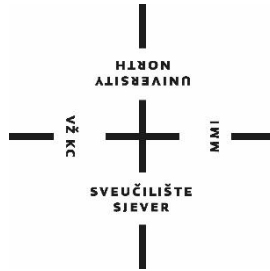
DIPLOMSKI RAD br. 118-MMD-2023

**Portretna fotografija kao poslovni pothvat i
umjetnički izraz putem društvenih mreža**

Matko Gabaj

Varaždin, ožujak 2023.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Studij Multimedije



DIPLOMSKI RAD br.118-MMD-2023

**Portretna fotografija kao poslovni pothvat i
umjetnički izraz putem društvenih mreža**

Student:
Matko Gabaj, 0307012921

Mentor:
Doc. art. dr.sc. Mario Periša

Varaždin, Ožujak 2023.

PREDGOVOR

Ovim putem bih se želio zahvaliti svojem mentoru doc. art. dr. sc. Mariu Periši na detaljnoj i stručnoj pomoći te korisnim savjetima. Zahvaljujem se i svojim dragim roditeljima, bližnjima i prijateljima koji su me podržavali kroz cijelo moje obrazovanje te hvala na strpljenju i volji svih modela koji su bili prikazani u praktičnom dijelu rada.

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za multimediju		
STUDIJ	diplomski sveučilišni studij Multimedija		
PRISTUPNIK	Matko Gabaj	MATIČNI BROJ	0307012921
DATUM	14.9.2023.	KOLEGIJ	Digitalna fotografska produkcija 2
NASLOV RADA	Portretna fotografija kao poslovni pothvat i umjetnički izraz putem društvenih mreža		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Portrait photography as a business venture and artistic expression through social media		
MENTOR	Mario Periša	ZVANJE	doc.art.dr.sc
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. doc.dr.sc. Andrija Bernik - predsjednik povjerenstva 2. izv.prof.art. dr.sc Robert Geček - član 3. doc.art.dr.sc Mario Periša - mentor 4. izv.prof. dr.sc. Emil Dumić - zamjenski član 5.		

Zadatak diplomskog rada

BROJ	118-MMD-2023
OPIS	U radu se istražuje i analizira pojam portretne fotografije te na koji način se njezino poduzetništvo i umjetničko izražavanje spajaju u svijetu društvenih medija. Ovaj diplomski rad razmatra kako se portretna fotografija mijenja kroz povijest, kako dobro funkcionira s digitalnim platformama i kako su društveni mediji promijenili umjetnost i poslovanje u polju portretne fotografije. Teorijom, povijesnim i praktičnim primjerima pojašnjeno je zašto portretna fotografija kao profesija ima veliku ulogu u današnjem svijetu umjetnosti.

U radu je potrebno:

- Prikazati kratku povijest portretne fotografije i njezine bitne predstavnike
- Definirati poslovne aspekte poput prodaje usluga kao i postupanje s ugovorima i pravnim pitanjima
- Objasniti utjecaj društvenih medija na portretnu fotografiju
- Objasniti psihološki utjecaj te okarakterizirati percepciju tijela na portretiranje
- Izraditi seriju portretnih fotografija s kojima se definiraju likovni aspekti

ZADATAK URUČEN	15.09.2023.	POTPIS MENTORA	
----------------	-------------	----------------	---

SVEUČILIŠTE
SJEVER

HEBOM
AAISBAINI

Sveučilište Sjever



SVEUČILIŠTE
SJEVER

IZJAVA O AUTORSTVU

I SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Matko Gabaj (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Portretna fotografija kao poslovni pothvat i umjetnički izraz putem društvenih medija (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)



(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Matko Gabaj (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Portretna fotografija kao poslovni pothvat i umjetnički izraz putem društvenih medija (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)



(vlastoručni potpis)

SAŽETAK

Portret u fotografiji i likovnoj umjetnosti je prikaz određenog pojedinca s njegovim fizičkim osobinama i psihičkim izrazom. Portret može prikazivati samo lice ili glavu, poprsje, figuru do koljena ili cijelu figuru. Stoljećima su ju ljudi koristili i neprestano se mijenja. Portretna fotografija je popularna otkako je tehnologija počela. Osvjetljenje i držanje stvaraju fotografiju koja dočarava izgled i izgled osobe ili grupe. U ovom je radu prikazana portretna fotografija iz nekoliko perspektiva. Rad pokriva povijest žanra od nastanka fotografije do danas. Spomenuti su ljudi te društvene i kulturne situacije koje su oblikovale portretnu fotografiju. Prikazano je kako portretna fotografija utječe na samopouzdanje te na poslovanje i oglašavanje na društvenim mrežama. Obuhvaćeni su osnovni postupci, uvjeti osvjetljenja, kompozicije, poze i način na koji oni mogu učiniti portret emocionalnim. Prikazan je rad, metode, umjetnost i inspiracija portretnog fotografa. Ovaj rad proučava portretnu fotografiju kako bi nam pomogao razumjeti kako je utjecala na našu vizualnu kulturu.

KLJUČNE RIJEČI: portretna fotografija, društveni mediji, fotograf, umjetnost

ABSTRACT

A portrait in photography and fine art is a representation of a certain individual with his physical features and psychological expression. A portrait can show only a face or a head, a bust, a knee-length figure or a full figure. It has been used by people for centuries and is constantly changing. Portrait photography has been popular since technology began. Lighting and posture create a photograph that evokes the look and feel of a person or group. In this paper, portrait photography is examined from several perspectives. The work covers the history of the genre from the beginning of photography to the present day. The people and social and cultural situations that shaped portrait photography are mentioned. It was examined how portrait photography affects self-confidence and business and advertising on social networks. Basic procedures, lighting conditions, compositions, poses and how they can make a portrait emotional are covered. The work, methods, art and inspiration of the portrait photographer are examined. This paper examines portrait photography to help us understand how it has influenced our visual culture.

KEYWORDS: portrait photography, social media, photographer, art

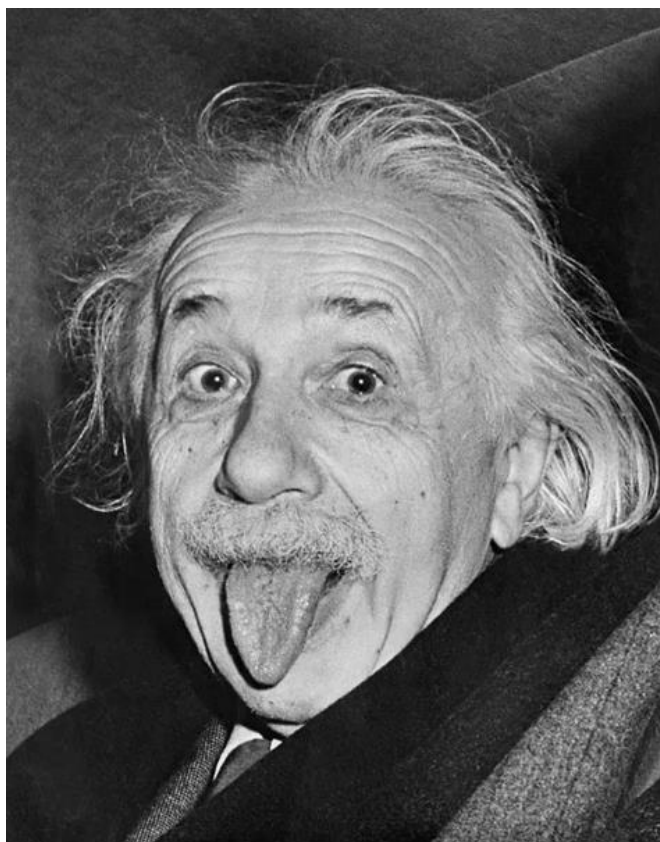
Contents

1. Uvod	1
2. Portret u likovnoj umjetnosti.....	3
3. Evolucija portretne fotografije	6
3.1 Dagerotipija.....	6
3.2 Piktorializam.....	6
3.3 Modernizam.....	7
3.4 Dokumentarna fotografija	8
3.4.1 Roland Barthes – Svjetla komora.....	9
3.5 Modna fotografija	11
3.6 Digitalno doba	12
3.7 Moderna era	13
4. Poslovni aspekti portretne fotografije	15
4.1 Prodaja usluga.....	15
4.1.1 Web stranica i online prisutnost	16
4.1.2 Umrežavanje i preporuke	17
4.1.3 Marketing i oglašavanje	18
4.1.4 Portfolio i recenzije.....	19
4.1.5 Personalizirane konzultacije.....	20
4.1.6 Dodatna prodaja i dodaci u prodajnom paketu	21
4.1.7 Obrazovanje klijenata	21
4.2 Postupanje s ugovorima i pravnim pitanjima	22
4.2.1 Važnost ugovora	22
4.2.2 Generalni elementi ugovora	23
4.2.3 Suglasnost i izdanja modela	23
4.2.4 Osiguranje	24
4.2.5 Kontinuirana zakonska usklađenost	24
5. Utjecaj društvenih mreža	25
5.1 Povećana izloženost	26
5.1.1 Instagram	26
5.1.2 Behance	34
5.1.3 Flickr vs. Behance	38
5.1.4 Facebook.....	40
6. Individualni portret i percepcija tijela	41

6.1 Psihološki utjecaj portretne fotografije.....	41
6.2 Značaj društvenih medija na samoprikazivanje	43
6.3 Pitanje pozitivnosti tijela u radu fotografa portreta	44
6.3.1 Jan Saudek.....	46
7. Likovni aspekti portretne fotografije	47
7.1 Kompozicija.....	48
7.1.1 Pravilo trećine	48
7.1.2 Simetrija.....	49
7.1.3 Vodeće linije.....	50
7.2 Poziranje	51
7.3 Osvjetljenje	53
7.4 Kadriranje.....	58
7.5 Upotreba rekvizita i kostima.....	59
8. Zaključak.....	63
9. Literatura	64

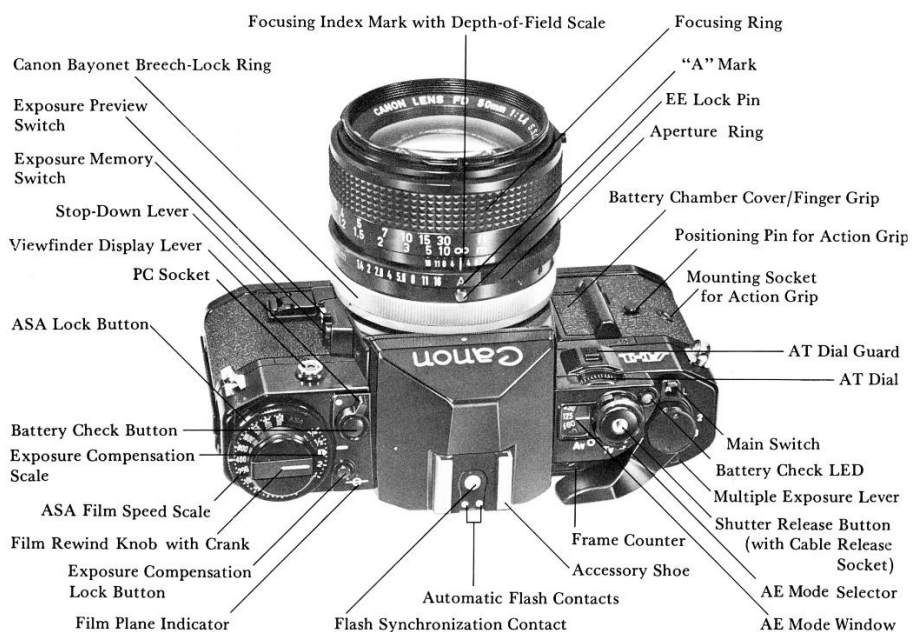
1. Uvod

Portretna fotografija je poznati žanr fotografije u kojoj slika prikazuje osobnost pojedinca. Portreti mogu biti i poslovne fotografije glave i fotografije stava i karaktera osobe. Portretna fotografija već je dugo veliki dio društva. Pomagala je ljudima da se izraze i prati važne povijesne događaje. Portretna fotografija imala je veliki učinak na društvo jer je promijenila način na koji vidimo sebe i jedni druge. Slike su nekada bile znak moći i bogatstva, a samo su bogati i važni mogli priuštiti da ih kupe. S izumom fotografije, portreti su postali dostupniji široj javnosti. Ljudi iz svih društvenih slojeva mogli bi se fotografirati i čuvati za buduće generacije. Promjene u tehnologiji fotoaparata imale su veliki učinak na razvoj portretne fotografije. Od jednostavnih fotoaparata kao što je „camera obscura“ (latinski za "tamnu komoru") do digitalnih fotoaparata, fotografi su se oslanjali na napredak u tehnologiji kako bi napravili bolje, naprednije portrete. Rani snimatelji slika teško su uhvatili stvarne, neplanirane trenutke jer je njihovim kamerama trebalo dugo vrijeme ekspozicije. Ali kako su brzine zatvarača postale veće, a film osjetljiviji, snimatelji su mogli snimati slike s više pokreta. [1] [3]



Slika 1 Arthur Sasse: Albert Einstein, 1951.

S izumom 35mm fotoaparata, portretna fotografija je doživjela jedan od svojih najznačajnijih napretka. S pojavom SLR (single-lens reflex) fotoaparata, fotografi su sada mogli vidjeti što točno snimaju u stvarnom vremenu. Ovaj manji, prijenosniji fotoaparat fotografima je olakšao hvatanje iskrenih trenutaka. [2]

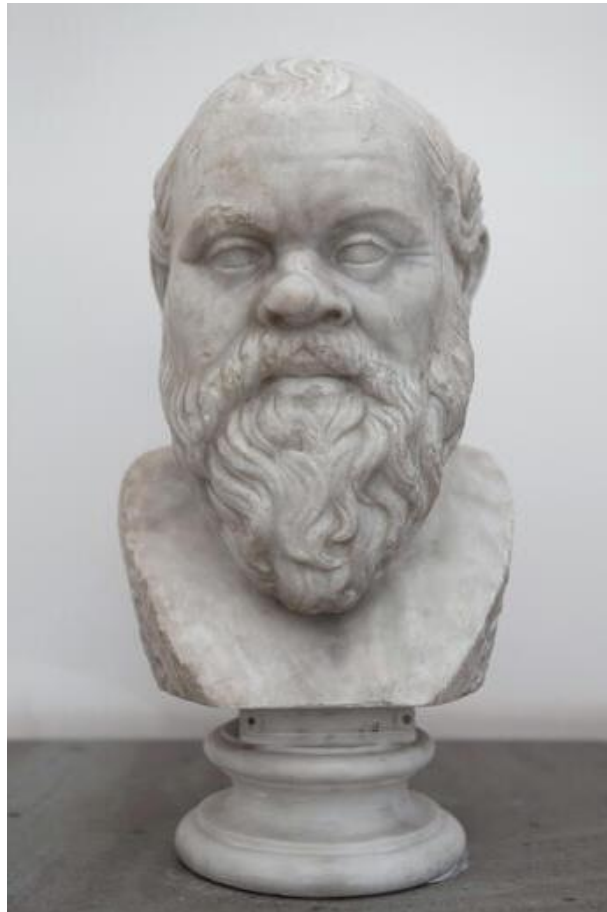


Slika 2 Dijelovi SLR fotoaparata

Portretna fotografija nedavno je doživjela revoluciju zahvaljujući razvoju digitalne fotografije, koja je fotografima omogućila snimanje i uređivanje fotografija na nove načine. Konačno, portretiranje je imalo značajan utjecaj na društvo, utječući na to kako vidimo sebe i druge. Razvoju portretne fotografije uvelike je pomogao napredak u tehnologiji fotoaparata, koji je fotografima omogućio izradu sve složenijih fotografija. [3]

2. Portret u likovnoj umjetnosti

Na portretu se subjekt prikazuje kao cjelina, obično s licem i tijelom, a često u određenom okruženju ili s određenim stavom ili stilom. Portret je već dugo popularan oblik likovne umjetnosti, s različitim kulturama i povijesnim razdobljima koji su razvili vlastite jedinstvene stilove i metode. [4]



Slika 3 Portret Grčkog filozofa Sokrata

Tijekom europske renesanse, umjetnici poput Leonarda da Vincija i Albrechta Dürera, koji su radili slike s puno detalja i realizma, pokušali su prikazati više karaktera i osobnosti osobe. Rokoko i neoklasični umjetnici usredotočili su se na ljepotu i idealizirane oblike, dok su barokni umjetnici koristili dramatično osvjetljenje i dizajn kako bi naglasili snagu i rang svojih subjekata. U 1800-ima fotografija je postala popularna opcija za slikanje portreta. U 20.

stoljeću umjetnici su počeli isprobavati nove načine slikanja portreta, poput apstrakcije i nadrealizma. Suvremeni umjetnici koriste širok raspon materijala i metoda kako bi sagledali mnoge dijelove ljudskog života i identiteta. [4]



Slika 4 Mona Lisa

Teško je reći kada je nastala prva slika jer umjetnost postoji tisućama godina i različite su kulture stvarale slike na različite načine.

"Portreti fajumskih mumija", koji su crtani na drvenim pločama i stavljeni na lica mumija u rimskom Egiptu oko 100. godine nove ere, neke su od najstarijih porteta za koje znamo. Ovi portreti napravljeni su u znak poštovanja sjećanja na mrtve. Slikane su na realističan način kako bi se prikazale crte lica i pokreti lica. [5]

"Kikladske figure" iz grčkog ranog brončanog doba još su jedan kandidat za titulu prvog portreta (oko 3200-2000 pr. Kr.). Ove mramorne statue prikazuju stilizirane ljudske figure s aerodinamičnim karakteristikama. [6]



Slika 5 Klikladske figure

Portreti u likovnoj umjetnosti imali su veliki utjecaj na portretnu fotografiju. Umjetnici su stotinama godina koristili portrete kako bi prikazali izgled i karakteristike osobe. Fotografija je ovu praksu održala na životu. [4]

Rana portretna fotografija bila je pod jakim utjecajem tradicionalnih pravila portretiranja, kao što su korištenje formalnih poza, pažljivo kontrolirana rasvjeta i obraćanje velike pozornosti na detalje odjeće i dodataka. Glavni ciljevi portretiranja ostali su isti kako se fotografija promijenila: uhvatiti bit subjekta i pokazati nešto o njegovom karakteru, osobnosti i identitetu. [4]

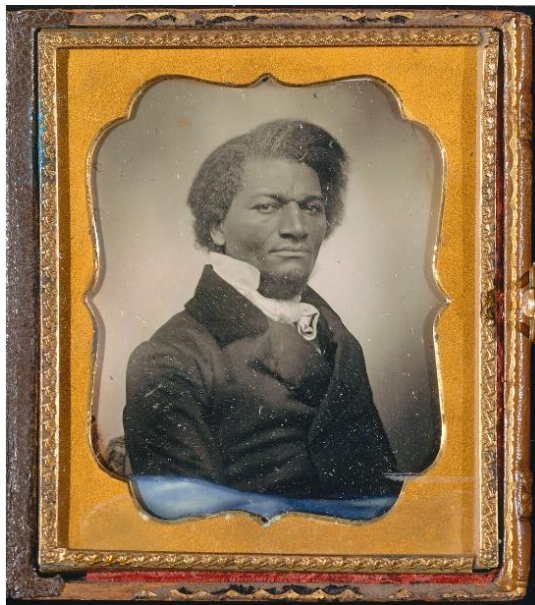
Richard Avedon, Annie Leibovitz i Irving Penn samo su neki od velikih portretista 20. stoljeća koji su inspiraciju pronašli u djelima velikih slikara i kipara te svoje metode i stilove prilagodili fotografiji. Likovna umjetnost i danas ima veliki utjecaj na portretnu fotografiju, nadahnjujući umjetnike da naprave portrete koji pokazuju dubinu, suosjećanje i ljepotu njihovih subjekata na prekrasan način. Portretna fotografija još uvijek se mijenja, a standardno portretiranje dolazi do svojih granica. [7, 4]

3. Evolucija portretne fotografije

Otkako je započela sredinom 19. stoljeća, portretna fotografija je sve bolja. S vremenom su se pojavili novi stilovi i metode zbog brojnih čimbenika, kao što su tehnološki napredak, promjene u umjetničkim i kulturnim trendovima te promjene u društvenom i političkom okruženju. Evo nekoliko najvažnijih promjena na portretnim fotografijama tijekom vremena.

3.1 Dagerotipija

Prva komercijalno uspješna fotografska tehnika, uvedena 1839., a naziv je dobila prema svom izumitelju francuzu Louis Daguerru. Zbog dugog trajanja ekspozicije, te su fotografije bile jedinstvene, iznimno oštre i detaljne, ali su ipak često bile formalne i krute. [8]



Slika 6 Rezultat dagerotipije

3.2 Piktoralizam

Pokret piktoralizma, koji je nastao krajem 19. i početkom 20. stoljeća, imao je za cilj uzdići fotografiju do statusa velike umjetnosti. Kako bi proizveli emotivnije i impresionističkije

fotografije, fotografi su počeli koristiti tehnike poput ručnog bojanja, mekog fokusa i modifikacije negativa. [9]



Slika 7 Alfred Nybom, „Mlada žena“

3.3 Modernizam

Početak 20. stoljeća fotografi poput Edwarda Westona i Imogen Cunningham odbacili su piktorijalizam u korist jednostavnijeg, objektivnijeg pristupa dokumentiranju svijeta. Njihovi su portreti često bili jednostavni i bez ukrasa, fokusirani na formalne aspekte kompozicije, svjetla i sjene. [10]



Slika 8 Edward Weston, „Ljuska“

3.4 Dokumentarna fotografija

Značajni Fotografi koji su se bavili dokumentarnom fotografijom 1930-ih i 1940-ih bili su Dorothea Lange i Walker Evans. Koristili su svoje kamere za snimanje i otkrivanje društvenih i političkih problema tog vremena. Poteškoće i pobjede Amerikanaca iz radničke klase tijekom „Velike depresije“ istaknute su njihovim fotografijama koje su često prikazivale obične ljude u njihovom prirodnom okruženju. [11]



Slika 9 Dorothea Lange, „Berač pamuka“

3.4.1 Roland Barthes – Svijetla komora

„Takva su dva načina fotografije. Izbor je moj: podvrgnuti njegov spektakl civiliziranom kodeksu savršenih iluzija ili se u njemu suočiti s buđenjem nepopustljive stvarnosti.“

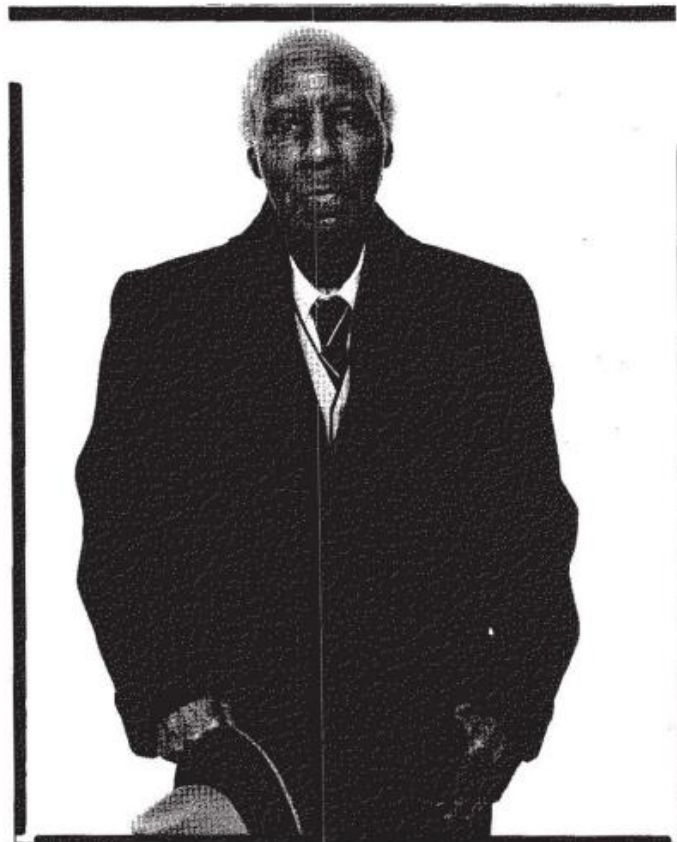
Jedna od najvažnijih knjiga o fotografiji je „Camera Lucida“ (latinski za „svijetla komora“). Neki ljudi o njoj ne razmišljaju kao o teoretskom radu, već kao o osobnom iskazu autora i svojevrsnoj autobiografiji. Autor je kreativni mislilac i filozof, ali ipak proučava prirodu i osnove fotografije. Barthes to čini na vrlo osoban način, kao svaki čovjek koji gleda sliku i razmišlja o tome kako se osjeća. Ova knjiga je jedna od najvažnijih literatura koja će naučiti o prezentaciji umjetničke forme i iščitavanju osjećaja same fotografije a ujedno i portreta. Nije to knjiga koja će biti primjer prakse fotografiranja, jer autor o tome uopće ne govori. Međutim, može se naučiti kako gledati fotografije na nov način i osvijestiti pojedince o određenim stvarima koje se događaju dok gledaju fotografije. U nastavku su prikazane neke od fotografija o kojima Barthes piše vrlo intimne rasprave posebno se osvrćući na emocionalni aspekt djelovanja tih fotografija na samog sebe. [12]



*Slika 10 R. Avedon, William Casby.
„Born a slave“*



Slika 11 A. Kertész, „The Violinist's Tune“



Slika 12 R. Avedon, „A. Philip Randolph“

3.5 Modna fotografija

Od svojih početaka početkom 20. stoljeća, modna fotografija je doživjela golemu promjenu. Izlaganje odjeće i modnih dodataka za kataloge i reklame nekada je bio prvenstveno komercijalni žanr. Ali kroz vrijeme se modna fotografija razvila u poseban oblik umjetnosti, a fotografi su koristili svoje talente kako bi uhvatili ne samo odjeću, već i duh i okruženje modne industrije. S fotografima kao što su Helmut Newton i Guy Bourdin koji iskorištavaju nagost i fetišističke fotografije za reklamiranje stvari, modna fotografija postaje seksualno provokativnija u 1970-ima i 1980-ima. [13]



Slika 13 Helmut Newton, „portret“

3.6 Digitalno doba

Pojava digitalne tehnologije u 1990-ima i 2000-ima omogućila je više eksperimentiranja s bojama, kompozicijom i osvjetljenjem u modnoj fotografiji. Nove tehnike i estetiku uveli su fotografi kao što su Steven Meisel i Mario Testino, koji su koristili snažne, grafičke kompozicije i crno-bijele fotografije visokog kontrasta. [14]



Slika 14 Mario Testino, Kate Moss za britanski Vogue, 2008.

3.7 Moderna era

Kraj 20. stoljeća nagovijestio je početak modernog razdoblja fotografije, koje traje do danas. Tijekom tog vremena medij je doživio brojne značajne transformacije:

Postmodernizam: 1980-ih i 1990-ih, postmoderni fotografi poput Richarda Princea i Cindy Sherman počeli su koristiti fotografiju za istraživanje pitanja identiteta i prezentacije. Kako bi doveli u pitanje istinitost medija, često su stvarali ili teške situacije. Ova se strategija koristi i danas, jer mnogi moderni fotografi koriste fotografiju za izradu konceptualnih djela koja izazivaju pretpostavke gledatelja. [15]

Fotografija za likovnu umjetnost: Tijekom suvremenog doba fotografi su nastavili proizvoditi fotografije koje su namijenjene izlaganju i prodaji kao umjetnička djela. U ovome je zastupljeno mnogo različitih fotografskih žanrova, poput pejzaža, mrtve prirode, portreta i apstrakcije. [16]

Raznolikost i zastupljenost u posljednje vrijeme dobivaju više pozornosti, s naglaskom na zanemarivi rad fotografa. Kao rezultat toga, u medijima je zastupljena veća raznolikost glasova i perspektiva, a problemima poput rase, spola i seksualnosti pridaje se više pozornosti. [16]

Steve McCurry, američki fotograf i fotoreporter, već je više od 30 godina jedna od najpoznatijih figura moderne fotografije. Ide po cijelom svijetu kako bi zabilježio ratove, kulture koje nestaju, stare običaje i suvremeni život. U lipnju 1985. fotografija mlade afganistanske izbjeglice s upečatljivim očima bila je na naslovnici "*National Geographica*". Time je postala jedna od najekspresivnijih osoba u povijesti fotografije. Dobitnik je nekih od najvažnijih nagrada, poput "*Robert Capa Gold Medal*", "*National Press Photographers Award*" i "*World Press Photo contest*". [17]



Slika 15 „Afghan girl“

Sve u svemu, način na koji se portretna fotografija promijenila odraz je većih promjena u umjetnosti i kulturi, kao i promjena u tehnologiji, društvenim i političkim situacijama i drugim stvarima. Od ukočenih, formalnih slika iz doba dagerotipije do fotografija postmodernizma, portreti su uvijek pomicali granice onoga što je moguće s kamerom. [16]

4. Poslovni aspekti portretne fotografije

Unutar veće fotografske industrije, portretna fotografija je specijalizirana grana koja ima za cilj uhvatiti bit, karakter i osjećaje određenih ljudi ili skupina. Kao radna linija, portretna fotografija predstavlja niz prilika za interakciju s klijentima, izražavanje vlastite kreativnosti i stvaranje nezaboravnih fotografija koje traju cijeli život. [18]

U industriji portretne fotografije, fotografi pružaju svoje usluge klijentima koji traže visokokvalitetne fotografije za niz prigoda, uključujući zaručničke fotografije, obiteljske portrete, korporativne fotografije glava i umjetničke izraze. [20]

Uspješne tvrtke koje se bave portretnim fotografiranjem stavljaju veliki fokus na svoje klijente i osiguravaju da dobiju fotografije visoke kvalitete. Fotografi mogu dobiti posao i preporuke pružajući klijentima sjajno iskustvo im pružajući izvrsnu korisničku uslugu. [20]

Posao portretne fotografije uvijek se mijenja jer postoji toliko mnogo različitih stilova koji se mogu isprobati. Dugoročni uspjeh u ovom području zahtijeva predanost učenju novih stvari, praćenje trendova u industriji i mijenjanje s potrebama klijenata. Ako se posao portretne fotografije vodi s ljubavlju, maštom i marljivim radom, može dobro poslovati bilježeći neprocjenjive trenutke i pružajući klijentima uspomene koje će čuvati. [19, 20]

4.1 Prodaja usluga

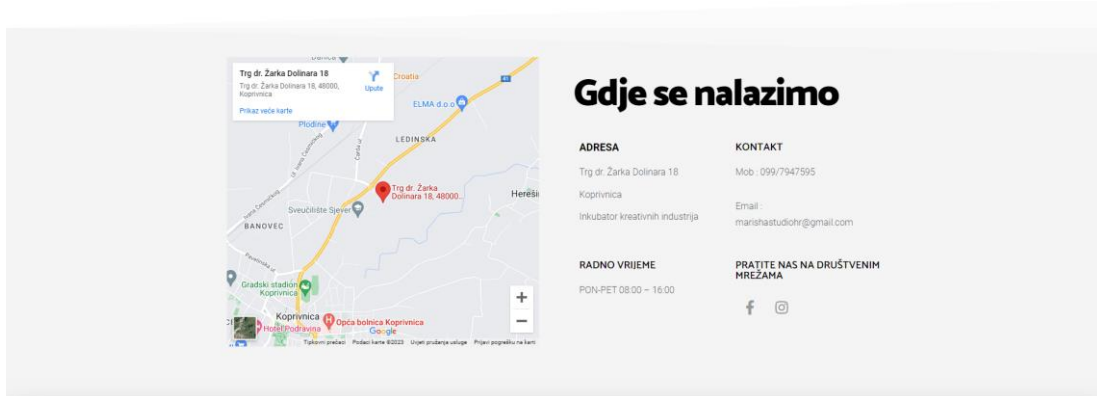
Kako bi reklamirali svoje usluge, portretni fotografi moraju imati znanje, biti u stanju uhvatiti dirljive trenutke, imati umjetničku viziju, biti u stanju voditi klijente kroz proces, biti u stanju koristiti profesionalnu opremu i metode uređivanja te biti u stanju pružiti dobru korisničku uslugu. Na taj način zadovoljavaju zahtjeve svojih klijenata za izvrsnim fotografijama koje imaju emotivan značaj i služe kao dragocjene uspomene. [20]

4.1.1 Web stranica i online prisutnost

Atraktivna web stranica funkcionira kao online portfolio i središnje mjesto gdje potencijalni kupci mogu saznati više o ponudi. Mora prikazati najbolji rad na organiziran način koji je ugodan oku. Kako bi bila prikazana raznolikost, portfolio bi trebao biti podijeljen na različite kategorije ili galerije. Stranica treba uključivati informacije na kojoj se opisuje umjetnička filozofija (slika 23), kao i stranicu za kontakt s telefonskim brojem (slika 24) i obrascem za upit (slika 25). [20]



Slika 16 Opis određene usluge



Slika 17 Kontakt

KONTAKTIRAJTE NAS


Pošaljite nam poruku ili upit za sastavom ponude.

Vaše ime ili naziv

Email

Vaša poruka

Dvime dajem privolu da Martiša studio d.o.o. obrađuju moje osobne podatke - ime i e-mail adresu u svrhu odgovora na upit. Više o zaštiti osobnih podataka možete saznati na sljedećem linku.

Nisam robot 

Pošalji

Slika 18 Obrazac za upit

4.1.2 Umrežavanje i preporuke

Umrežavanje:

- Udruge i grupe za fotografe: Članstvo u udrugama i grupama za fotografe omogućuje im umrežavanje s kolegama, razmjenu znanja i praćenje tržišnih trendova. Ove organizacije često planiraju regionalna okupljanja, društvena okupljanja i obrazovne aktivnosti za promicanje odnosa među fotografima.
- Suradnje: rad s drugim stručnjacima u susjednim disciplinama, uključujući vizažiste, frizere, modne stiliste ili organizatore događaja, može otvoriti potencijal za promociju i preporuke. Radeći zajedno, fotografi mogu doći do nove publike i privući novu klijentelu. [20]

Preporuke:

- Zadovoljstvo korisnika: Vjerojatnije je da će korisnici koji su zadovoljni fotografom preporučiti svojim prijateljima, obitelji i suradnicima. Fotografi povećavaju svoje šanse za dobivanje preporuka nudeći izvrsnu uslugu klijentima, isporučujući visokokvalitetne fotografije i stvarajući dobro iskustvo.
- Davanje nagrada klijentima za preporuke drugima može biti uspješna strategija. To može uključivati besplatne ispise, posebne bonuse ili popuste na sljedeće sesije. Fotografi potiču svoje klijente da promoviraju svoje usluge tako što im za to daju naknadu.

- Zajedničke preporuke mogu proizaći iz razvijanja veza s tvrtkama koje dopunjuju vaše vlastite veze, kao što su organizatori vjenčanja, organizatori događaja ili vlasnici butika. Ovi stručnjaci mogu uputiti fotografa svojoj klijenteli jer često rade s ljudima koji trebaju fotografske usluge. [18]

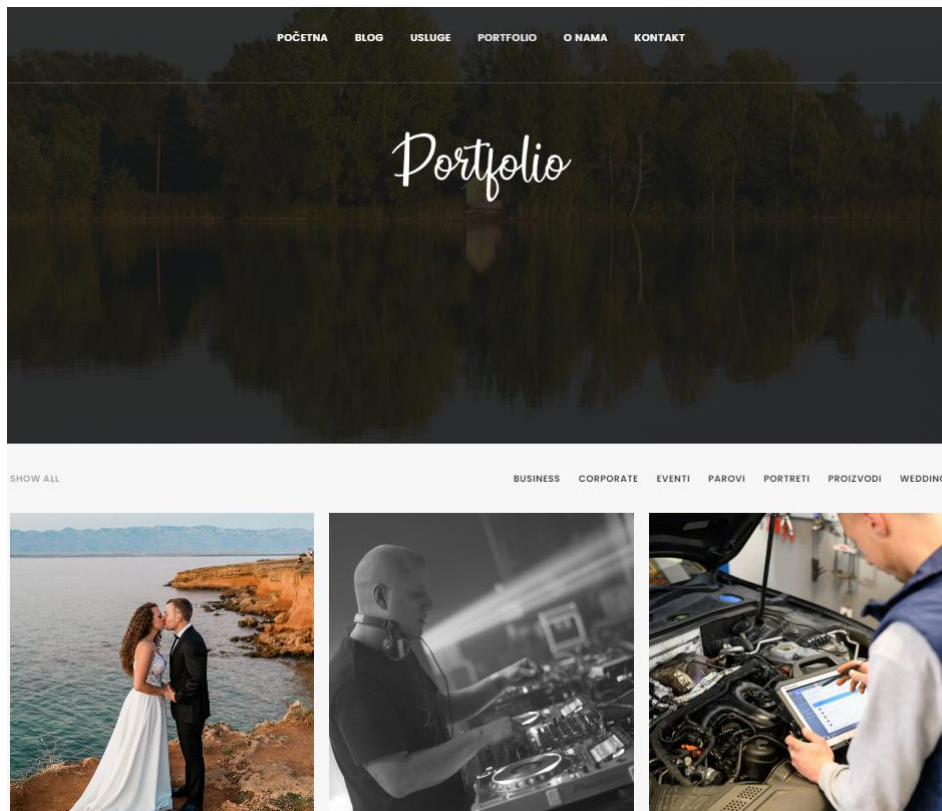
4.1.3 Marketing i oglašavanje

- Ciljano oglašavanje na internetskim stranicama za oglašavanje kao što je Google+ i oglasi na društvenim mrežama dobar su način ciljanja kupaca. Fotografi mogu shvatiti tko je njihova idealna publika na temelju demografskih podataka, područja, hobija i načina na koji se ponašaju na internetu. Postavljanjem oglasa, fotografi se mogu učiniti vidljivijima mogućim klijentima za koje je vjerojatnije da će biti zainteresirani za njihove usluge.
- - Search engine optimization (Engleski za „optimizacija tražilica“): Optimizacija web stranice za tražilice čini je vidljivijom u rezultatima pretraživanja. Korištenjem relevantnih ključnih riječi, izradom korisnog sadržaja i optimiziranjem strukture svoje web stranice, fotografi mogu poboljšati rangiranje svoje web stranice i privući promet.
- - Content marketing (engleski za „sadržajni marketing“): Stvaranje korisnog i korisnog sadržaja putem postova na Tik Tok, Instagramu i drugim društvenim mrežama pomaže strijelcu da se postavi kao stručnjak u industriji.
- Ciljanje na lokalno tržište važno je jer fotografi mogu koristiti lokalne novine za prodaju svojih usluga. Suradnja s drugim lokalnim tvrtkama, poput frizerskih salona, trgovina odjećom ili organizatora vjenčanja, također može dovesti do zajedničkih promocija i veće izloženosti.
- Posebne ponude i popusti: Ponuda vremenski ograničenih ponuda ili popusta može dovesti nove kupce i potaknuti ih da rezerviraju sastanke. Te se promocije mogu oglašavati putem društvenih medija ili "bannera" web stranica stvarajući osjećaj hitnosti i potičući potencijalne kupce na akciju.
- - Print marketing (Engleski za „ispisni marketing“): Tradicionalne metode tiskanog marketinga, poput brošura, letaka i posjetnica, mogu biti učinkovite u dosezanju ciljane lokalne publike. Ovi materijali trebaju sadržavati slike koje dobro izgledaju i jasne podatke za kontakt.

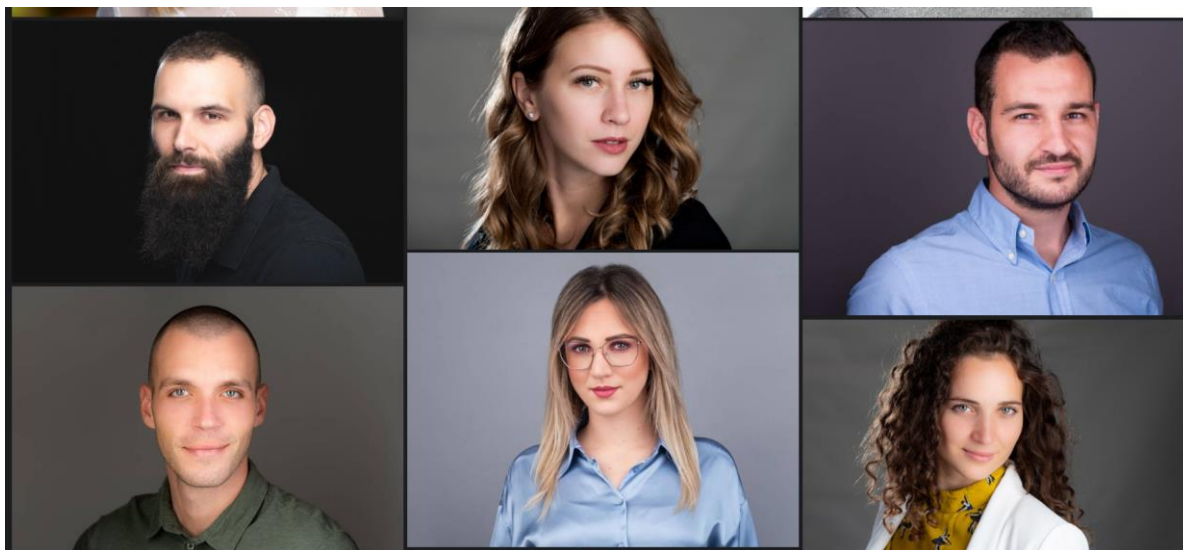
- Marketing e-poštom: Izrada popisa e-pošte zainteresiranih klijenata i njihovo redovito ažuriranje može pomoći da ostanete povezani s budućim i prošlim klijentima. Marketing putem e-pošte omogućuje fotografima dijeljenje vijesti, promocija ili ekskluzivnih ponuda izravno sa svojom publikom. [18, 20]

4.1.4 Portfolio i recenzije

Fotografov portfolio zbirka je njegovih najboljih radova koji su pažljivo birani. Pokazuje njihove vještine, stil, kreativnost i tehničko razumijevanje (slika 26) i (slika 27). Životopis fotografa pokazuje potencijalnim klijentima što mogu učiniti i pomaže im da odluče hoće li ih angažirati ili ne. Dobar portfolio obično ima veliki broj sjajnih fotografija koje pokazuju koliko je fotograf raznolik i koliko dobro može uhvatiti različita raspoloženja i teme. Fotografi bi trebali redovito ažurirati i poboljšavati svoje portfelje kako bi pokazali svoje najbolje i najnovije radove. Recenzije su komentari ili ocjene ljudi koji su prije radili sa fotografom. Recenzije klijenata mogu biti na web stranici fotografa, stranicama društvenih medija i drugim marketinškim alatima. Kako bi pokazali da su njihovi klijenti zadovoljni, fotografi bi trebali dobiti preporuke od zadovoljnih kupaca i redovito ih ažurirati. [19, 20]



Slika 19 Portfolio



Slika 20 Profesionalni portreti u studiju

Ove komponente daju potencijalnim kupcima povjerenje da čine razumno ulaganje koristeći usluge fotografa pomažući im u vizualizaciji kalibra posla koji mogu očekivati. Na tržištu portretne fotografije, posjedovanje solidnog portfolia i izvrsnih preporuka klijenata može uvelike povećati šanse za privlačenje novih poslova. [20]

4.1.5 Personalizirane konzultacije

Oni podrazumijevaju razgovor fotografa i klijenta jedan na jedan kako bi shvatili klijentova očekivanja, preferencije i viziju portretne sesije. Cilj je prikupiti ključne informacije kako bi fotograf mogao prilagoditi svoje usluge potrebama svakog pojedinog klijenta. [21]

Ovisno o zahtjevu klijenta i dostupnim mogućnostima, konzultacije se mogu obaviti osobno, telefonski ili putem video chata. Fotograf i klijent razmatraju niz tema tijekom konzultacija, uključujući razloge za fotografije, željeno raspoloženje i stil, potencijalne lokacije, mogućnosti odijevanja i sve posebne zahtjeve ili nedoumice. Na temelju svog znanja i iskustva, fotograf može dati upute i prijedloge. [21]

Savjetovanje pomaže u uspostavljanju odnosa i osobne veze između fotografa i klijenta. Uspostavlja ugodnu i bezbrižnu atmosferu, osiguravajući da je klijent opušten tijekom cijelog portretiranja. Osim toga, omogućuje fotografu da kontrolira klijentova očekivanja u pogledu rezultata i odgovori na sve upite ili brige koje on može imati. [21]

4.1.6 Dodatna prodaja i dodaci u prodajnom paketu

Dodatna prodaja:

- Pokušava dati kupcima izbore za poboljšanje ili jačanje iskustva tijekom njihove portretne sesije. Uz veću prodaju, fotograf može ponuditi ispise više kvalitete, personalizirano uokvirivanje, usluge uređivanja ili albume. Fotografi mogu povećati ukupnu prodajnu vrijednost i kupcima pružiti temeljitije i individualiziranije iskustvo ističući prednosti i vrijednost ovih dodatnih prodaja. [22]

Dodaci u prodajnom paketu:

- Klijenti mogu odlučiti ugraditi dodatke u svoj portretni paket kao dodatnu robu ili usluge. Oni se često nude uz dodatnu cijenu i poboljšavaju ili prilagođavaju iskustvo. Dodatno vrijeme za fotografiranje, promjene kostima, bolje lokacije, digitalne slikovne datoteke i posebni predmeti poput ispisa na platnu ili fotoknjiga uobičajeni su dodaci. Klijenti mogu prilagoditi svoj foto paket i iskustvo s dodacima ovisno o vlastitim zahtjevima i preferencijama. [22]

Prednosti dodatne prodaje i dodataka u prodajnom paketu pomaže fotografima da zarade više novca maksimizirajući prodajni potencijal svakog klijenta i samim time omogućuje fotografima da pokažu svoje znanje i originalnost uz pružanje raznih usluga. [22]

4.1.7 Obrazovanje klijenata

Tijekom procesa fotografiranja, obrazovanje klijenata znači davanje informacija, savjeta i pružanja pomoći kako bi se mogli dobro zabaviti i donijeti kvalitetnu odluku.

Pregledavanjem detalja kao što su vrijeme, mjesto, što odjenuti i svi zahtjevi, obrazovanje klijenata pomaže u postavljanju realnih standarda za termin. Obrazovanje klijenata o pozama i osjećajima na licu čini ih ugodnijim i sigurnijim tijekom snimanja, što dovodi do mnogo boljih portreta. Fotografi mogu poučiti svoje kupce o različitim proizvodima koje mogu izabrati. To znači razgovarati o pogodnostima, značajkama i načinima na koje se ispisi,

albumi i digitalne datoteke mogu koristiti. Fotografi daju svojim klijentima informacije koje su im potrebne kako bi donijeli izbor koji odgovara njihovim potrebama i željama. [23]

Nakon sesije, klijent nastavlja učiti dok gleda i bira fotografije. Ona pomaže klijentima odlučiti kako žele da njihove fotografije izgledaju na kraju podučavajući ih tehnikama retuširanja i pokazujući im različite načine uređivanja. [24]

Učinkovita edukacija klijenata pomaže kupcima da budu sretni i lojalni, a čini i korisničko iskustvo u cjelini boljim. Fotografi nude savjete, informacije i podršku kako bi bili sigurni da su njihovi klijenti dobro informirani i da mogu napraviti izbor koji odgovara njihovom ukusu. [24]

4.2 Postupanje s ugovorima i pravnim pitanjima

Ugovor pomaže u zaštiti i fotografa i klijenta, postavlja jasna očekivanja i osigurava neometan i profesionalan radni odnos.

4.2.1 Važnost ugovora

- Jasnoća i očekivanja: Uvjeti između fotografa i klijenta navedeni su u ugovoru. Utvrđuje očekivanja za obujam posla, raspored plaćanja i sve dodatne usluge. Ugovori smanjuju vjerojatnost nesporazuma ili neslaganja postavljanjem izričitih pravila.
- Pravna zaštita: Obje strane su pravno zaštićene ugovorima. Oni pomažu u izbjegavanju bilo kakvih problema ili neslaganja ocrtavajući obveze i prava svake strane. Dobro napisan ugovor može se koristiti za mirno rješavanje nesuglasica ili, ako je potrebno, na sudu kao dokaz dogovorenih uvjeta.
- Plaćanje i struktura cijene: Ugovori ocrtavaju uvjete plaćanja i raspored cijena, osiguravajući da su i klijent i fotograf svjesni svojih financijskih odgovornosti. Osim sprječavanja sporova oko plaćanja, ovo pojašnjava stvari poput depozita, obročnog plaćanja i zakašnjelih naknada.
- Prava intelektualnog vlasništva: Prava vlasništva i korištenja fotografija pokrivena su ugovorima. Oni određuju smiju li se fotografije koristiti u privatne, profesionalne svrhe ili u svrhe društvenih medija. Ugovori također mogu

sadržavati klauzule o autorskom pravu koje jamče da fotograf zadržava vlasništvo nad svojim radom i da kupac poštuje ta prava.

- Ograničenja i odgovornost: ugovori mogu sadržavati klauzule koje definiraju dužnosti i obveze svake strane. Mogli bi navesti ograničenja odgovornosti fotografa za nepredviđene događaje ili bilo koje moguće gubitke povezane sa sesijom.
- Ugovori često uključuju klauzule koje opisuju postupke otkazivanja i pomicanja termina, čuvajući vrijeme fotografa i osiguravajući poštenje za sve strane. Ove klauzule uključuju teme uključujući nepovratne depozite, troškove planiranja i dostupnost fotografa u slučaju nepredviđenih događaja. [20 ,25, 26]

4.2.2 Generalni elementi ugovora

- Imena i kontakt podaci fotografa i klijenta.
- Opis pruženih usluga, uključujući vrstu sesije, trajanje i rezultate.
- Naknade, uvjeti plaćanja i svi dodatni troškovi.
- Prava korištenja i autorska prava, navodeći kako klijent može koristiti fotografije i sva ograničenja.
- Izdavanje modela, dobivanje suglasnosti od klijenta za korištenje njihovog lika u promotivnim materijalima.
- Klauzule o odgovornosti i isplati odštete, koje pojašnjavaju odgovornosti obju strana.
- Pravila otkazivanja i pomicanja termina.
- Vremenski okvir isporuke i sve usluge postprodukcije.
- Metode rješavanja sporova
- Mjerodavno pravo, navodeći pravosuđe koja će upravljati ugovorom. [20, 25]

4.2.3 Suglasnost i izdanja modela

Dobivanje pristanka osigurava da su subjekti informirani i pristaju sudjelovati u fotografskoj sesiji. Također pokazuje poštovanje prema subjektima i njihovoj autonomiji. Objavljivanje modela daje fotografu zeleno svjetlo za korištenje sličnosti subjekata, kao i slobodu izlaganja, kopiranja i distribucije fotografija. Fotografi se štite od mogućih pravnih sukoba oko privatnosti, prava na publicitet ili neovlaštenog korištenja fotografija dobivanjem

potpisanih izdanja modela. Izdavanje modela ključno je jer uspostavlja jasno razumijevanje između fotografa i subjekta o tome kako će se fotografije koristiti, posebno kada će biti prikazane u javnosti ili za komercijalnu upotrebu. Osim toga, izdavanje modela može promovirati otvoren i ljubazan radni odnos između fotografa i subjekta razvijanjem osjećaja transparentnosti i povjerenja. [28]

4.2.4 Osiguranje

Osiguranje od profesionalne odgovornosti nudi zaštitu. Fotografi su ovim osiguranjem zaštićeni od mogućih novčanih gubitaka i pravnih troškova povezanih s pravnim zahtjevima ili tužbama. Fotografi također mogu razmisliti o osiguranju od opće odgovornosti uz osiguranje od profesionalne odgovornosti, koje štiti od nesreća ili štete na imovini koja se može dogoditi tijekom fotografiranja. Pravo osiguranje ukazuje na profesionalizam i odgovornost prema klijentima, povećavajući ugled fotografa na terenu. Fotografi bi trebali razgovarati sa stručnjakom za osiguranje kako bi utvrdili svoje individualne potrebe i osigurali da imaju dovoljnu zaštitu s obzirom na veličinu, opseg i lokaciju svoje tvrtke. [29]

4.2.5 Kontinuirana zakonska usklađenost

- Autorska prava i intelektualno vlasništvo: Portretni fotografi moraju biti upoznati sa zakonima o autorskim pravima i razumjeti svoja prava kao kreatora. To uključuje razumijevanje načina na koji zaštita autorskih prava funkcionira, registriranje njihovog rada kada je to potrebno i poštivanje autorskih prava drugih. Pravilnim postupanjem u vezi s autorskim pravima, fotografi mogu zaštititi svoje fotografije od neovlaštenog korištenja i potencijalnih tužbi za kršenje autorskih prava.
- Privatnost i zaštita podataka: Fotografi moraju biti svjesni zakona o privatnosti i propisa koji se odnose na prikupljanje, pohranjivanje i korištenje osobnih podataka. To uključuje dobivanje informiranog pristanka prilikom prikupljanja i korištenja osobnih podataka pojedinaca, sigurno rukovanje podacima i poštivanje relevantnih zakona o zaštiti podataka kao što je Opća uredba o zaštiti podataka (GDPR) u Europskoj uniji ili slični propisi u drugim jurisdikcijama.
- Licenciranje i dozvole: Ovisno o lokaciji i prirodi fotografskog posla, fotografi će možda trebati pribaviti odgovarajuće licence ili dozvole. To može uključivati

poslovne licence, dozvole za rad u javnim prostorima ili parkovima ili dozvole za komercijalno fotografiranje na određenim lokacijama. Pridržavanje ovih zahtjeva osigurava se zakonska usklađenost i izbjegavaju se potencijalne novčane kazne.

- Porezne obveze: Portretni fotografi moraju ispunjavati svoje porezne obveze točnim prijavljivanjem svojih prihoda i rashoda, vođenjem odgovarajuće evidencije i podnošenjem poreznih prijava u skladu s poreznim zakonima svoje jurisdikcije. Preporuča se konzultirati se s poreznim stručnjakom ili računovođom kako bi se osigurala usklađenost s lokalnim poreznim propisima i iskoristili svi primjenjivi odbitki ili izuzeća.
- Ugovorni sporazumi: Održavanje zakonske usklađenosti uključuje korištenje ispravno sastavljenih ugovora koji se pridržavaju lokalnih zakona i propisa. Ugovori bi trebali jasno naznačiti prava i odgovornosti fotografa i klijenta, osiguravajući transparentnost i minimizirajući potencijalne sporove. [30, 31]

Portretni fotografi mogu voditi svoje tvrtke na način koji je u skladu sa zakonom tako da poznaju pravila i propise te povremeno ocjenjuju i nadograđuju svoje postupke. Održavanje stalne zakonske usklađenosti zahtijeva traženje stručnog pravnog savjeta i praćenje promjena zakona ili pravila industrije. [20]

5. Utjecaj društvenih mreža

Društvene mreže imali su veliki utjecaj na način na koji portretni fotografi rade svoj posao i razgovaraju sa svojim klijentima. Takvi mediji su dali fotografima mjesto da pokažu svoje radove ljudima diljem svijeta, budu zapaženi i povežu se s velikom publikom. Sada kada je lakše doći do klijenata, fotografi mogu s njima izravno razgovarati kako bi izgradili veze, saznali što im se sviđa i stekli njihovo povjerenje. Korištenjem ciljanih marketinških tehnika, fotografi mogu razgovarati s više mogućih kupaca na svom ciljanom tržištu. Time su se otvorile mogućnosti suradnje, mentorstva i kreativne inspiracije. Online portfelji na društvenim mrežama postali su vizualni način da se pokaže kako fotograf radi i koje vještine posjeduje, što ostavlja dojam na gledatelje. Fotografov imidž i pouzdanost mogu se poboljšati dobivanjem preporuka od klijenata. Također, društveni mediji često imaju mjesta za izravnu prodaju stvari ili alate. To olakšava sklapanje poslova i ljudima donosi više

novca. Društveni mediji promijenili su portretnu fotografiju u cjelini i dali fotografima više načina za rast, uspjeh i povezivanje nego ikad prije. [32]

5.1 Povećana izloženost

U kontekstu portretne fotografije, povećana izloženost odnosi se na povećanu vidljivost koji fotografi mogu postići kroz različite platforme. Fotografi sada imaju priliku predstaviti svoje radove globalnoj publici zahvaljujući rastu društvenih medija i online kanala te stjecanju potencijalnih klijenata. [32]

Povećana izloženost ima nekoliko prednosti. Otvara prilike za umrežavanje i suradnju među fotografima, omogućujući im da stupe u kontakt s kolegama, utjecajnim ljudima na terenu i potencijalnim partnerima. Osim toga, ova vidljivost otvara vrata mogućnostima poput partnerstava, publikacija i izložbi. Osim toga, veća izloženost poboljšava reputaciju fotografa kao profesionalca, dovodeći dodatne klijente i osiguravajući dugoročni uspjeh. [32]

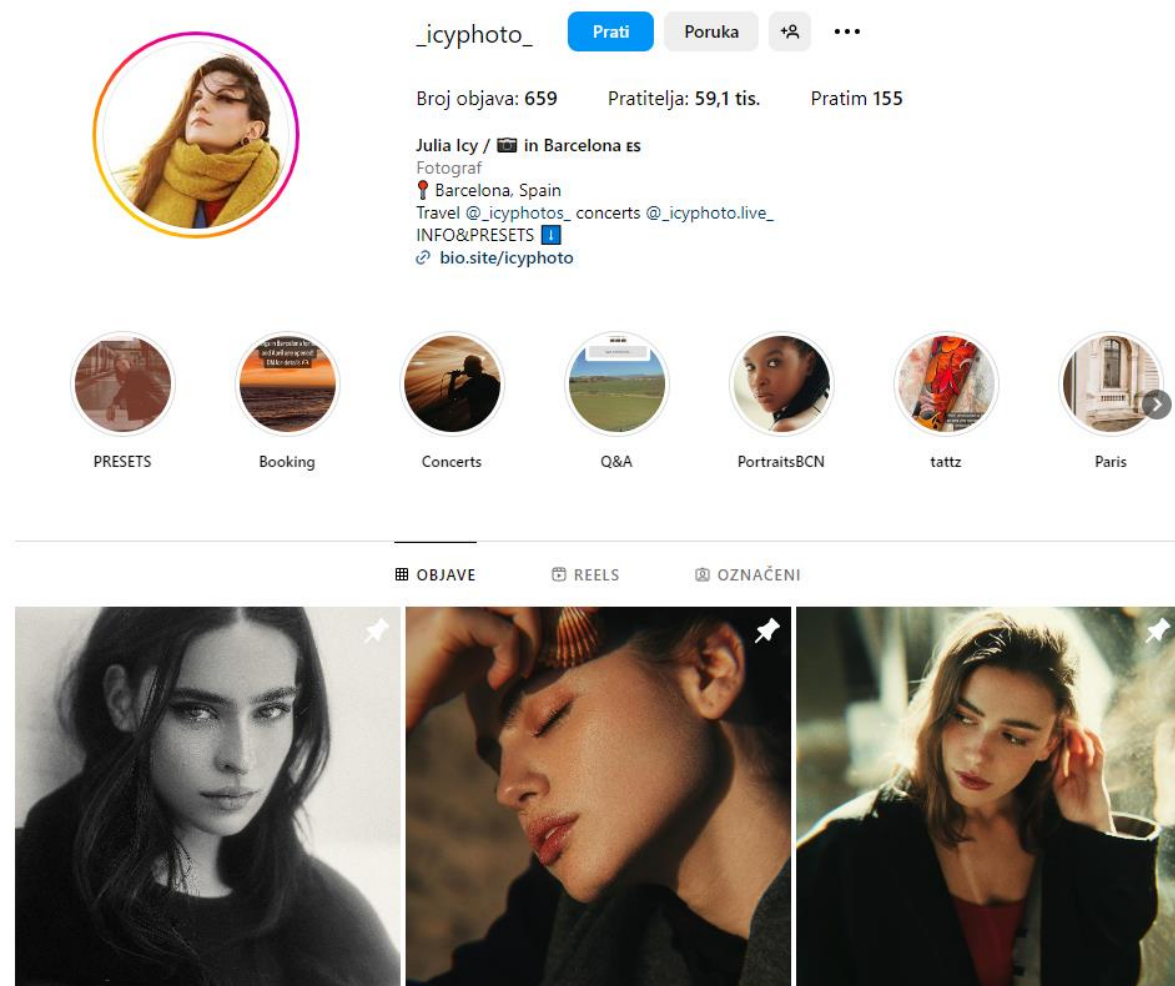
Fotografi mogu proširiti svoj domet, uključiti se u svoju ciljnu publiku i izgraditi snažnu prisutnost na fotografskom tržištu korištenjem snage povećane izloženosti. Veća izloženost u portretnoj fotografiji ključna je komponenta razvoja uspješnog poslovanja, privlačenja kupaca i ostavljanja trajnog dojma u sektoru. [32]

5.1.1 Instagram

Kao popularna platforma društvenih medija usmjerena na vizualni sadržaj, Instagram pruža moćan alat za fotografe da pokažu svoj rad i dopru do veće publike.

- Vizualni prikaz bitan je aspekt korištenja instagrama kao platforme za povećanu izloženost u portretnoj fotografiji. Sa naglaskom na vizualni sadržaj, instagram fotografima pruža digitalnu galeriju za predstavljanje svojih najboljih radova. Omogućuje fotografima da uredi svoj profil i kreiraju vizualno privlačnu mrežu koja odražava njihov jedinstveni stil, kreativnost i stručnost. (Slika 28) i (Slika 29). Fotografi mogu prikazati raznovrstan izbor portretnih fotografija koje pokazuju svoju tehničku snagu i hvataju dušu svojih subjekata njegom i pametnom kompozicijom. Fotografi mogu angažirati svoju publiku i ostaviti trajan dojam

širenjem svojih najboljih, najupečatljivijih fotografija. Mogućnosti instagrama, poput brojnih fotografija i videa, fotografi mogu koristiti za predstavljanje niza gledišta, estetike i iskustava iza scene (Slika 30). Uz pomoć ovih alata, fotografi mogu ispričati uvjerljivu vizualnu priču i prikazati svoj raspon. [34]



Slika 21 Prikaz Instagram profila temeljen na portretnom fotografiranju

markohanzekovic [Prati](#) [Poruka](#) [+](#) [...](#)

Broj objava: 147 Pratelja: 559 Prati 408

Marko Hanzekovic
Fotograf
#Headshots, #Portraits
#Croatia HR
Photographer at @photoadria.hr
DM for shoot/collab.
photoadria.hr

Prate monika_tkalcec, franmikulaj1, saraliciouss_s + još 15

Events Love stories Portraits Family session

OBJAVE OZNAČENI

Slika 22 Profesionalnost i stručnost Instagram profila lokalnog fotografa

← Objave

Prati



lucjastefaniuk
Warsaw, Poland

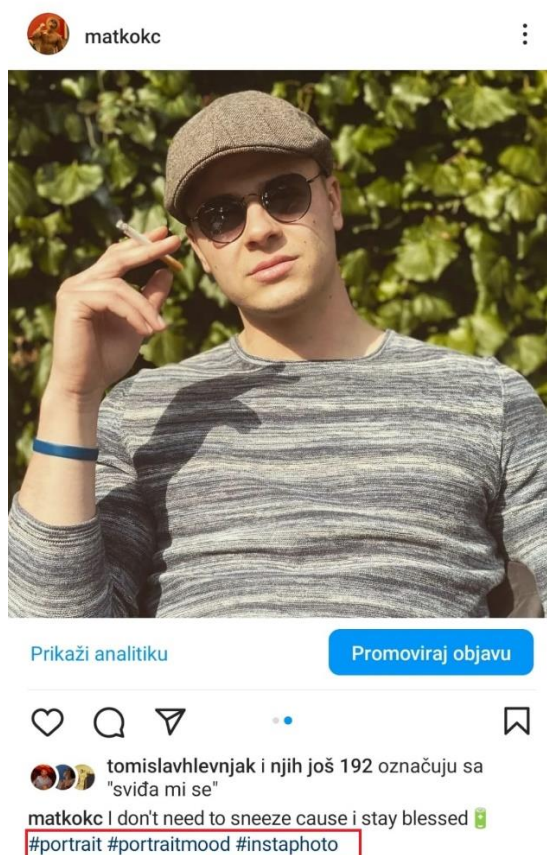


Slika 23 Estetika portretne fotografije objavljene na Instagramu

- „Hashtagovi“ igraju ključnu ulogu u povećanju vidljivosti na Instagramu. To su ključne riječi ili fraze kojima prethodi simbol "#" koje kategoriziraju i organiziraju sadržaj na platformi. Korištenjem hashtagova, fotografi se mogu povezati sa publikom specifičnom za stil. Fotografi mogu osigurati da se njihov rad pojavi u rezultatima pretraživanja i dopre do gledatelja koji posebno traže tu vrstu materijala dodavanjem relevantnih i preciznih hashtagova povezanih s

portretnom fotografijom, kao što su #portraitphotography, #fineartportraits ili #familyportraits (Slika 31). Praćenje i korištenje popularnih i aktualnih hashtagova u fotografskoj zajednici može pomoći u izlaganju fotografa široj publici. Takvi hashtagovi često imaju velik broj aktivnih korisnika, što povećava mogućnost da će njihov rad vidjeti i otkriti više ljudi. Korištenje hashtagova s određenim geografskim područjem može pomoći fotografima da dopru do svoje lokalne zajednice. Ovo je posebno korisno za fotografe koji traže klijente u određenim regijama jer povećava vjerojatnost da će ljudi u lokalnom području pronaći njihov posao. [33]

Iako korištenje hashtagova može povećati vidljivost, ključno je zapamtiti održavanje ravnoteže. Fotografi mogu bolje ciljati svoju publiku i izbjeći gubitak u grupi objava povezanih s iznimno popularnim hashtagovima kombiniranjem popularnih i specifičnih hashtagova. Fotografi također trebaju biti sigurni da su hashtagovi koje koriste prikladni za njihov rad, u skladu s njihovim brendom i prikladni za njihovu publiku. [33]



Slika 24 Upotreba hashtagova u opisu objave na Instagramu

- Za učinkovito korištenje instagrama portretnim fotografom bitne su komponente angažman i povezanost. Od ključne je važnosti pružiti brze odgovore na komentare „followera“ i potencijalnih klijenata na objave fotografa. Osjećaj povezanosti s publikom potiče se odgovaranjem na komentare i pokazivanjem zahvalnosti za sudjelovanje. Osim toga, nudi priliku odgovaranja na upite i rješavanje problema (Slika 32).

Fotografi mogu započeti razgovor postavljanjem upita u svojim Instagram pričama ili opisima. To omogućuje članovima publike da raspravljaju o temi dijeleći svoje ideje, uvide ili mišljenja. Fotografi mogu stvoriti angažirano okruženje u kojem se njihova publika osjeća saslušanom i cijenjenom poticanjem razgovora.

Instagramova funkcija izravne poruke omogućuje privatnu komunikaciju s pratiteljima korisnika i potencijalnim kupcima. To omogućuje fotografima da odgovore na pitanja, ponude više individualiziranih informacija ili uđu u više detalja o određenim projektima. Izravni odgovori na poruke koji su brzi i informativni mogu poboljšati zadovoljstvo korisnika i izgraditi povjerenje. [33]



Slika 25 Opcija komentiranja i komunikacije između pratitelja i fotografa

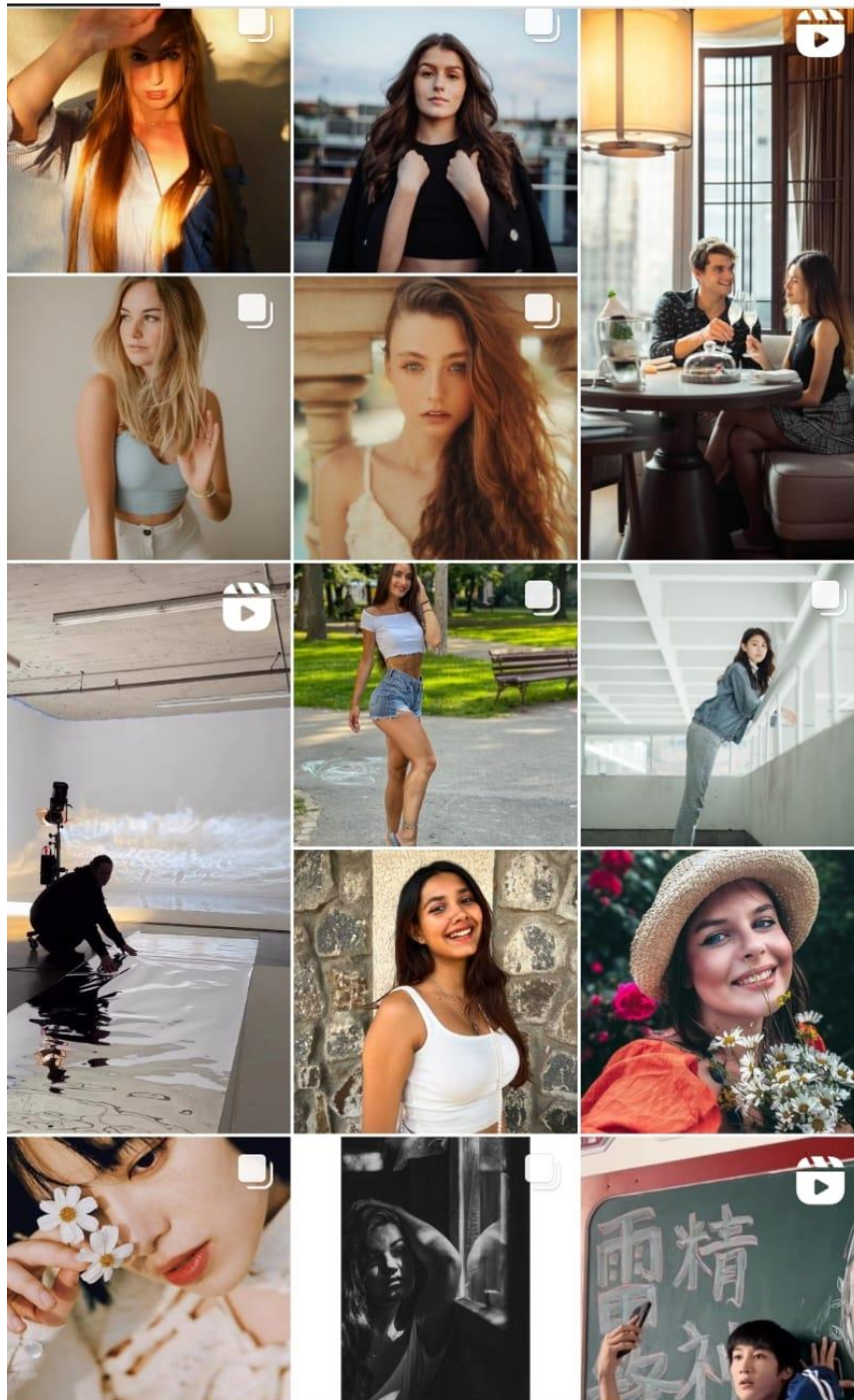
- Stranica „pretraživanje“ na Instagramu je odabrani „feed“ sadržaja prilagođen interesima svakog korisnika, na temelju njihove aktivnosti i angažmana na platformi. Predstavlja priliku za fotografe da povećaju izloženost i dosegnu širu publiku. Korisnici mogu otkriti nove profile i informacije na stranici „pretraživanje“ gledajući sadržaj koji odgovara njihovom ukusu (Slika 33). Portretna fotografija ima veću vjerojatnost da će se prikazati na „feedu“ kada primi uključenost korisnika, poput lajkova, komentara i dijeljenja. Ovo izlaganje ima potencijal značajno povećati vidljivost i privući nove sljedbenike. [33]

Za vas

Korisnički računi

Nije personalizirano

Zvuk



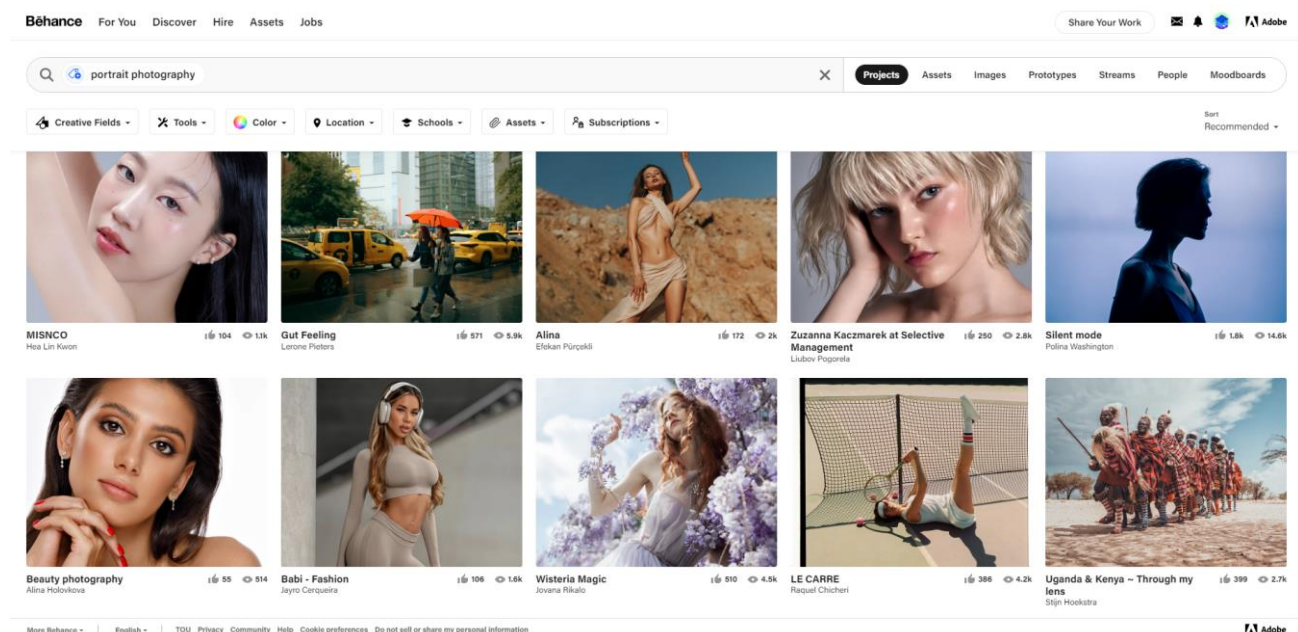
Slika 26 Opcija „search“ i prikaz sadržaja prilagođen korisniku Instagrama

Kako bi se ponudio relevantan sadržaj i procijenila aktivnost korisnika, instagramov algoritam koristi se na stranici „pretraživanje“. Računalo prepoznaje portretnu fotografiju kao intrigantnu ako generira mnogo angažmana i može je predložiti drugima koji su izrazili slične interese. Viralni potencijal fotografije povećava se ovom funkcijom preporuke. [33]

Portretna fotografija ima potencijal postati „viralna“ nakon što se pojavi na „feedu“. Kada se fotografija poveže s velikom publikom i dobije puno lajkova, komentara, dijeljenja i sljedbenika, postaje viralna. Zbog viralne prirode Instagrama, fotografija bi se mogla brzo proširiti i pronaći korisnike izvan fotografove trenutne baze obožavatelja. [33]

5.1.2 Behance

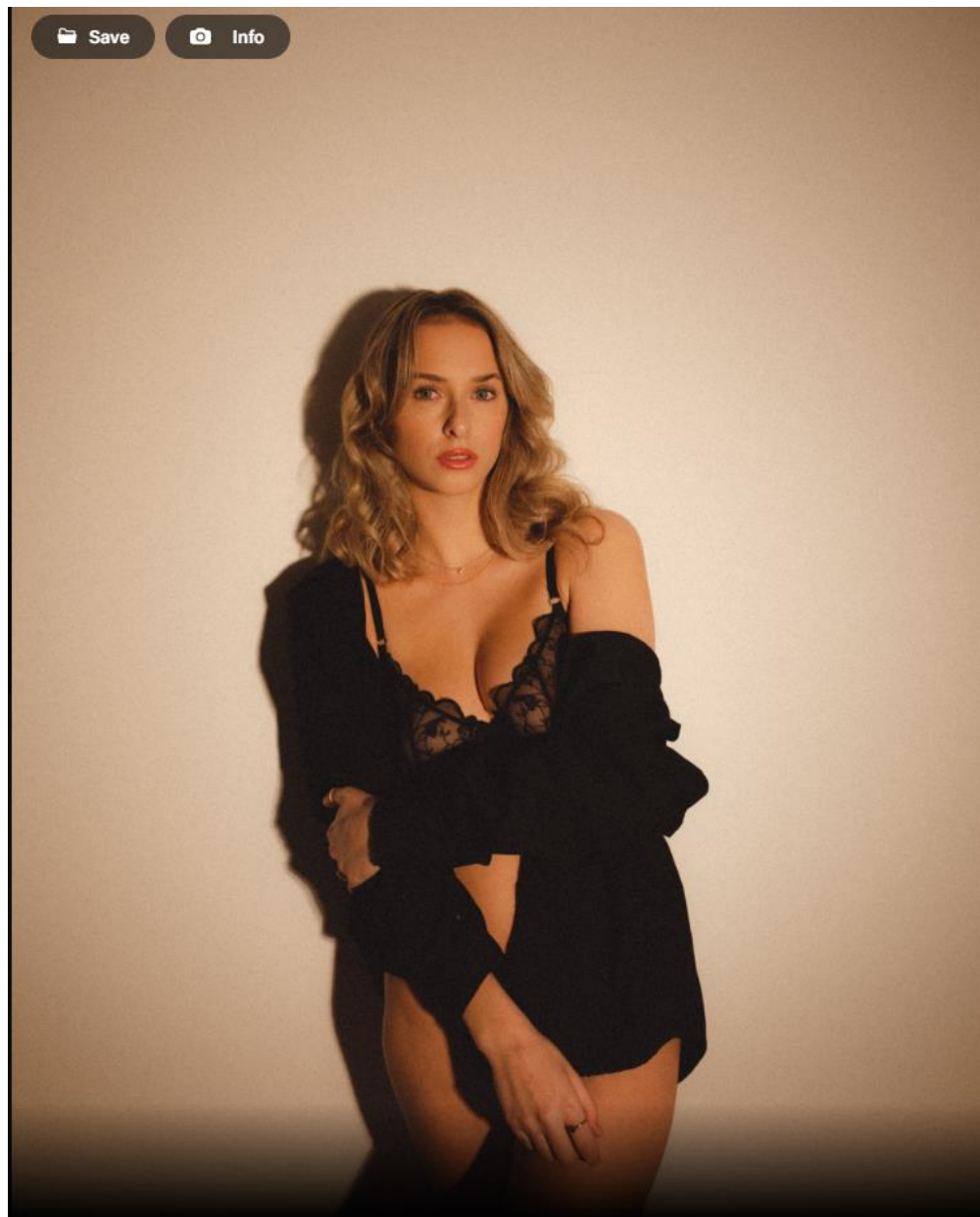
Fotografi, dizajneri, slikari, ilustratori i drugi kreativci mogu promovirati svoje radove na poznatom web portalu Behance. Adobe ga je predstavio 2006. te se razvio u uspješnu zajednicu u kojoj kreativci mogu prikazati svoje radove, biti izloženi i povezati se s mogućim klijentima i suradnicima. [34]



Slika 27 Sučelje Behance-a

Behance-ov naglasak na vizualnom prikazu jedna je od njegovih glavnih značajki. Omogućuje fotografima da prezentiraju svoj rad na stručan i estetski ugodan način. Uredan i

jedinstven raspored koristi se za predstavljanje svakog portfolia, pružajući posjetiteljima potpuno iskustvo gledanja (Slika 35). Fotografi mogu grupirati svoje radove u projekte i poboljšati vidljivost dodavanjem opisa. [34]



Slika 28 Prikaz visoke kvalitete fotografije korisnika u Behance-u

Također, klikom na opciju „info“ pružen je potpuni pregled postavka koje su korištene prilikom fotografiranja portreta te naziv i model fotoaparata (slika 36).



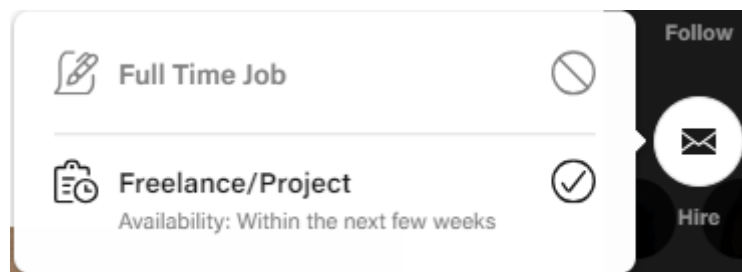
Slika 29 Pregled postavka prilikom fotografiranja portreta

Fotografi mogu mijenjati svoj portfolio kako bi odgovarali brendovima i osobnim ukusima.. To uključuje odabir naslovnica projekta, stvaranje prilagođenih shema boja i postavljanje kronologije njihova rada kako bi se proizvela prava profesionalnost. Vizualno privlačna prezentacija rada privlači potencijalne kupce i druge kreativce, promičući mogućnosti umrežavanja i suradnje. [34]

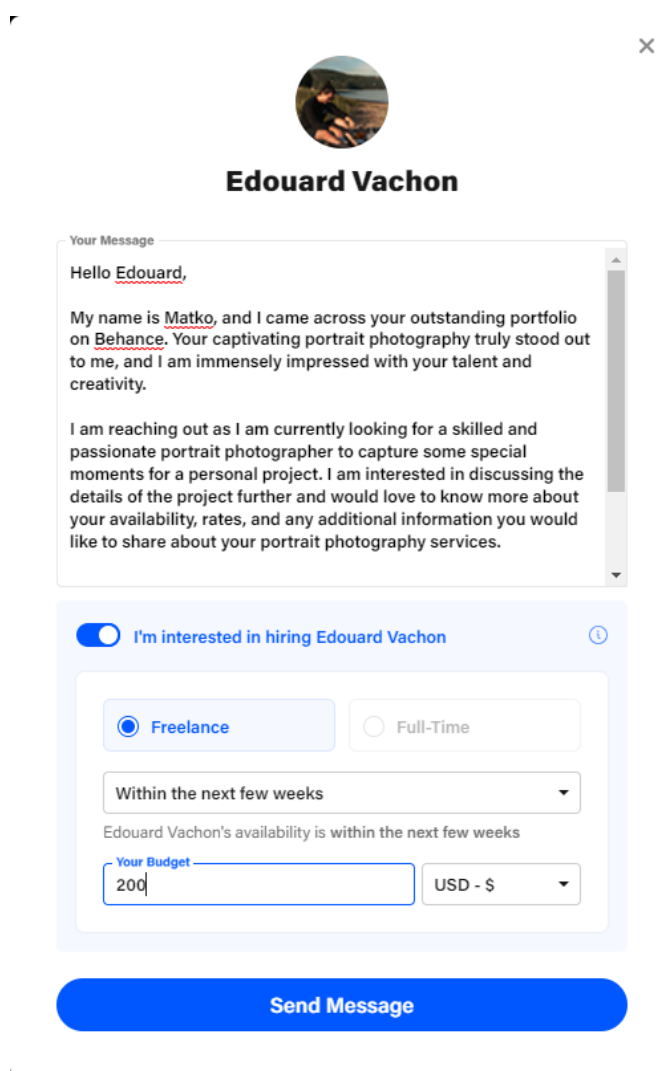
Fotografi mogu pratiti druge kreativce, dobiti inspiraciju iz njihovog rada i uključiti se u njihov sadržaj putem komentara i lajkova. Isto tako, fotografi mogu dobiti povratne informacije i zahvalnost za vlastiti rad, potičući osjećaj pripadnosti i priznanja unutar zajednice. Ova interakcija potiče kreativnost i rast, jer fotografi mogu učiti od tehnika i ideja drugih. Behance nudi platformu za fotografe za uspostavljanje internetske prisutnosti bez

potrebe za opsežnim znanjem u razvoju web stranica. Mogu ga koristiti fotografi svih razina, od amatera do iskusnih profesionalaca, zbog toga koliko je jednostavan za korištenje. [34]

Behance također ima odjeljak o poslovima i projektima, gdje poslodavci, tj. fotografi daju priliku za kreativne usluge (Slika 37) i (Slika 38).



Slika 30 Opcija „Hire“ u Behance-u



Slika 31 Upit za poslovanje sa korisnikom Behance-a

Partnerstvo između Adobea i Behance-a donosi velike prednosti. Kako je Behance dio Adobe ekosustava, omogućuje kreativcima da podijele svoj rad s ljudima koji koriste Adobe alate kao što su Photoshop i Lightroom. To može rezultirati većom izloženošću, prepoznavanjem i mogućnošću rada s drugim Adobe korisnicima. [34]

5.1.3 Flickr vs. Behance

I Behance i Flickr su online platforme koje služe kreativcima, ali se značajno razlikuju po formatu, fokusu i publici.

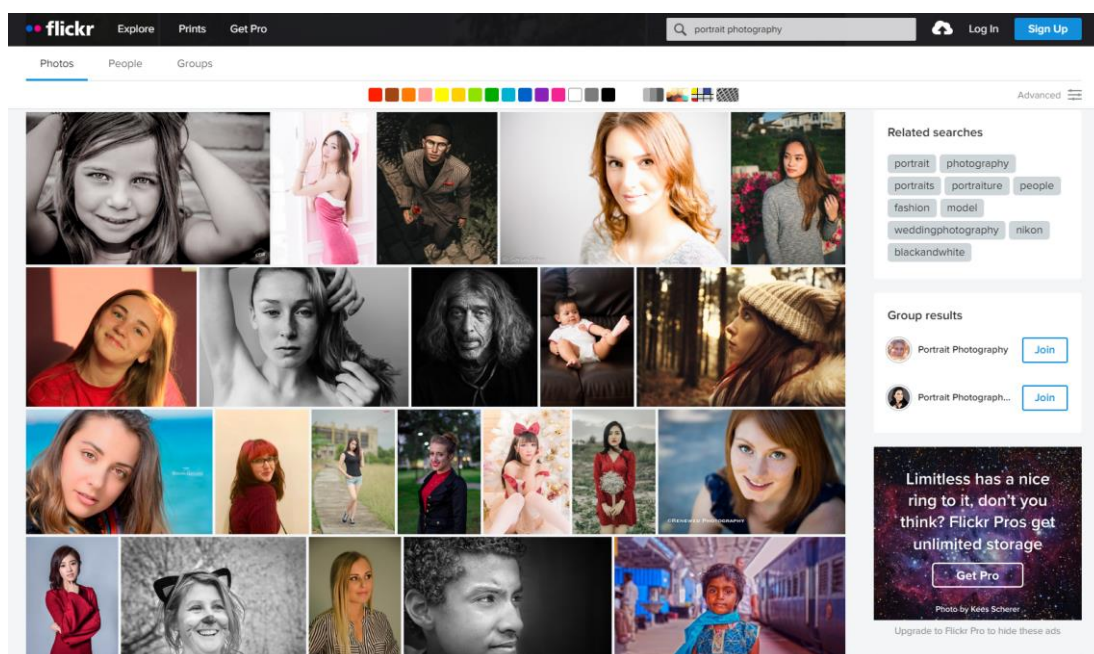
1. Format

- Behance prvenstveno funkcionira kao web stranica za portfolio, s naglaskom na prikaz kreativnog rada. Pruža jednostavan, dosljedan izgled koji korisnicima omogućuje da svoje projekte predstavljaju na način koji je vizualno privlačan. Fotografi na Behance-u mogu koristiti projekte, opise i oznake kako bi svoj rad učinili vidljivijim. Fokus je na izgradnji jedinstvenog i stručnog portfolija za privlačenje novih klijenata i partnera. [35]
- Flickr je primarno web stranica za društveno umrežavanje i dijeljenje fotografija. Iako korisnici također mogu stvarati portfolio, dizajn je više analogan nizu fotografija. Pojedinačne fotografije mogu postavljati korisnici, koji ih potom mogu organizirati u albume i dodavati naslove, opise i oznake. Flickr promiče društvene interakcije i povratne informacije o određenim fotografijama potičući korisnike da podijele svoje fotografije s većom zajednicom fotografa i hobista. [35]

2. Fokus

- Primarni cilj Behancea je pokazati cijeli kreativni proces kao i pozadinu za svaki projekt. Dajući korisnicima uvid u njihov proces razmišljanja, motivira ih da ispričaju priču. Komponenta pripovijedanja na platformi daje dodatnu dubinu i svrhu dok istovremeno gradi jači odnos s publikom i potencijalnim kupcima. [35]
- Za usporedbu, Flickr više stavlja naglasak na pojedinačne fotografije nego na pripovijedanje temeljeno na projektu. Fokus je na dijeljenju fotografija kao samostalnih umjetničkih djela, čak i ako korisnici mogu dodati opise i oznake

svakoj slici. Korisnici Flickr-a mogu komunicirati i uživati u određenim fotografijama bez nužnog gledanja u širi kontekst ili priču iza njih. [35]



Slika 32 Sučelje Flickr-a

3. Publika

- Behance je osmišljen kako bi privukao kreativne profesionalce, uključujući fotografe, dizajnere, ilustratore i umjetnike. Služi kao središte za talente u industriji, što ga čini izvrsnom platformom za fotografe da pokažu svoje radove potencijalnim klijentima, poslodavcima i suradnicima unutar kreativne zajednice. [35]
- Publika Flickr-a je raznolikija i inkluzivnija, uključujući fotografske entuzijaste, hobiste i fotografe amatere, uz profesionalce. Iako Flickr i dalje može biti izložen širokoj publici, nije toliko usmjeren prema potencijalnim klijentima ili poslodavcima kao što je Behance. [35]

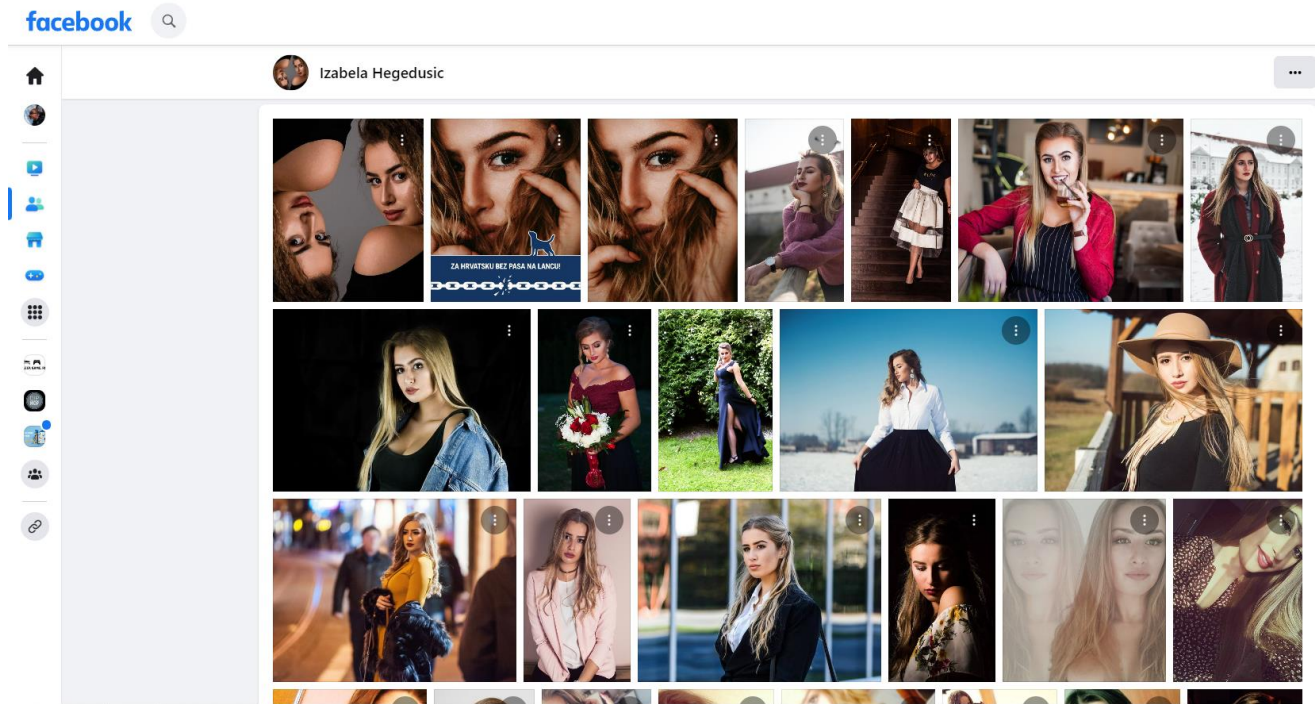
5.1.4 Facebook

Korisnici pružaju posjetiteljima svoje stranice virtualni prvi dojam kada objave svoje portretne fotografije na svojim Facebook stranicama. Ovaj prvi susret može utjecati na to kako drugi ljudi gledaju korisnika i komuniciraju s njim. Pažljivo odabrana portretna fotografija može odasati sigurnošću i iskrenošću, dok bi loše odabrana mogla imati suprotan učinak. U društvenom krugu korisnika Facebook portretne fotografije pomažu stvoriti osjećaj bliskosti i prepoznavanja. Portretne fotografije korisnicima olakšavaju prepoznavanje i kategoriziranje prijatelja, članova obitelji i poznanika. Fotografije djeluju kao vizualni tragovi koji potiču osjećaj povezanosti i zajednice među korisnicima budući da je ljudski mozak osjetljiv na prepoznavanje lica. [36]

S komunikacijskog stajališta, portretne fotografije na Facebooku ključne su za oživljavanje digitalnih interakcija. Tekstualne poruke povremeno mogu djelovati kao neosobne, ali korištenje fotografije u glavi emancipira razgovor i potiče stvarnu i suosjećajnu vezu. Stoga se portretne fotografije mogu koristiti kao moćni alati za razvijanje smislene komunikacije. [36]

Portretne fotografije na Facebooku značajne su u profesionalnim okruženjima osim poticanja osobnih veza. Facebook profile često pregledavaju osobe koje zapošljavaju, budući poslodavci i poslovni partneri kako bi saznali više o osobnosti i profesionalnosti osobe. [36]

Portretne fotografije mogu poboljšati vizualnu privlačnost Facebook računa. Korisnikova pažnja za detalje i umjetnički smisao prikazani su u njihovom profilu kada je vizualno privlačan te uključuje dobro odabrane portretne fotografije. Za one koji rade u kreativnim industrijama poput fotografije, slikanja ili dizajna, gdje vizualno privlačan profil može privući kupce i partnere, ova komponenta je jako važna. [36]



Slika 33 Primjer vizualno privlačnog facebook profila

6. Individualni portret i percepcija tijela

Jedan od načina na koji fotografi pričaju priču sa svojim klijentima je da ih dobro upoznaju i saznaju njihove potrebe i sklonosti. Fotografi mogu pomoći svojim klijentima da se osjećaju ugodno i samouvjereni tijekom sesije razgovarajući s njima unaprijed i stvarajući okruženje u kojem svi mogu raditi zajedno. Kako bi pomogli svojim klijentima da pronađu izgled kojim su zadovoljni, mogu razgovarati o odjeći, frizurama i drugim dijelovima kako izgledaju. Fotografi se također mogu pozabaviti samoprezentacijom i slikom tijela laskanjem svojim klijentima i isticanjem njihovih najboljih osobina kroz osvjetljenje i dizajn. Fotografi mogu učiniti da fotografija izgleda bolje tako što će, na primjer, koristiti prigušeno osvjetljenje ili postaviti subjekte na način da izgledaju mršavije. [37]

6.1 Psihološki utjecaj portretne fotografije

Osobnost i osjećaji osobe mogu se učinkovito uhvatiti upotrebom portretne fotografije smatrajući ga moćnim žanrom. Fotografi pokušavaju uhvatiti unutarnji svijet svojih

subjekata promišljenom kompozicijom, osvjetljenjem, poziranjem i drugim metodama. Velika usredotočenost je na tome kako fotografija portretira karakter i osjećaje subjekta te kako to utječe na gledatelja. [37]

1. Neverbalna komunikacija u portretima:

- Portreti pružaju vizualni prikaz neverbalne komunikacije subjekta, uključujući izraze lica, govor tijela i geste.
- Mikroizrazi uhvaćeni na portretu mogu otkriti istinske emocije i pružiti uvid u mentalno stanje subjekta i osobine ličnosti.
- Gledatelji podsvjesno tumače te neverbalne znakove, stvarajući dojmove i emocionalne reakcije na temelju vlastitih iskustava i perspektiva. [42]

2. Emocionalna rezonanca i empatija:

- Budući da su emocije često zarazne, portretna fotografija ima sposobnost izazvati snažne emocionalne reakcije kod gledatelja.
- Fotografi mogu pobuditi osjećaj emocionalne rezonancije i pomoći gledateljima da suosjećaju s subjektom snimanjem stvarnih emocija.
- Sposobnost portreta da dopusti gledatelju da suosjeća s emocijama koje bilježi može rezultirati boljim razumijevanjem i cijenjenjem subjekta. [42]

3. Prikaz osobnosti:

- Portretiranje može osvijetliti subjektovu osobnost kroz pozu, kompoziciju i estetske komponente; na primjer, snažan i autoritativan stav može implicirati upornost i odlučnost, dok slaba poza usmjerena prema unutra može implicirati osjetljivost i razmišljanje.
- Odabir pozadine, dodataka i odjeće također može dati naznake o sklonostima, moralu i načinu života subjekta. [42]

4. Utjecaj estetskih izbora:

- Estetski odabiri, kao što su osvjetljenje, paleta boja i tehnike naknadne obrade, mogu uvelike utjecati na emocionalnu reakciju i interpretaciju portreta.

- Topla i meka rasvjeta može izazvati osjećaj ugone i intimnosti, dok dramatična rasvjeta može stvoriti osjećaj intenziteta ili tajanstvenosti.
- Upravljanje bojama i tonske prilagodbe mogu poboljšati određena raspoloženja ili atmosfere, dodatno oblikujući emocionalno iskustvo gledatelja. [42]

5. Subjektivnost i interpretacija gledatelja:

- Gledateljeva interpretacija portreta subjektivna je i pod utjecajem osobnih iskustava, kulturnog porijekla i predrasuda.
- Različiti gledatelji mogu izvući različita značenja i emocionalne reakcije iz istog portreta, na temelju svojih jedinstvenih percepcija. [42]

I subjekt i promatrač doživljavaju goleme psihološke učinke kao rezultat portretne fotografije. Portretna fotografija je bogat i učinkovit medij za ispitivanje ljudske psihologije budući da pruža različite emocionalne reakcije i omogućuje subjektivnu interpretaciju portreta. [42]

6.2 Značaj društvenih medija na samoprikazivanje

Kultura neprestanog samopredstavljanja pojavila se zahvaljujući stranicama društvenih medija poput Instagrama, Tik Toka-a, Facebooka i Twittera, gdje korisnici neprestano nastoje pokazati najbolje od sebe. Iako ovo ima brojne dobrobiti, ono također može biti štetno za nečije samopouzdanje i percepciju vlastite građe. Društveni mediji mogu, s jedne strane, ljudima pružiti forum za izražavanje i isticanje njihovih osebnih talenata i stajališta. Može pomoći ljudima u razvoju dobre slike o sebi i biti alat za samoosnaživanje. Društveni mediji mogu pružiti fotografima platformu za interakciju s klijentima i promicanje njihovog rada na portretnoj fotografiji, otvarajući više puteva za samoizražavanje i kreativnost. [40]

S druge strane, nečije samopouzdanje i slika o tijelu mogu patiti od kontinuiranog pritiska da se na društvenim mrežama prikaže besprijekorna fotografija. Mnogi ljudi osjećaju potrebu da se neprestano uspoređuju s drugima i teže nedostižnim idealima ljepote. To može rezultirati lošom slikom tijela i niskim samopoštovanjem i. [40]

Korištenje filtera i alata za uređivanje jedan je od najznačajnijih načina na koji su društveni mediji utjecali na to kako se ljudi prikazuju na portretnoj fotografiji. Osoba može ponuditi više idealiziranu sliku o sebi korištenjem ovih tehnika za poboljšanje ili promjenu svog izgleda. Iako filteri i softveri za uređivanje mogu biti zabavni i kreativni, oni također mogu pridonijeti lažnim standardima ljepote i negativno utjecati na nečiju percepciju sebe i svoje tjelesne građe. [41]



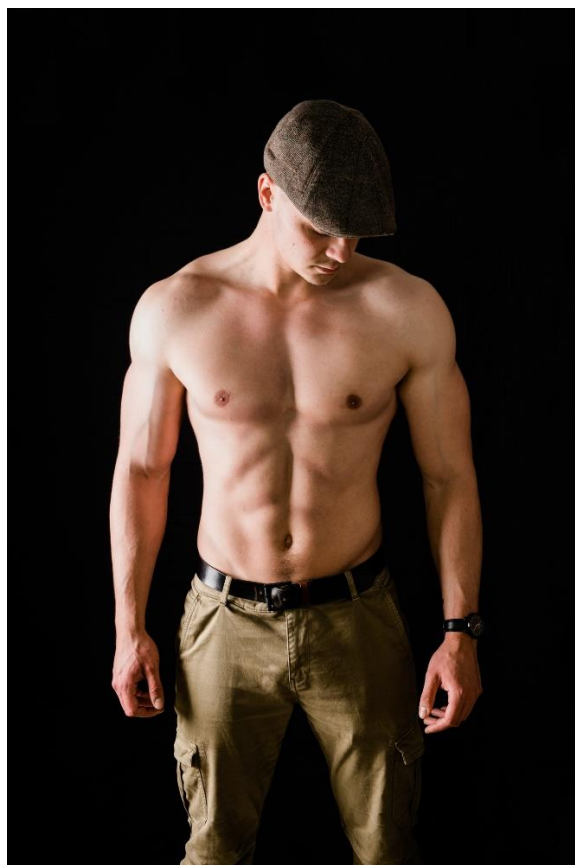
Slika 34 Filter za uljepšavanje (desno) i bez filtera (lijevo)

6.3 Pitanje pozitivnosti tijela u radu fotografa portreta

S obzirom na to da fotografi imaju mogućnost utjecati na to kako ljudi gledaju i osjećaju vlastita tijela, pozitivnost i raznolikost velika su pitanja u portretiranju. Značajan pokret pojavio se u fotografskom poslu posljednjih godina, a mnogi fotografi naporno rade na rješavanju tih pitanja u svom radu. Uključivanjem različitih vrsta i oblika tijela u svoj rad, fotografi mogu promovirati različitost i prihvaćanje tijela. Takvi fotografi nastoje pokazati karakteristične kvalitete i karakteristike svojih subjekata, a ne podržavati konvencionalne standarde ljepote, naglašavajući ljepotu u raznolikosti. Da bi takvo nešto bilo učinjeno i da bi

se uhvatio duh subjekta dok se stvara vizualno privlačna fotografija, mogu se koristiti različiti stavovi, strategije osvjetljenja i pristupi kompoziciji. [39]

Rad s modelima različitih dobi, boja i spolova još je jedan način na koji fotografi pristupaju prihvaćanju tijela i različitosti. Fotografi mogu pridonijeti iskorjenjivanju društvenih predrasuda i razvoju promišljenog i tolerantnijeg ozračja prikazujući raznolik spektar ljudi u svojim radovima. [39]



Slika 35 Način prikaza tijela subjekta

- Vrijeme 28.05.2023., 11:30

Tehničke karakteristike

-Vrijeme eksponiranja: 1/250

-Osjetljivost: 400

-Žarišna duljina: 55 mm

-Otvor objektiva: 4

Korištenjem svoje umjetnosti za poticanje društvenih promjena i podizanje svijesti o problemima, fotografi se mogu pozabaviti prihvaćanjem tijela i različitosti. Na primjer, fotografi mogu potaknuti gledatelje da preispitaju poruke koje im se daju o vlastitim tijelima i tijelima drugih ljudi koristeći svoj rad za promicanje svijesti o sramoti tijela, predrasudama i nepravdi. [39]

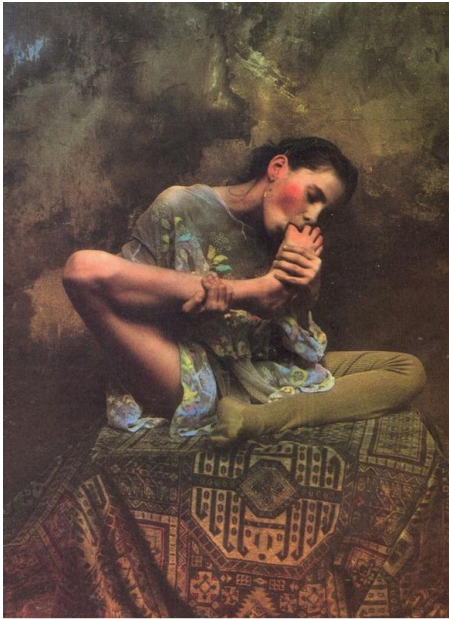
Ove bi inicijative mogle imati veliki utjecaj budući da fotografije mogu utjecati na to kako ljudi vide i osjećaju vlastito tijelo. Fotografi mogu poticati samoprihvatanje, propitivati kulturne standarde i njegovati ugodnije okruženje za sve promičući pozitivnost tijela i raznolikost u svom radu. [39]

6.3.1 Jan Saudek

„Ono što zapravo radim je portretiranje duše.“

Jan Saudek

Saudekove fotografije pokazivale su širok raspon tijela, uključujući ljude različitih dobi, oblika i veličina. Fotografije su često prikazivale tijela sa svim svojim manama, poput ožiljaka, bora ili drugih tragova. Pokazujući te prirodne osobine, Saudek navodi da tijelo nije savršeno i pozvao ljude da uživaju u ljepoti koja je stvarna. Njegove fotografije često su prikazivale ljude koji su izgledali kao da mogu biti ili muškarci ili žene. Saudekov rad često se bavio temama slabosti, bliskosti i emocionalne izloženosti. Prikazujući te dijelove standardizirao je ideju da je biti slab snaga, što je ljude učinilo punim razumijevanja. Njegov rad pomogao je i naučio ljude da uživaju u vlastitom tijelu i tijelu drugih bez osuđivanja. [50]



Slika 36 Saudekovo portretiranje, 1990.



Slika 37 „Suzana i njezino dijete“, 1992.

7. Likovni aspekti portretne fotografije

Portret prikazuje nečiju osobnost, osjećaje i povijest uz samo vanjski izgled. Talentirani fotograf portreta kombinira različite metode, poput kompozicije, poziranja, osvjetljenja i kadriranja, kako bi prenio priču putem svojih fotografija. [45]

Jedna od najvažnijih tehnika koju portretni fotograf može upotrijebiti da ispriča priču je kompozicija. Fotograf može izraziti mnoga raspoloženja i poruke postavljanjem subjekta i drugih stvari unutar kadra. Nasuprot tome, portret osobe okružene ljudima može izraziti osjećaj važnosti ili pripadnosti. Kao ilustracija, portret osobe koja stoji nasred prazne ulice može izazvati osjećaj usamljenosti ili izoliranosti. Još jedna ključna komponenta pričanja priče u portretnoj fotografiji je poziranje. Dobar portretni fotograf može koristiti poziranje za prenošenje raznih emocija, od moći i samopouzdanja do ranjivosti. Osim ovih metoda, fotografi portreta također mogu koristiti osvjetljenje i okvir kako bi ispričali priču. Na primjer, dramatična rasvjeta može izazvati osjećaj intrige ili neizvjesnosti, ali meka rasvjeta može navesti na toplinu ili bliskost. Suprotno tome, kadriranje može pomoći u naglašavanju subjekta i njegovog okruženja, dok pruža kontekst za priču. [45,46]

7.1 Kompozicija

Kompozicija portretne fotografije ključna je komponenta koja ima moć stvoriti ili uništiti fotografiju. Kompozicija portreta određuje položaj subjekta unutar okvira i način na koji on djeluje s drugim aspektima na fotografiji. U portretnoj fotografiji, cilj kompozicije je proizvesti vizualno privlačnu i zadivljujuću fotografiju koja privlači pozornost promatrača i prenosi željenu poruku. Portretni fotografi koriste se različitim strategijama kompozicije za stvaranje upečatljivih fotografija. [46]

7.1.1 Pravilo trećine

Pravilo trećine ("rule of thirds"), koje okvir dijeli na trećine vodoravno i okomito, jedna je od najčešće korištenih strategija. Subjekt se tada postavlja uzduž linija mreže ili na njezinim sjecištima, što rezultira dinamičnijom i uravnoteženijom kompozicijom. [46]



Slika 38 Pravilo trećine

- Vrijeme 28.07.2023., 18:31

Tehničke karakteristike

-Vrijeme eksponiranja: 1/250

- Osjetljivost: 100
- Žarišna duljina: 55 mm
- Otvor objektiva: 5.6

7.1.2 Simetrija

Kako bi se prenio osjećaj sklada i ravnoteže na fotografiji te postavljanje subjekta u sredinu kadra, a dijelovi s obje njegove strane zrcale jedan drugoga dolazi do simetrije. Osjećaj ravnoteže stvara se kada se subjekt nalazi u sredini kadra, što poboljšava estetiku i ravnotežu fotografije. Postoji nekoliko načina za postizanje simetrije u portretnoj snimci. Jedna od metoda je okrenuti se prema kameri tako da je subjekt okrenut prema sredini kadra. Budući da je subjekt jednako postavljen s obje strane kadra, to kompoziciji daje osjećaj ravnoteže. Crte lica subjekta, kao što su oči, usne i nos, također se mogu postaviti simetrično kako bi se dodala skladnost fotografiji. Korištenje okoline za kadriranje subjekta još je jedna tehnika za postizanje simetrije u portretnoj fotografiji. Fotograf može postaviti subjekt u sredinu kadra, sa simetričnim elementima koji ih uokviruju sa svake strane, na primjer, ako subjekt stoji ispred strukture sa simetričnim karakteristikama, kao što su stupovi ili prozori. Treći način postizanja simetrije na fotografiji je dodavanje rekvizita ili dodataka. [46]



Slika 39 Simetrija

- Vrijeme 3.09.2023., 17:44
- Tehničke karakteristike
- Vrijeme eksponiranja: 1/250
- Osjetljivost: 100
- Žarišna duljina: 70 mm
- Otvor objektiva: 2.8

7.1.3 Vodeće linije

U portretnoj fotografiji, vodeće linije su kompozicijska tehnika koja se koristi za privlačenje pozornosti promatrača na subjekt. Vodeće linije su linije na fotografiji koje usmjeravaju pozornost gledatelja na temu i daju osjećaj dubine i kretanja. One se mogu pronaći na mnogo različitih lokacija, uključujući ulice, šetnice, zidove, pa čak i tijelo subjekta. Linije mogu biti dijagonalne, vodoravne ili okomite unutar okvira, a mogu biti ravne ili zakrivljene. Odabir mjesta za postavljanje subjekta unutar okvira i smjera linija pri korištenju vodećih linija u portretnoj fotografiji zahtijeva puno razmišljanja. Talentirani fotograf može upotrijebiti vodeće linije kako bi svojim portretima dao osjećaj kretanja, smjera i dubine, privlačeći pozornost promatrača na subjekt i proizvodeći privlačnu fotografiju. [46]



Slika 40 Vodeće linije

7.2 Poziranje

Poziranje podrazumijeva postavljanje tijela i udova subjekta na način koji je i estetski lijep i prenosi potrebnu poruku u portretnoj fotografiji. Poziranje može biti ležerno i iskreno ili više stilizirano i promišljeno. Poziranje u portretnoj fotografiji ima za cilj prenijeti željenu poruku, a istovremeno unijeti ravnotežu i sklad u fotografiji. U portretnoj fotografiji, poziranje se može koristiti za oslikavanje emocija, osobnosti ili zanimanja subjekta (slika 14). Na primjer, fotografija glazbenika može ih prikazati kako gledaju u horizont dok drže

svoj instrument u rukama, evocirajući njihovu kreativnost i ljubav. Poziranje se također može koristiti za prenošenje priče kroz govor tijela subjekta, što rezultira narativom unutar fotografije. Portret para, na primjer, može prikazati kako se zajedno zabavljaju zagrljeni, dočarati emotivnost i ljubav. Nasuprot tome, fotografija usamljenog pojedinca s prekrštenim rukama može sugerirati tugu ili obrambeni stav. [45]



Slika 41 Poziranje modela

- Vrijeme 28.07.2023., 17:55

Tehničke karakteristike

-Vrijeme eksponiranja: 1/250

-Osjetljivost: 100

-Žarišna duljina: 55 mm

-Otvor objektiva: 5.6

7.3 Osvjetljenje

Fotografi koriste osvjetljenje kako bi naglasili karakteristike subjekta i prenijeli željenu poruku. Rasvjeta može značajno utjecati na raspoloženje i atmosferu kadra. Prirodno svjetlo, studijska rasvjeta i bljeskalica na fotoaparatu samo su neke od metoda osvjetljenja koje se mogu koristiti u portretnoj fotografiji. Svaka od ovih metoda može se koristiti za promjenu tona i ambijenta fotografije i svaka ima svoje prednosti.

- Prirodno svjetlo može proizvesti meko, privlačno svjetlo koje ističe inherentne kvalitete subjekta, što ga čini popularnom opcijom osvjetljenja za portretnu fotografiju. Prirodno svjetlo neprestano se mijenja tijekom dana, za razliku od umjetnih izvora svjetla, dajući fotografima priliku da proizvedu širok raspon različitih stilova i raspoloženja. Izravno sunčevo svjetlo i difuzno svjetlo dvije su vrste prirodnog svjetla koje se najčešće koriste u portretnoj fotografiji. Iako izravna sunčeva svjetlost može biti oštra i bacati neugodne sjene na lice subjekta, također se može umjetnički iskoristiti za izradu dramatičnih i stiliziranih fotografija. Naprotiv, difuzno svjetlo je mekše i ravnomjernije, odajući privlačan i prirodan izgled. Postavljanje subjekta u sjenu, omekšavanje svjetla pomoću reflektora ili difuzijske ploče ili snimanje fotografija tijekom zlatnog sata (razdoblje neposredno nakon zore ili neposredno prije zalaska sunca) sve su to načini za postizanje difuznog svjetla. [47]



Slika 42 Portret fotografiran prilikom prirodnog osvjetljenja

- Vrijeme 7.06.2023., 10:31

Tehničke karakteristike

-Vrijeme eksponiranja: 1/250

-Osjetljivost: 100

-Žarišna duljina: 55 mm

-Otvor objektiva: 5.6

- Budući da studijska rasvjeta daje fotografima veću kontrolu nad izvorom svjetlosti i može se koristiti za izradu dramatičnih i stiliziranih fotografija, popularan je izbor rasvjete u portretnoj fotografiji. Softboxovi, kišobrani i stroboskopska svjetla često se koriste u studijskoj rasvjeti za proizvodnju određene konfiguracije rasvjete. Jedna od prednosti studijske rasvjete je ta što daje fotografima kontrolu nad intenzitetom i smjerom svjetla. Fotografi mogu proizvesti različite svjetlosne efekte, od mekih i difuznih do dramatičnih i kontrastnih, kutom i pozicioniranjem izvora svjetlosti od subjekta. Dok stroboskopska svjetla nude snažan bljesak svjetla koji može zamrznuti kretanje i dati osjećaj drame, softboxovi i kišobrani često se koriste za raspršivanje svjetla i stvaranje mekog, ravnomjernog osvjetljenja subjekta. Postoji mnogo različitih konfiguracija studijske rasvjete, kao što je rasvjeta u tri točke, koja koristi ključno svjetlo, dopunsko svjetlo i pozadinsko osvjetljenje kako bi slici dala dubinu i dimenziju. Alternativne postavke uključuju školjkasto osvjetljenje, koje koristi dva svjetla postavljena iznad i ispod subjekta za pružanje ugodnog, ravnomjernog osvjetljenja, i leptir osvjetljenje, koje baca karakterističan uzorak sjena na lice subjekta. Tehnička vještina i poznavanje teorije osvjetljenja neophodni su za učinkovito korištenje studijske rasvjete u portretnoj fotografiji. Kako bi postigli željeni izgled, fotografi moraju moći promijeniti intenzitet svjetla, smjer i temperaturu boje. Također moraju biti u stanju otkloniti i riješiti sve tehnološke probleme koji se mogu pojaviti. Fotografi mogu upotrijebiti studijsku rasvjetu za izradu veličanstvenih i snažnih portretnih fotografija koje prikazuju emocije, osobnost i stil s tehnikom i iskustvom. [48]



Slika 43 Portret fotografiran u studiju

- Vrijeme 12.02.2022., 19:29

Tehničke karakteristike

-Vrijeme eksponiranja: 1/250

-Osjetljivost: 200

-Žarišna duljina: 40 mm

-Otvor objektiva: 5.6

- Korištenje bljeskalice pričvršćene na priključak fotoaparata za osvjetljavanje subjekta može biti korisna kada nema dovoljno prirodnog svjetla ili kada je potrebno više svjetla za uklanjanje sjena i stvaranje ravnomjernog osvjetljenja. Prednost bljeskalice na fotoaparatu je što je prenosiva i jednostavna za rukovanje, što je čini popularnom opcijom za fotografe događaja i vjenčanja koji redovito moraju brzo snimati u pokretu. Bljeskalica na fotoaparatu također se može maštovito upotrijebiti za povećanje dramatičnosti ili zaustavljanje pokreta u slabo osvijetljenim scenama. Unatoč tome, postoje određeni nedostaci korištenja bljeskalice na fotoaparatu. Bljeskalica može proizvesti neugodno i

oštro svjetlo koje ispire tonove kože i baca ružne sjene na lice subjekta jer se nalazi izravno na fotoaparatu. Štoviše, svjetlu može nedostajati dubina i dimenzija drugih vrsta osvjetljenja, doimajući se dvodimenzionalnim i ravnim. Fotografi bi trebali razmisliti o dodavanju modifikatora bljeskalice kao što su kartice za odbijanje ili kišobrani kako bi omekšali svjetlo i proizveli atraktivnije osvjetljenje subjekta ako žele učinkovito koristiti bljeskalicu na fotoaparatu u portretnoj fotografiji. Kako bi dobili željeni učinak, također bi trebali obratiti pozornost na udaljenost i kut bljeskalice od subjekta. [49]



Slika 44 Portret fotografiran bljeskalicom

- Vrijeme 16.06.2023., 14:41

Tehničke karakteristike

-Vrijeme eksponiranja: 1/250

-Osjetljivost: 400

-Žarišna duljina: 55 mm

-Otvor objektiva: 5.6

7.4 Kadriranje

U portretnoj fotografiji kadriranje je metoda gdje je subjekt uokviren drugim objektima na fotografiji. To može uključivati vizualno okruživanje subjekta arhitektonskim detaljima, prirodnim objektima poput drveća ili vegetacije, pa čak i vlastitim tijelom ili odjećom subjekta. [45]

Osim isticanja subjekta za gledatelja, kadriranje može dati fotografiji osjećaj dubine i dimenzije. Fotograf može pomoći ispričati priču ili prikazati određeno raspoloženje ili osjećaj korištenjem okvira kako bi slici dao osjećaj konteksta ili psihologije. Intrigantni ili misteriozni osjećaji mogu se izazvati, na primjer, uokvirivanje portreta osobe s prozorom ili vratima, što sugerira da subjekt gleda u svijet ili čeka da netko stigne. Osjećaj intimnosti ili ranjivosti može stvoriti portret osobe uokviren vlastitim tijelom ili odjećom, implicirajući da se subjekt otvara prema promatraču. Važno je pažljivo procijeniti komponente okvira i njihovu interakciju s subjektom kada se koristi kadriranje u portretnoj fotografiji. Dok osigurava da okvir ne odvlači pažnju od subjekta, fotograf mora biti u stanju uravnotežiti komponente unutar okvira kako bi proizveo osjećaj harmonije i estetskog interesa. [45, 46]

Kadriranje može biti učinkovita strategija u portretnoj fotografiji, pomažući u razvoju naracije i konteksta fotografije. Vježbom i eksperimentiranjem fotografiji mogu otkriti kako pomoću kadriranja proizvesti nevjerojatne i snažne fotografije koje pokazuju emocije, osobnost i stil. [46]



Slika 45 Pogled kroz prozor

- Vrijeme 7.06.2023., 10:31

Tehničke karakteristike

-Vrijeme eksponiranja: 1/250

-Osjetljivost: 100

-Žarišna duljina: 55 mm

-Otvor objektiva: 5.6

7.5 Upotreba rekvizita i kostima

Kako bi poboljšali narativ u svojim fotografijama, fotografi često koriste rekvizite i kostime za portretnu fotografiju, što daje zadivljujući medij za pripovijedanje. Ove umjetničke komponente bitne su za postavljanje scene, prenošenje simbolike, povećanje vizualne privlačnosti i razvijanje naracije subjekta. [43]

Fotografi mogu stvoriti kontekst i scenu unutar portreta. Odvode gledatelje u određena vremena, mjesta ili kulturne kontekste pažljivo birajući i kombinirajući odgovarajuće komponente. Vizualne signale koji vežu temu za određeno doba daju povijesni predmeti i kostimi koji bude nostalgiju. Rekviziti koji su karakteristični za okruženje, poput povijesnih

artefakata ili simboličnih objekata, mogu poboljšati narativ dodavanjem vizualnog konteksta identitetu subjekta. Kostimi i rekviziti učinkovito su sredstvo izražavanja simbolike i metafore u portretu (slika 21 i 22). Ove komponente koriste fotografi kako bi svojim fotografijama dali dodatne slojeve značaja, dubine i vizualne poezije. Simbolični predmeti mogu poslužiti kao vizualni trag za gledatelja da razumije subjektovu osobnost, interese ili težnje. Kada se apstraktne ideje ili osjećaji prenose kroz metaforičke aspekte, budi se mašta gledatelja i oni se potiču da tumače fotografiju simbolično. [44]

Fotografi mogu napraviti estetski privlačne kompozicije pažljivo balansirajući sheme boja, teksture i uzorke. Kontrastne značajke poput postavljanja iznenađujućih proizvoda ili usklađivanja trenutne odjeće sa starinskim rekvizitima stvaraju misterij i estetsku napetost. Rekviziti koji su neobični ili apstraktni mogu izazvati osjećaje ili biti u suprotnosti sa standardnim narativnim pretpostavkama, nadahnjujući gledatelje da pristupe fotografiji iz svježih kutova i promičući osjećaj umjetnosti. [43, 44]



Slika 46 Upotreba kostima

- Vrijeme 5.06.2023., 15:31

Tehničke karakteristike

-Vrijeme eksponiranja: 1/125

-Osjetljivost: 1600

-Žarišna duljina: 55 mm

-Otvor objektiva: 5.6



Slika 47 Upotreba kostima

- Vrijeme 5.06.2023., 15:33

Tehničke karakteristike

-Vrijeme eksponiranja: 1/125

-Osjetljivost: 1600

-Žarišna duljina: 55 mm

-Otvor objektiva: 5.6

Kako bi stvorili živahan i zanimljiv portret, fotografi potiču svoje subjekte na interakciju s rekvizitima i kostimima. Kao rezultat, stvaraju se autentičnije i zadivljujuće fotografije koje bilježe stvarne izraze i osjećaje subjekta. Osim toga, subjekt se može aktivno uključiti u proces pripovijedanja dodajući geste, poze ili pokrete u set koji idu uz kostime i rekvizite. Konačne fotografije prenose osjećaj života i povezanosti koji emocionalno angažiraju gledatelje i pozivaju ih da sudjeluju u priči koja se prenosi. [42]

8. Zaključak

Portretna fotografija je umjetnička forma koja prodire u dušu i jedinstvenost osobe. Ima veliku snagu u smislu vizualnog pripovijedanja i samoizražavanja. U ovom radu razmatraju se različiti aspekti portretne fotografije, od toga kako se mijenjala tijekom vremena do onoga za što se koristi, uključujući percepciju tijela i korištenje društvenih medija za privlačenje više pažnje. Poznavajući ove stvari, čitatelji ovog rada moći će upotrijebiti umjetnost portretne fotografije za stvaranje snažnih i zanimljivih vizualnih priča.

Za fotografski posao potrebni su dobar poslovni plan i jasni ugovori. Fotografi mogu pridobiti korisnike, izgraditi snažan brend i dugoročno dobro poslovati ako koriste dobre poslovne prakse. Jasni ugovori pomažu u izgradnji povjerenja i čine pravu stvar šiteći prava i obveze fotografa i klijenata. Kada je riječ o portretnoj fotografiji, stavljanje velikog naglaska na posao i ugovore dovodi do profesionalnog ponašanja, zadovoljnih kupaca i solidne osnove za uspješan fotografski posao.

Portretna fotografija moćan je način prikazivanja umjetnosti, stjecanja slobode i vizualnog pričanja priča. Fotografi mogu napraviti zanimljiv rad koji se povezuje s gledateljima i klijentima prihvaćanjem povijesti fotografije, korištenjem društvenih medija u punom potencijalu, podržavanjem raznolikosti i svladavanjem novih tehnika. Portretna fotografija je umjetnost bilježenja uspomena, prikazivanja kako se ljudi osjećaju i prikazivanja cijelog raspona ljudskog iskustva. Portretni fotografi mogu napraviti vizualne priče koje su dosljedne i zanimljive te ostavljaju dubok i trajan dojam uvijek učeći, prilagođavajući se i poštujući jedinstvenost svake teme.

9. Literatura

- [1] https://www.researchgate.net/publication/277219754_Photographic_Portraits_Narrative_and_Memory, ožujak 2023.
- [2] <https://furoore.com/35mm-lens-for-portrait-photography/>, ožujak 2023.
- [3] FLUSSER, Vilem: Filozofija fotografije. Scarabeus-naklada, Zagreb, 2007.
- [4] <https://www.bbc.com/culture/article/20220204-why-portraits-have-fascinated-us-for-millennia>, ožujak 2023.
- [5] https://www.boredpanda.com/famous-portrait-paintings/?utm_source=google&utm_medium=organic&utm_campaign=organic, ožujak 2023.
- [6] <https://pressbooks.bccampus.ca/cavestocathedrals/chapter/cycladic/>, ožujak 2023.
- [7] <https://www.digitalcameraworld.com/features/the-best-photographers-ever>, travanj 2023.
- [8] https://www.metmuseum.org/toah/hd/dagu/hd_dagu.htm, travanj 2023.
- [9] <https://boshamgallery.com/blog/30-what-is-pictorialism-in-photography-when-photographs-looked-like-paintings-1880-1915/>, travanj 2023.
- [10] <https://ralphnordstromphotography.com/wordpress/2020/07/01/modernism-photography/>, travanj 2023.
- [11] <http://homeschoolingteen.com/2010/11/dorothea-lange-and-walker-evans-photographers-of-the-great-depression/>, travanj 2023.
- [12] https://monoskop.org/images/c/c5/Barthes_Roland_Camera_Lucida_Reflections_on_Photography.pdf, travanj 2023.
- [13] <https://www.vam.ac.uk/articles/100-years-of-fashion-photography>, travanj 2023.
- [14] <https://wwd.com/eye/people/fashions-busiest-photographers-10679667/>, travanj 2023.
- [15] <https://www.phillips.com/detail/richard-prince-and-cindy-sherman/NY010507/19>, travanj 2023.
- [16] <https://www.britannica.com/technology/photography/Photography-c-1945-to-the-21st-century>, travanj 2023.
- [17] <https://www.magnumphotos.com/photographer/steve-mccurry/>, travanj 2023.
- [18] <https://www.examples.com/business/plans/photography-business-plan.html>, kolovoz 2023.

- [19] <https://expertphotography.com/wp-content/uploads/2020/06/Profit-From-Portraits-First-Chapter.pdf>, kolovoz 2023.
- [20] https://genesasse.com/photo/pdfs/eBooks/PROFITographers_final_4_free.pdf, kolovoz 2023.
- [21] <https://kellytareskiphotography.com/the-importance-of-a-photography-consultation/>, kolovoz 2023.
- [22] <https://blog.nphoto.com/5-ways-to-increase-your-professional-photography-sales-with-dorie-howell>, kolovoz 2023.
- [23] <https://fstoppers.com/education/why-it-essential-photographers-know-their-clients-prior-photoshoot-153034>, kolovoz 2023.
- [24] <https://photofocus.com/business/photographers-a-little-client-education-goes-a-long-way/>, kolovoz 2023.
- [25] <https://www.casrilanka.com/casl/images/stories/EDBA/contract%20law.pdf>, kolovoz 2023.
- [26] <https://static1.squarespace.com/static/51de0ab7e4b06e89f62e1f9c/t/53c73032e4b0f77b5d8d0801/1405562930057/Portrait+Contract+2014.pdf>, kolovoz 2023.
- [27] <https://www.danellelubinskiphotography.com/portrait-photography-agreement.pdf>, kolovoz 2023.
- [28] <https://weareindy.com/blog/what-is-a-model-release-form-and-why-does-it-matter>, kolovoz 2023.
- [29] <https://www.fullframeinsurance.com/blog/photographers-need-insurance>, kolovoz 2023.
- [30] <https://www.shootfactory.co.uk/gdpr-and-your-photography-business/>, kolovoz 2023.
- [31] <https://www.artslaw.com.au/information-sheet/street-photographers-rights/>, kolovoz 2023.
- [32] <https://academic.oup.com/joc/article/73/3/235/7078537>, kolovoz 2023.
- [33] <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1686213/FULLTEXT01.pdf>, kolovoz 2023.
- [34] <https://mockitt.wondershare.com/ui-ux-design/behance.html>, kolovoz 2023.
- [35] <https://www.saashub.com/compare-flickr-vs-behance>, kolovoz 2023.
- [36] https://www.nomos-elibrary.de/10.5771/9783845232935-15.pdf?download_full_pdf=1&page=1, kolovoz 2023.

- [37] <http://illuminateboudoir.com/blog/body-neutrality-boudoir>, kolovoz 2023.
- [38] <https://unscriptedposingapp.com/blog/promote-body-acceptance-through-photography>, kolovoz 2023.
- [39] <https://www.britainuncovered.co.uk/post/interview-with-body-confidence-photographer-annie-holloway>, kolovoz 2023.
- [40] [https://www.researchgate.net/publication/354616146_Self-Presentation in Social Media Review and Research Opportunities](https://www.researchgate.net/publication/354616146_Self-Presentation_in_Social_Media_Review_and_Research_Opportunities), kolovoz 2023
- [41] <https://aicasia.org/beauty-filters-the-ugly-truth/>, kolovoz 2023.
- [42] [https://www.researchgate.net/publication/297731083_The Psychologically Beneficial Aspects of Photography](https://www.researchgate.net/publication/297731083_The_Psychologically_Beneficial_Aspects_of_Photography), kolovoz 2023.
- [43] <https://irp.cdn-website.com/90f23830/files/uploaded/77612223605.pdf>, kolovoz 2023.
- [44] <https://www.oscars.org/sites/oscars/files/teachersguide-costumedesign-2015.pdf>, kolovoz 2023.
- [45] KELBY, Scott: Nova digitalna fotografija. Naučite tajne profesionalnih fotografa! Miš, Zagreb, 2010.
- [46] FIZI, Milan: Fotografija, Zagreb, 1982.
- [47] <https://www.studiobinder.com/blog/natural-light-photography/>, kolovoz 2023.
- [48] https://zaktiller.files.wordpress.com/2014/06/ebookstudiolighting_secured.pdf, rujan 2023.
- [49] <https://youkeepshooting.com/wp-content/uploads/2016/02/Lesson-1-lecture-notes.pdf>, rujan 2023.
- [50] <https://www.anatomyfilms.com/jan-saudek-old-school/>, rujan 2023.

Popis slika

Slika 1. Arthur Sasse, Albert Einstein

<https://www.iphotography.com/blog/iconic-portraits/>

Slika 2. dijelovi SLR fotoaparata

<https://global.canon/en/technology/dslr2022s.html>

Slika 3. Portret Grčkog filozofa Sokrata

<https://www.joshobrouwers.com/articles/a-portrait-of-socrates/>

Slika 4. Mona Lisa

<https://www.britannica.com/topic/Mona-Lisa-painting>

Slika 5. Klikladske figure

<http://arthistoryresources.net/greek-art-archaeology-2016/cycladic-sculpture.html>

Slika 6. Rezultat dagerotipije

https://www.metmuseum.org/toah/hd/adag/hd_adag.htm

Slika 7. Alfred Nybom, „Mlada žena“

<https://hauntedbystorytelling.tumblr.com/post/687407506263277568/maud-allan-by-alfred-nybom>

Slika 8. Edward Weston „Ljuska“

<https://www.moma.org/collection/works/49186>

Slika 9. Dorothea Lange, „Berač pamuka“

<https://edition.cnn.com/style/article/dorothea-lange-politics-of-seeing/index.html>

Slika 10. Avedon, William Casby. „Born a slave“

https://monoskop.org/images/c/c5/Barthes_Roland_Camera_Lucida_Reflections_on_Photography.pdf

Slika 11. A. Kertesz, „The Violinist's Tune“

https://monoskop.org/images/c/c5/Barthes_Roland_Camera_Lucida_Reflections_on_Photography.pdf

Slika 12. R. Avedon, „A. Philip Randolph“

https://monoskop.org/images/c/c5/Barthes_Roland_Camera_Lucida_Reflections_on_Photography.pdf

Slika 13. Helmut Newton, „portret“

<https://www.etsy.com/listing/724303312/vintage-poster-helmut-newton-nudeart>

Slika 14. Mario Testino, Kate Moss za britanski Vogue, 2008.

<https://www.pinterest.com/pin/141300507031275636/>

Slika 15. „Afghan girl“

<https://thephtosociety.org/products/afghan-girl/>

Slika 16. Opis određene usluge

<https://marishastudio.hr/>

Slika 17. Kontakt

<https://marishastudio.hr/>

Slika 18. Obrazac za upit

<https://marishastudio.hr/>

Slika 19. Portfolio

<https://photoadria.hr/>

Slika 20. Profesionalni portreti u studiju

<https://photoadria.hr/>

Slika 21. Prikaz Instagram profila temeljen na portretnom fotografiranju

https://www.instagram.com/_icyphoto_/

Slika 22. Profesionalnost i stručnost Instagram profila lokalnog fotografa

<https://www.instagram.com/markohanzekovic/?hl=en>

Slika 23. Estetika portretne fotografije objavljene na Instagramu

<https://www.instagram.com/lucjastefaniuk/?hl=en>

Slika 24. Upotreba hashtagova u opisu objave na Instagramu

<https://www.instagram.com/matkokc/?hl=en>

Slika 25. Opcija komentiranja i komunikacije između pratitelja i fotografa

https://www.instagram.com/_icyphoto_/

Slika 26. Opcija „search“ i prikaz sadržaja prilagođen korisniku Instagrama

Slika 27. Sučelje Behance-a

<https://www.behance.net/>

Slika 28. Prikaz visoke kvalitete fotografije korisnika u Behance-u

<https://www.behance.net/gallery/165748895/Roxanne>

Slika 29. Pregled postavka prilikom fotografiranja portreta

<https://www.behance.net/gallery/165748895/Roxanne>

Slika 30. Opcija „Hire“ u Behance-u

https://www.behance.net/vachonedou7b26?tracking_source=search_users|edouard+vachon

Slika 31. Upit za poslovanje sa korisnikom Behance-a

https://www.behance.net/vachonedou7b26?tracking_source=search_users|edouard+vachon

Slika 32. Sučelje Flickr-a

<https://www.flickr.com/search/?text=portrait%20photography>

Slika 33. Primjer vizualno privlačnog Facebook profila

<https://www.facebook.com/izabelahegedusic1>

Slika 34. Filter za uljepšavanje (desno) i bez filtera (lijevo)

<https://www.liverpoolecho.co.uk/news/uk-world-news/womans-extreme-before-after-photos-22496865>

Slika 35. Način prikaza tijela subjekta (model Matko Gabaj)

Izvor: Matko Gabaj

Slika 36. Saudekovo portretiranje, 1990.

<https://www.anatomyfilms.com/jan-saudek-old-school/>

Slika 37. „Suzana i njezino dijete“, 1992.

<https://www.anatomyfilms.com/jan-saudek-old-school/>

Slika 38. Pravilo trećine (model Klaudia Ivačić)

Izvor: Matko Gabaj

Slika 39. Simetrija (model Leonarda Trstić)

Izvor: Matko Gabaj

Slika 40. Vodeće linije (model Patrik Kanižanec)

Izvor: Matko Gabaj

Slika 41. Poziranje (model Klaudia Ivačić)

Izvor: Matko Gabaj

Slika 42. Portret fotografiran prilikom prirodnog osvjetljenja (model Leon Galinec)

Izvor: Matko Gabaj

Slika 43. Portret fotografiran u studiju (model Matko Gabaj)

Izvor: Matko Gabaj

Slika 44. Portret fotografiran bljeskalicom (model Mirjana Gabaj)

Izvor: Matko Gabaj

Slika 45. Pogled kroz prozor (model Petar Hajdari)

Izvor: Matko Gabaj

Slika 46. Upotreba kostima (model Martina Hajdari)

Izvor: Matko Gabaj

Slika 47. Upotreba kostima (model Martina Hajdari)

Izvor: Matko Gabaj

