

High key i low key portretna fotografija emocija

Bezic-Haric, Sara

Master's thesis / Diplomski rad

2021

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:316193>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-08**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN



DIPLOMSKI RAD br. 044-MMD-2021

HIGH KEY I LOW KEY
PORTRETNA FOTOGRAFIJA
EMOCIJA

Sara Bezik-Haric

Varaždin, rujan 2021.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN



DIPLOMSKI RAD br. 044-MMD-2021

HIGH KEY I LOW KEY
PORTRETNA FOTOGRAFIJA
EMOCIJA

Sara Bezik-Haric

Varaždin, rujan 2021.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Studij Multimedija



DIPLOMSKI RAD br. 044-MMD-2021

HIGH KEY I LOW KEY
PORTRETNA FOTOGRAFIJA
EMOCIJA

Student:

Sara Bezik-Haric, 1242/336D

Mentor:

doc. dr. sc. Mario Periša

Varaždin, rujan 2021.

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za multimediju		
STUDIJ	diplomski sveučilišni studij Multimedija <input type="checkbox"/>		
PRISTUPNIK	Sara Bezik-Haric	JMBAG	0336015862
DATUM	02.09.2021.	KOLEGIJ	Digitalna fotografska produkcija
NASLOV RADA	High key i low key portretna fotografija emocija		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	High key and low key portrait photography of emotions		
MENTOR	doc. art. dr. sc. Mario Periša	ZVANJE	Docent
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. doc.art.dr.sc. Robert Geček - predsjednik		
	2. doc.dr.sc. Andrija Bernik - član		
	3. doc.art.dr.sc. Mario Periša - mentor		
	4. pred. Nikolina Bošković Horvatić, dipl.ing. - zamjenski član		
	5. _____		

Zadatak diplomskog rada

BR. 044-MMD-2021

OPIS

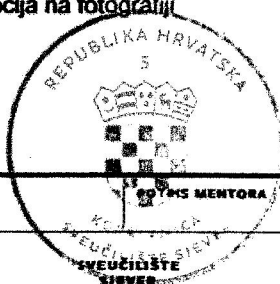
Emocija na fotografiji ili bilo kojem umjetničkom djelu ono je što pomaže gledatelju da se poveže s radom ako ta emocija prevladava i u samom gledatelju. U današnje vrijeme, sve je teže uhvatiti istinske emocije na fotografiji.

Cilj ovog rada je istražiti jesu li zapravo prepoznatljivije emocije koje pobuđuju kod promatrača njegovu pažnju te kojoj mjeri na doživljaj emocije utječe tehnika fotografiranja high key i low key.

U radu je potrebno:

- objasniti pojam portreta
- objasniti osvjetljenje kod portreta
- objasniti pojmove high key i low key tehnike snimanja
- izraditi anketu o prepoznatljivosti emocija na fotografiji
- izvesti zaključak

ZADATAK URUČEN 3.rujna 2021



Predgovor

Tijekom izrade diplomskog rada primijenjeno je znanje stečeno na preddiplomskim kolegijima Fotografije i Medijske fotografije, te na diplomskim kolegijima Digitalne fotografske produkcije I. i Digitalne fotografske produkcije II..

Zahvaljujem se mentoru, doc. dr. sc. Mariju Periši na pruženoj pomoći i savjetima prilikom istraživanja za ovaj diplomski rad. Također zahvaljujem i na strpljenju i volji modela koji su bili prikazani u praktičnom dijelu rada.

Sažetak

Jedna stvar koja čini odličnu fotografiju je njezina sposobnost prenošenja emocija. Emocija na fotografiji ili bilo kojem umjetničkom djelu ono je što pomaže gledatelju da se poveže s radom ako ta emocija prevladava i u samom gledatelju. Sreća i radost, tuga i očaj, neke su od emocija koje su u jednom ili drugom trenutku univerzalno osjećali svi na ovom planetu. Nekada su vladari s portretima prikazivali svoje bogatstvo i trajno zabilježenu ljepotu. Razvitkom prvog fotoaparata, a samim time i fotografije, taj postupak se pojednostavljuje. Iako fotografijom možemo zabilježiti trenutke onakvima kakvi zaista jesu, fotografijom se može i manipulirati, kao i s našim emocijama koje prikazujemo kroz istu. U današnje vrijeme, sve je teže uhvatiti istinske emocije na fotografiji. Pisanjem ovog diplomskog rada približit ću pojam portretne fotografije, njezinu povijest, predstavnike te objasniti postupak obrade high key i low key fotografije. Za kraj ću kroz portretnu fotografiju prikazati 10 emocija i način na koji su ih podijelili ispitanici po high i low key tehnici snimanja. Tim projektom ću pokazati da se pogled na određenu emociju razlikuje od osobe do osobe.

Ključne riječi: emocija, fotografija, high key, low key, portretna fotografija

Summary

One thing that makes a great photo is its ability to convey emotions. An emotion in a photograph or any work of art is what helps the viewer to connect with the work if that emotion prevails in the viewer himself. Happiness and joy, sadness and despair, are some of the emotions that at one time or another were universally felt by everyone on this planet. Once upon a time, rulers with portraits displayed their wealth and permanently recorded beauty. With the development of the first camera, and thus photography, this process is simplified. Although photography can capture moments as they really are, photography can also be manipulated, as well as our emotions that we show through it. Nowadays, it's getting harder to capture true emotions in photography. By writing this thesis, I will approach the concept of portrait photography, its history, representatives and explain the process of processing high key and low key photography. Finally, through portrait photography, I will show 10 emotions and the way in which they were divided by respondents for high and low key shooting technique. With this project, I will show that the view of a particular emotion varies from person to person.

Key words: emotion, photography, high key, low key, portrait photography

Sadržaj

1. Uvod	6
2. Cilj i svrha	8
2.1. <i>Hipoteza</i>	8
3. Portret	9
4. Povijest portretne fotografija	11
4.1. <i>Poziranje</i>	12
5. Predstavnici portretne fotografija	13
5.1. <i>Richard Avedon</i>	13
5.2. <i>Annie Leibovitz</i>	14
5.3. <i>Arnold Newman</i>	14
5.4. <i>Philippe Halsman</i>	15
6. Objektori za portretnu fotografiju	16
6.1. <i>Normalni objektiv</i>	16
6.2. <i>Teleobjektiv</i>	17
7. Sedam uzoraka osvjetljenja na ljudskom licu	18
7.1. <i>Pet primarnih površina osvjetljenja na licu</i>	18
7.2. <i>Pristup</i>	19
7.3. <i>Uzorci osvjetljenja</i>	20
8. Posebne kategorije osvjetljenja	21
8.1. <i>High key fotografija</i>	22
8.2. <i>Low key fotografija</i>	24
9. Analiza lica	26
9.1. <i>Ovalno lice</i>	26
9.2. <i>Okruglo lice</i>	26
9.3. <i>Dugo lice</i>	27
9.4. <i>Četvrtasto lice</i>	27
9.5. <i>Srcoliko lice</i>	27
9.6. <i>Ostatak lica</i>	27
9.7. <i>Nakon analize</i>	28
9.8. <i>Izrazi lica</i>	29
10. Emocija u fotografiji sa znanstvene strane	30
10.1. <i>Teorija uma</i>	31
11. Metoda i opis istraživanja kroz anketu	32
11.1. <i>Pribor</i>	32
11.2. <i>Ispitanici</i>	32
11.3. <i>Postupak</i>	32
11.4. <i>Rezultati</i>	33

11.5. Zaključak rezultata.....	43
12. Praktični dio.....	44
13. Zaključak.....	54
Literatura.....	56
Popis slika.....	59

1. Uvod

Crtež je oduvijek bio sredstvo najlakšeg komuniciranja među ljudima, neovisno o stupnju obrazovanja. Prisutan je od samog početka ljudskog razvoja. Još dok nije postojalo pismo, crteži su se upotrebljavali za izražavanje, pojašnjavanje misli i želja. S izumom fotografije u prvoj polovini 19.st. napokon se pojavio medij koji je mogao izraditi potpunu reprodukciju svijeta. Fotografija kakva je danas poznata nastala je dugim evolutivnim putem. Kako je napredovala tehnološki, tako je napredovala i njena namjena prikazujući svijet u njegovom najsirovijem obliku. Autorov zadatak je iskoristiti fotografiju kako bi predočio vlastitu ideju, misao ili osjećaj, a na promatraču je da promatrajući djelo prepozna poruku koja bi ga, trebala potaknuti na razmišljanje i izazvati neku emociju. [1]

Fotografija je nositelj informacija, međutim koliko ona daje informacija, koliko izaziva emocije te brojne reakcije saznat ću kroz anketu koja će se provesti među stotinjak građana. Cilj ovog rada i ankete je istražiti jesu li zapravo prepoznatljive emocije te koje pobuđuju kod promatrača suosjećanje te skreću njegovu pažnju ili će prevladati pozadina u kojoj se skriva emocija te u kojoj mjeri na doživljaj emocije utječe tehnika fotografiranja high key i low key.

Svakog dana susrećemo se s gomilom fotografija na društvenim mrežama, tisku ili televiziji i naša svijest je već izgradila automatsku obranu od takvih fotografija. Postali smo slijepi na većinu obavijesti i više ih ni ne primjećujemo, već samo preskačemo i nesvjesno označimo sa „sviđa mi se“. Zbog čega nastojimo osmišljavati svakakve načine kako bi se naša fotografija isticala od drugih i pridobila pažnju javnosti te izazvati željenu emociju. Većina fotografa fokusira se da pronađu pravi kadar, stvore savršenu kompoziciju pod idiličnom rasvjetom i zaboravljaju na ono najvažnije – emociju.

Vidjeti gladnu djecu, svjedočiti rasnoj diskriminaciji, promatrati totalno uništenje gradova u ratu, nesumnjivo budi naše emocije. U današnje vrijeme, sve je teže uhvatiti istinske emocije na fotografiji. A kada se i dobije pažnja publike, tada je na raspolaganju osam sekundi kako bi se ona i zadržala, izazvala neku emociju i reakciju publike gledajući samo fotografiju.

Komunikacije između ljudi i ostalih živih bića, govor ima jako važnu ulogu. Jednako važnu, ako ne i važniju ulogu prilikom komunikacije imaju emocije koje vrlo često mogu promijeniti značenje riječi. Iako nema stroge definicije, emocije se često opisuju kao složena stanja ljudskih osjećaja koja rezultiraju u psihičkim promjenama koja utječu na ponašanje i razmišljanje. Nekada je važnije kako je nešto izgovoreno nego što je izgovoreno. [2]

Predstavit ću neke od značajnih predstavnika portretne fotografije. Nakon upoznavanja s umjetnicima prelazimo na samu tematiku fotografije kao što su analiza lica, rasvjeta te neki pravci razmišljanja koji doprinose razumijevanju emocija. Zbog čega je rad u prvom dijelu fokusiran na povijest, tehniku, a kasnije i psihologiju kao bazu uspješne fotografije. Npr. postoji mnogo fotografija koji sadrže tužnu osobu i tamno osvjetljenje kako bi se ljudi sažalili gledajući tu fotografiju, također kako bi se privukla djeca i koristi se svjetlija rasvjeta i fotografije lica velikih osmjeha.

Za bolje shvaćanje emocija pomoći će mi Darwin koji se bavi izrazima lica, govoru tijela i emocijama. [3] Znamo da emocije uključuju tjelesne reakcije, neke su vrlo uočljive (leptiri u našem želucu kada se pojavi strah), ali drugi su teže razaznati (neuroni aktivirani u mozgu). [4]

U radu se prolazi kroz istraživanje fotografije koja s ciljem izaziva željenu emociju i reakciju. U praktičnom dijelu potrebno je na neki način informirati i obavijestiti druge fotografijom kako bi se kod svakog čovjeka pobudila emocija izazvana rasvjetom.

Sam čovjek je zapravo taj koji dijeli emocije stoga baš on ujedno i glavni subjekt koji bi se morao prikazati na fotografijama, jer baš taj čovjek može najiskrenije prenijeti emociju gledateljima i izazvati suosjećanje, nego fotografija nečije imovine. Jer emocije su zarazne, vidjeti nekog u suzama ili s osmijehom izaziva i kod nas tu zrcalnu („zaraznu“) emociju. Nerijetko sami mediji oblikuju naša mišljenja i percepciju neke situacije.

U ovom radu pokušat ću potvrditi svoju hipotezu da će svaki čovjek emociju doživjeti drugačije, ovisno o vrsti emocije i utjecaju tehnike snimanja. Prikazanih 10 emocija su tuga, strah, sreća, sram, nada, ljutnja, ljubomora, ljubav, iznenađenost i gađenje.

Prikazat ću kako različita rasvjeta utječe na pojedinca i portretnim fotografijama uhvatiti što više istinskih emocija. Te fotografije bi, u idealnom slučaju, obradile problem današnjice ali se i isticale kako bi dobile potrebnu pažnju, izazvale željenu emociju ili reakciju. Fotografije su rezultat istraživanja ciljane publike.

Potreba za fotografijom nikada nije prestala niti će prestati – reklame, billboardi, oglasi, banneri – svi oni iziskuju komunikaciju fotografijom. Ona je nezamjenjiva. Možete opisati novi Chanelov parfem s deset članaka, a opet će jedna savršeno napravljena fotografija izazvati emocije i pažnju koju tekst nikada neće imati.

Kako u reklamnoj, tako i u svakoj drugoj vrsti umjetničke fotografije potrebno je znati norme, tehniku i najbolji način dočaravanja kreatorove vizije motiva. Zahvaljujući tom znanju svaka fotografija postaje individualno djelo – individualna perspektiva koja promatraču gledanje u sliku pretvara u jedinstveni doživljaj i izaziva željenu emociju i reakciju. I upravo se to može nazvati dušom fotografije.

2. Cilj i svrha

Cilj ovog rada je istražiti jesu li zapravo prepoznatljive emocije te koje pobuđuju kod promatrača suosjećanje te skreću njegovu pažnju ili će prevladati pozadina u kojoj se skriva emocija te u kojoj mjeri na doživljaj emocije utječe tehnika fotografiranja high key i low key.

Svrha ovog rada je skrenuti pažnju na ljudsko suosjećanje koju sama iskrena emocija pruža i uskladiвши odgovarajuću pozadinu s emocijom, postižući time dodatan efekt kod ljudi i njihovih emocija potičući ih na pokazivanje emocija i da njihovo prepoznavanje može poboljšati komunikaciju.

2.1. Hipoteza

Ovisno o vrsti emocije i tehnici snimanja, doživljaj emocije će svatko doživjeti drugačije.

3. Portret

Portret je sveobuhvatan prikaz nekog čovjeka ili skupine ljudi. Jedan od najvažnijih zahtjeva portretne fotografije jest prikazati čovjeka u cijelosti (njegov izgled, raspoloženje, čak i njegovo iskustvo, misli, svjetonazor). Čovjekovo lice je vrlo važan motiv portretiranja jer s lica možemo iščitati i vanjštinu i unutrašnjost čovjeka. Kaže se da su oči „ogledalo duše“. Zbog toga oči igraju ključnu ulogu u ljudskom portretu. Oči bi uvijek morale biti u fokusu. Odmah nakon oči po važnosti slijedi lice i glava (kosa). Kod portreta s krupnim planom (lice ispunjava kadar) važno je izdvojiti čovjeka iz prostora u kojem se nalazi. To se postiže plitkim poljem oštine, no ono ne smije biti preplitko (u fokusu osim očiju morala bi biti cijela glava). Dakle, pozadina bi trebala biti jednostavna i van fokusa (mutna). Za portrete demo blendu otvoriti prema potrebi ($f/2.8$ – $f/5.6$). Nije jednostavno odabrati pravi trenutak za okidanje fotografije ljudskog lica, jer ono se mijenja bez prestanka (okretanje glave, podizanje i spuštanje obrva, treptanje, pokreti ustiju, itd.).

Portretom prikazujemo samog čovjeka, ali možemo ga smjestiti u neki prostor. Najbolje ga je smjestiti u neki njemu svojstven prostor (književnika među knjige, sportaša na borilište, učenika u školu i sl.). Kada čovjeka smještamo u prostor moramo voditi računa da nam pažnja pri gledanju fotografije koja će se snimiti ne „odluta“ na prostor (pozadinu). Ipak je u portretu najvažniji čovjek. Za ovakve portrete koristimo blizi ili srednji plan. Kod portreta vrijedi pravilo „približi se čovjeku“. Ne smeta ako se neki dijelovi tijela režu rubom fotografije, no na neke sitnice moramo paziti. Ne smijemo izrezivati na području uha, očiju, nosa, usta, laktova, prstiju, koljena, potkoljenice i stopala. Dozvoljeni su rezovi u području kose, tijela, iznad koljena. Vrijedi i pravilo smjera pogleda i smještanja glave u kadar. Ako portretirani čovjek ne gleda ravno u fotoaparat, već ulijevo ili udesno, nastrani prema kojoj gleda treba ostaviti više praznog prostora. Uopće se izbjegava smjestiti motiv u središte (centar) fotografije. Kod portretiranja je dobro aparat okrenuti okomito jer se na taj način može puno bolje ispuniti kadar ljudskim licem ili tijelom. Visina fotoaparata kod portretiranja morala bi biti u razini očiju (najčešće se koristi normalni rakurs). [5]



Slika 3.1. Portretna fotografija

Kod portretne fotografije je teško doći do pravih emocija. Ljudi se pred objektivom uvijek ponašaju drugačije nego što zapravo jesu. Osmijeh je ukiseljen, trbuh uvučen, treba paziti je li svaka vlas kose na svom mjestu i sve to rezultira neiskrenom emocijom. Najbolje portretne fotografije su one koje su nastale u opuštenom okruženju. Onda kada subjekt ni ne zna da je fotografiran. Kod fotografiranja sreće, odlučila sam zabilježiti i one trenutke u kojima osoba nije bila svjesna objektiva. Fotografije su rezultirale iskrenim osmijehom. Možda svaka vlas kose nije na svom mjestu, možda zubi nisu savršeno bijeli, ali emocija je iskrena.

4. Povijest portretne fotografija

Portretisti su još od nekada bili svjesni kakvu važnost poza subjekta donosi. Najraniji portreti su najviše obraćali pažnju na izražavanje moći nego na samu osobnost subjekta. To se primjenjivalo u kiparstvu i slikarstvu. Stari Grci su bili jedni od prvih ljudi koji su uveli likovni interes te osjećaje koje poziranje donosi. Koristili su razne rotacije glave i trupa kako bi istaknuli emociju subjekta. Čak i kada je ideja bila prikazivanje same snage ili energičnosti, aktivne poze jasnije su prenijele razmišljanje umjetnika nego što bi to učinile statične poze. [6]

Od tog vremena, portretiranje je zabilježilo nekolicinu promjena u stilu. Rana renesansa nam donosi preporod grčkog stila sa zaokretom prema naturalizmu. Barokno razdoblje unosi elemente realizma i spontanosti. Neprestani razvoj raznih stilova poziranja se nastavlja izumom fotografije.

Godine 1839., uvođenje fotografskih procesa donosi nova ograničenja u poziranju. Zbog sporosti procesiranja dagerotipa i kalotipa, subjekti su morali mirovati za vrijeme duge ekspozicije. Samim time, najčešće poze su bile stabilni položaji kao što je ruka naslonjena na stolicu, stol ili glavu objekta. U prošlosti se već nekoliko desetljeća vodila rasprava vezana uz ulogu poza u portretu. No, s vremenom, promjenama te razvitkom opreme i tehnologije, dolazi do kretanja i slobodnijeg stila poziranja. Najveća promjena je ta da se uvodi kretanje unutar poza, što je ovisilo o nekom fotografskom žanru kao što su modni portreti, portreti djece te portreti pojedinaca. [7]



Slika 4.1. Prvi autoportret, Robert Cornelius, 1839.

Kada se dotaknemo povijesti portretne fotografije, moramo shvaćati da uz praćenje osnovne tehnike portreta moramo pratiti i trendove koje ćemo koristiti. Dan danas koristimo ideje koje su se koristile u proteklih 2000 godina. To ne znači da nužno moramo koristiti te ideje, ali dokazuje da su te iste ideje i pristupi još uvijek bitni kod fotografije. Portret se još nekad koristio kao način za opisivanje, komunikaciju, slavlje te sjećanje. Kako se društvo razvijalo, tako su se razvijale razne tehnike i stilovi kako bi se ljudi prikazivali u što boljem svjetlu. Za vrijeme mnogih razdoblja, portreti su se koristili za prenošenje važnosti, a ne stvarnosti osobe. U kasnim 1800- ima, s pojavom prvih Kodak fotoaparata, portretna fotografija postaje sve popularnija i dostupnija. Također na neki način zamjenjuje slikarstvo zbog svoje jednostavnosti i brzine, dok je slikanje portreta zahtijevalo višesatno sjedenje. Rani portreti su bili dagerotipovi, koji su ime dobili po francuskom izumitelju, Louisu Daguerreu. Dagerotipija je tehnika utiskavanja slike na srebrnu ploču pomoću živine pare, koja je osjetljiva na jod. U novije vrijeme, portretna fotografija se naginje prema prirodnom i iskrenom kadru, više nego poziranom i namještenom. [8]

Rastom popularnosti, portreti su postali vidljivi bilo gdje, pogotovo kada su bili u pitanju slavne osobe. Jedna od vodećih fotografa portretne fotografije slavnih osoba je Annie Leibovitz, koja je značajna po svojoj jednostavnosti, jer nekad je manje zapravo više. Kako su se razvijali razni stilovi fotografije, tako se razvijala i portretna fotografija. Pojavom pametnih telefona, autoportreti postaju dostupniji te se razvija termin selfie. Selfie je autoportretna fotografija na kojoj se osoba fotografira sama ili s nekim drugim osobama, držeći fotoaparat ili mobitel. [9]

4.1. Poziranje

Definicija poziranja je usmjeravanje objekta da mijenja fizički položaj zbog povećanja vizualnog interesa, ljepšeg izgleda te boljeg prenošenja emocija promatraču naših fotografija. To radimo pomoću rotiranja, pozicioniranja i naginjanja glave našeg subjekta. Da bi slika imala veći utjecaj, obraćamo pažnju na odjeću i raznorazne rekvizite koje naš model koristi. [7]

5. Predstavnici portretne fotografija

5.1. Richard Avedon

Pomoću fotografija je definirao stil i kulturu Sjedinjenih Američkih Država tijekom dvadesetog stoljeća. Imao je jaku strast prema kazalištu. Istu predstavu bi gledao iznova i iznova, tražeći novo razumijevanje i značenje, da promijeni svoju percepciju. Svoju karijeru započinje kao fotograf za reklamiranje u robnoj kući (1944.), a ubrzo nakon toga njegov rad prepoznaje Aleksej Brodovich, umjetnički direktor Harper's Bazaara. Kasnije ga promovira i Lillian Bassman, poznata slikarica i fotografkinja. 1946. godine osniva svoj radni studio u kojem je počeo stvarati fotografije za časopise kao što su „Life“ i „Vogue“. Izvođenje njegovih radova je bilo kompleksno te je zbog toga smatran odličnim fotografom i umjetnikom koji kroz fotografiju zabilježi svoje ideje i zamisli. [10] U tradicionalnoj studijskoj modnoj fotografiji modeli su pozirali bez emocija i reakcija, no Avedon se nije uklapao u ovakav stil. Njegovi modeli se prikazuju u punim emocijama, nasmijani, ljuti, u bilo kakvoj emociji, bilo kada, nebitno o okruženju, što je u to vrijeme bilo revolucionarno. Na fotografiji *Dovime sa slonovima* vidi se utjecaj *Martin Munkácsija*. Ovom fotografijom humoristično i nadrealno prikazuje fotografiju koja suprotstavlja eleganciju i namjernu vitkost koju prikazuje *Dovima*.

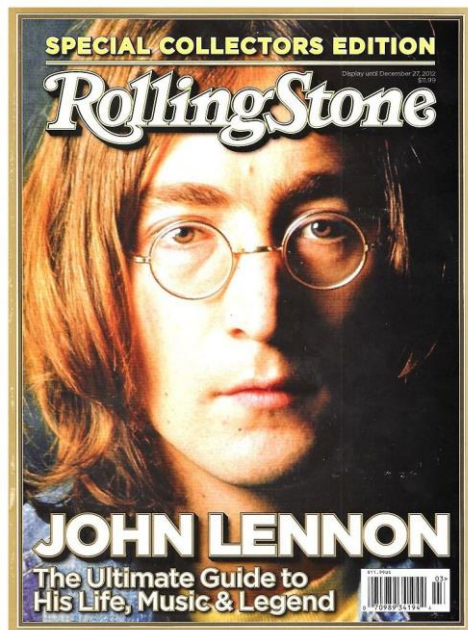


Slika 5.1. Portret sa pčelama

Još jedna Avedonova utjecajna fotografija je portret pčelara, Rona Fischera iz Oak Parka. Fotografija je nastala tako da je Avedon objavio dva oglasa u nacionalnim časopisima o pčelarima, na koje se Ron oglasio. Već je osmislio koncept, koji je potom nacrtao na papir. Cijeli proces je trajao samo nekoliko dana, a konačan rezultat fotografije je nazvan *remek-djelom*. [11]

5.2. Annie Leibovitz

Portretni fotograf, Annie Leibovitz je poznata po svom konzistentnom radu te dramatičnim portretima slavnih. Osim fotografiranja ličnosti i unutrašnjeg života subjekta, njene fotografije također prikazuju intimne ili iscenirane trenutke koji otkrivaju izražajne i razigrane aspekte. Leibovitz je autor vrlo poznate fotografije Johna Lennona i Yoko Ono. To je ujedno i posljednja profesionalna fotografija Lennona, jer je ubijen samo nekoliko sati kasnije. Fotografija je prvi put objavljena na naslovnici časopisa „Rolling Stone“ u siječnju 1981., a ubrzo nakon toga postaje prva žena koja je imenovana glavnim fotografom. [12]



Slika 5.2. John Lennon

Nakon što je napustila publikaciju, započinje rad na sajmu „Vanity Fair“ gdje razvija svoj prethodno spomenuti stil. Navodi Richarda Avedona i Henri-Cartiera Bressona kao utjecaje na njezin rad. Godine 1991. postaje prva žena koja je imala samostalnu izložbu u Nacionalnoj galeriji portreta (Washington, DC). Godine 2008. objavljuje knjigu koja detaljno razrađuje kako su nastali neki od njezinih najutjecajnijih radova. [13]

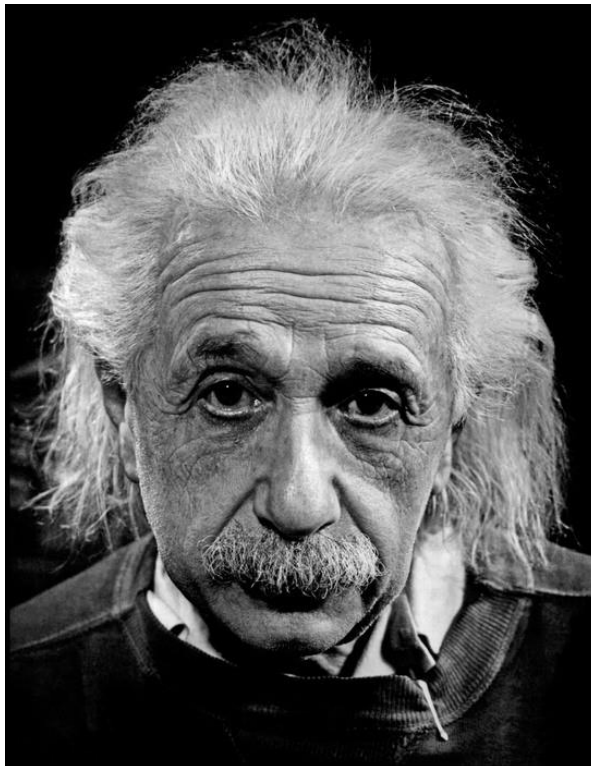
„Više ne vjerujem da postoji stvar kao što je objektivnost. Svi imaju svoje stajalište. Neki ga zovu stilom, ali ono o čemu pričamo je zapravo unutrašnjost fotografije. Kada vjerujete svom gledištu, tada počinjete fotografirati.“ – Annie Leibovitz [13]

5.3. Arnold Newman

Arnold Newman poznat je kao učitelj fotografije te talentiran portretni fotograf. Stvorio je značajne ekološke portrete koji učinkovito prikazuju kontekst, profesije kao i strasti ljudi koje je fotografirao. Njegovi portreti su vrsta fotografije u kojoj se fotograf fokusira na subjekt u kontroliranom okruženju unutar svakodnevnog ambijenta osobe koja se prikazuje na fotografiji. Njegova ikonična fotografija bio je minimalistički jednobojni portret Igora Stravinskog (1946.) Pozadina i lokacija su bile jednostavne, no efektivne – crni klavir i zid svijetle boje. Ovaj minimalistički, no kreativan portret prikazuje savršen trokut u središtu fotografije. [14]

5.4. Philippe Halsman

Nakon selidbe iz Austrije u Francusku, Philippe Halsman započinje sa radom u modnim časopisima. Ubrzo nakon rada u časopisu „Vogue“ stječe titulu najboljeg portretnog fotografa u cijeloj Francuskoj. Njegovu karijeru obilježuju fotografije talentiranih pojedinaca kao što su Louis Armstrong, Audrey Hepburn i Albert Einstein.



Slika 5.3. Portrait of Albert Einstein, Philippe Halsman, 1947.

Još jedan od značajnijih modela koje Halsman fotografira bio je Salvador Dali. Godine 1961. Halsman je svoj rad podigao na višu razinu te je objavio knjigu „Halsman u kreaciji fotografskih ideja“ [15], kako bi potaknuo fotografe da stvaraju neobične fotografije sljedeći idućih šest pravila:

1. pravilo izravnog pristupa
2. pravilo neobične tehnike
3. pravilo dodane neobične osobine
4. pravilo značajke koja nedostaje
5. pravilo izmiješanih osobina
6. pravilo doslovne ili ideografske metode

6. Objektori za portretnu fotografiju

Objektori koji se koriste za portrete su najčešće normalni ili teleobjektori. Širokokutni objektori se izbjegavaju jer jako izobličavaju sliku na rubovima (ponekad i u centru ako se snima iz blizine) pa glava može biti izobličena.

6.1. Normalni objektor

Normalnim objektorima snimaju se prizori u kojima želimo imati dojam „kao da smo tamo“ – perspektiva se ne izobličuje na rubovima.



Slika 6.1. Standardni objektor Nikon 50 mm

Fiksni objektor obično vrlo jake svjetlosne moći (maksimalan otvor blende veći od 2.8). U ovu skupinu spadaju objektori koji imaju žarišnu duljinu od oko 40 mm do 60mm. Vidni kut ovom objektivu od 50 mm na full-frame senzoru je sličan vidnom kutu ljudskog oka od 46°. To su maleni, jeftini, ali zbog manje količine elemenata (količine različitih leća unutar objektiva) jako kvalitetni objektori. [16]

6.2. Teleobjektiv

Teleobjektiv ima uzak kut snimanja i jako približava predmete koji se fotografiraju. Teleobjektivom jako izdvajamo snimani predmet od pozadine. Imaju plitko polje oštine pa je često samo jedan manji dio fotografije u fokusu. To je objektiv uskog vidnog kuta i velike fokalne dužine. Služi za snimanje udaljenih predmeta, jer približava sliku.



Slika 6.2. Teleobjektiv Nikon 70-200

Koristi se za fotografiranje objekata do kojih ne možete pristupiti ili događaja poput press konferencija ili utakmica koji ne dozvoljavaju bliži pristup. Žarišna duljina im je veća od 70 mm što rezultira uskim vidnim kutem te nam daje dojam veće blizine objektu snimanja. Teleobjektiv utječe na kadar tako da nam se prostor između planova čini smanjenim, komprimiraju sliku i imaju malu dubinsku oštrinu. Konstrukcijom najveći i najteži, pa prilikom fotografiranja se preporuča korištenje kraće ekspozicije (250/sek na više) i korištenja monopoda zbog izbjegavanja pomicanja objektivu koja nastaje prilikom snimanja. [16]

7. Sedam uzoraka osvjetljenja na ljudskom licu

7.1. Pet primarnih površina osvjetljenja na licu

Postoji pet primarnih površina ili ravnina koje poprimaju svjetlost u portretnoj fotografiji te tako određuju izgled fotografije, a to su: čelo, obrazi, nos i brada. Mogu se definirati i drugi dijelovi lica kao što je sljepoočnica te oni mogu, ali ne moraju nužno, biti uključeni u portret. Kada se lice vidi u profilu, jedna od četiri površina se ne vidi, a to je obraz. Čelo je najveća površina na licu kod većine portreta, koje laganim nagibom prema gore postane reflektirajuća površina prema kameri. Obrazi prikazuju najviše svjetlosnih efekata, više od ostalih površina. Zbog frontalnog oblog oblika, hvataju svjetlost iz bilo kojeg kuta. Obrazi graniče s očima, koje se smatraju najvažnijim dijelom portreta. Nos definira površinu koji je za razliku od ostalih površina koje definiraju lice, okomit. To daje dva učinka. Prvi je taj da će baciti sjenu, osim ako je glavno svjetlo na osi lica, a drugo je to da nos pruža neprestano isticanje tog područja. Brada je najmanja površina koju obično razmatramo za vrijeme osvjetljavanja lica. Iako je brada najmanje područje na našem licu, bez nje bi se i lice proširilo u veličini i stopilo bi se s vratom. [17]



Slika 7.1. Pet primarnih površina osvjetljenja na licu

7.2. Pristup

Za vrijeme postavljanja rasvjete za portrete, shvaćamo da način na koji rasvjeta utječe na pet primarnih površina ima nekoliko međusobno povezanih aspekata. Veza između osi lica i osi ključnog svjetla se definira pomoću rasvjete. Osnovni pristup rasvjeti je definiran pomoću osvjetljenja onog dijela lica koji je najbliži fotoaparatu.

Pristup je definiran pomoću tri osi, a to su: lice, svjetlo i fotoaparat. Pristup određuje kako će se lice subjekta osvjetljivati. Ako je os lica okrenuta na način da je uho osvjetljeno, pristup se smatra „širokim“, no ako rasvjeta ne osvjetljava vidljivo uho, pristup se smatra kratkim. Iznimka je ako su sve osi u istoj ravnini, tada su oba uha vidljiva i osvjetljena.

Za vrijeme uporabe širokog osvjetljenja, glavno svjetlo je u potpunosti fokusirano na onu stranu lica koju fotoaparat vidi. Najčešće se koristi kod osvjetljavanja teksture lica te za pomoć u proširenju uskog ili tankog lica. U prošlosti je široko osvjetljenje bilo popularnije zbog dodavanja težine što bi također značilo da subjekt na fotografiji ima dovoljno novaca za hranu. U moderno doba to se promijenilo s obzirom na to da je poželjnije izgledati tanje, u čemu nam pomaže kratko osvjetljenje.

Kod kratkog (uskog) osvjetljenja, glavno (ključno) svjetlo u potpunosti osvjetljava stranu lica koju kamera ne vidi te se zbog toga najčešće koristi kod fotografiranja ovalnog oblika lica. Također pomaže kod naglašavanja kontura lica. [17]

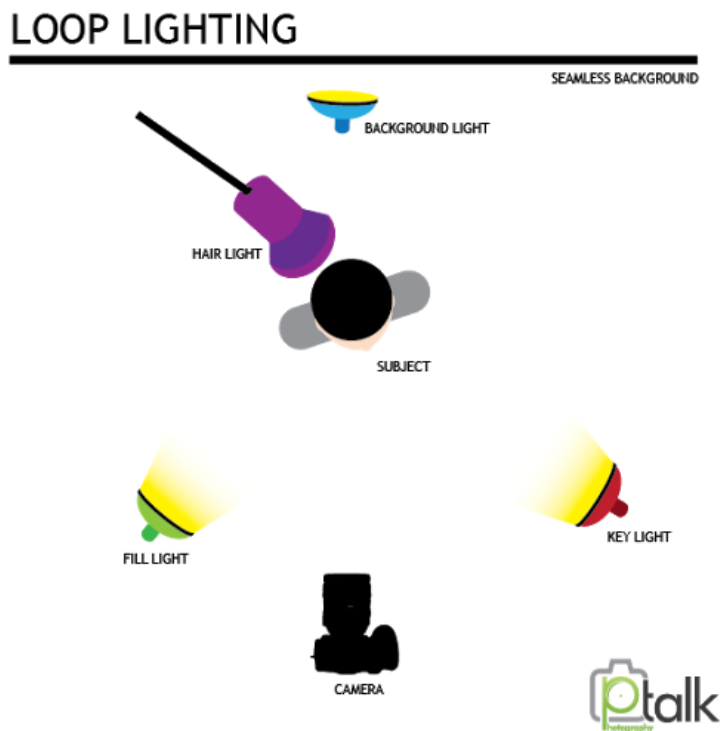
7.3. Uzorci osvjetljenja

U fotografiji postoje četiri uobičajene vrste osvjetljenja. Prve dvije se nalaze pod imenom petlje (loop). Zatvorena petlja (closed loop), također naziva „rembrandt“, ima visok kut između lica i svjetlosne osi što stvara svjetlosni trokut ispod oka. Smatra se dramatičnim stilom rasvjete koji se najčešće koristi za muškarce zbog jakog naglašavanja kutnog lica.

Otvorena petlja (open loop) koristi svjetlo visokog kuta koje je bliže osi lica. Prikazuje se sjena nosa na obrazu, no nema presijecanja sjene nastale od obraza. Koristi se na svim tipovima lica zbog manje dramatičnosti i oštine osvjetljenja.

„Leptir“ osvjetljenje se također smatra i glavnim osvjetljenjem. Uz takvu vrstu osvjetljenja, ključno svjetlo je pozicionirano visoko iznad glave te se okomito poravnava sa osi lica što stvara sjenu leptira ispod nosa (zbog toga ima naziv „leptir“). Lice zbog takve vrste osvjetljenja djeluje punije zbog naglašavanja jagodica i očiju. Najčešće se koristi u modnom svijetu. [18]

Split (engl.) osvjetljenje se najčešće koristi kao osnovno osvjetljenje. Jako je dramatično kada se koristi u većim omjerima te zbog toga može sakriti „neprijatne“ crte lica. U pravilnoj izvedbi dijeli lice na dva, gotovo jednaka dijela. Kod nekih slučajeva, mali dio svjetla će proći na slabije osvijetljeni dio čela.



Slika 7.2. Otvorena petlja

8. Posebne kategorije osvjetljenja

Fotografije na kojima prevladavaju svijetli ili tamni tonovi pripadaju u posebne kategorije.

Za tehnički korektnu fotografiju smatra se da ima kompletan raspon tonova od potpunih bjelina do neprozirnih crnina. Većina fotografa trudi se pokriti cijeli raspon tonova kako bi postigli što prirodniji dojam na fotografiji. Ako je scena koju fotografiramo sastavljena od malog broja tonova (ima mali dinamički raspon), ona na fotografiji djeluje sumorno i turobno pa se u procesu snimanja i postprodukcije koriste razni načini povećanja dinamičkog raspona. Naravno ako želimo da fotografija ostavlja tjeskoban dojam onda je fotografiramo bez takvih intervencija ili čak smanjujemo broj tonova na konačnom uratku. Ukoliko pak scena koju fotografiramo ima izuzetno veliki dinamički raspon primjenjuju se tehnike snimanja koje mogu takav raspon komprimirati tako da na fotografiji ne bude preveliki udio spaljenih bjelina i jalovih crnina. U klasičnoj crno bijeloj fotografiji za ovakve korekcije koristi se Sustav zona, kod fotografije u boji rađene na filmu korekcije se apliciraju push-pull sistemom, dok se kod digitalne fotografije radi tonemapping, HDR ili višestruko snimanje s raznim postavkama ekspozicije te naknadna kombinacija snimljenih fotografija u jednu sliku. [19]

Postoje i drugačije fotografije, fotografije na kojima prevladavaju svijetli ili tamni tonovi, u većem djelu slike kontrast je reduciran, a raspon tonova ograničen. To ne znači da nema krajnje suprotnih tonaliteta, oni su gotovo uvijek potrebni jer će se inače fotografija percipirati kao monotono sivilo. Potreba za lokalnim kontrastom upravo je kod takve fotografije maksimalno izražena, no taj je lokalni kontrast ograničen na ključne dijelove slike u kojima djeluje kao protuteža uravnoteženom ostatku. Fotografije tog tipa zovu se low key ako na njima prevladavaju tamni tonovi, odnosno high key ako na njima prevladavaju svijetli tonovi. [19]

Različitim pozicijama osvjetljenja dobivamo drugačiji doživljaj fotografije.

8.1. High key fotografija

High key je fotografija koja većim djelom sadrži svijetle tonove. Za razliku od low key fotografije gdje je osvjetljenje ključan čimbenik u postizanju efekta, kod high key fotografije to je uglavnom izgled objekta koji treba biti u rasponu svijetlih tonova. High key fotografija djeluje čisto, delikatno, lagano, optimistično, pozitivno.

8.1.1. Studijska rasvjeta

Idealno za high key fotografiju je osvjetljenje bez jakih sjena. Potrebno je najmanje tri izvora svjetla, no poželjno je i više. Najbolje postavke svjetla za standardnu portretnu fotografiju je pozicija svjetla iznad modela ili pozicija svjetla pored fotoaparata, ostala dva svjetla obasjavaju bijelu pozadinu, kako iza modela ne bi bile vidljive sjene.[20]

8.1.2. Postavke fotoaparata

High key je u pravilu prekspionirana podloga (prekurena) kako bi se dobila bijela pozadina. Potreban je velik otvor blende (mali f), veći ISO. Takve fotografije se najčešće podešavaju u obradi fotografije na računalo.



Slika 8.1. High key portret

8.1.3. Obrada fotografije

Na histogramu takva fotografija mora imati veći dio tonova na desnoj strani, između srednje (sive) oznake i krajnje desne (bije) oznake koja označava potpuno bijeli ton. Pogledajmo sad High key fotografiju i njezin histogram. Iz histograma se može zaključiti da ova fotografija sadrži dosta tamnih tonova, no to nas ne treba zabrinjavati, svjetlina dominira, a tamni su tonovi raspoređeni na način koji fotografiju štiti od monotonije sterilnih bjelina koja obično obilježava loše izvedene fotografije u High key tehnici.



Slika 8.2. Balkon, high key histogram

Ova fotografija vrlo je zanimljiva i po razvedenoj ali solidnoj kompoziciji, analiza kompozicije izvedena je u odvojenom tekstu jer nije direktno povezana s High key tehnikom. Iako se termini High key i Low key vežu za izgled odnosno tonalitet objekta kod oba stila ključna je precizna kontrola ekspozicije koja će zadržati traženi raspon tonova i odjeliti ga prosječnog sivila koje će nam sugerirati svjetlomjer ugrađen u aparat.

8.2. Low key fotografija

Fotografija snimljena ovom tehnikom većim djelom sadrži tamne tonove. Low key efektu doprinose izgled objekta i ekspozicija, ali ponajviše rasvjeta. Tamni objekt u tamnom okruženju neće nužno dati low key fotografiju ako osvjetljenje scene nije adekvatno postavljeno ili ako je ekspozicija krivo odabrana. Raspon tonova na ispravno snimljenoj low key fotografiji kreće se od srednjeg do krajnje tamnog dijela sivog klina s manjim područjima svijetlih tonova okruženih tamom i sjenama, a mogući su i sekundarni svjetlosni akcenti na područjima koja su važna, ali od manjeg značenja nego što su to primarna područja. Low key fotografija doima se teškom, misterioznom, mračnom, atmosferskom, sumornom.

8.2.1. Studijska rasvjeta

Idealna pozicija ako želimo naglasiti portret sa sjenama ili postaviti mračniji ton fotografije kao kod low key fotografije je postaviti svjetlo na 45° od fotoaparata ili na 90° od fotoaparata. No dobar izbor je pozicija svjetla iza modela, ukoliko želite sakriti identitet osobe ili želite snimiti konturu odnosno obris modela. Kod low key fotografije dovoljan je jedan izvor osvjetljenja na objekt i tamna (najbolje crna) pozadina. Također svjetlo se može postaviti i ispod modela, takvo osvjetljenje je najpoznatije za korištenje u horror filmovima. [20]

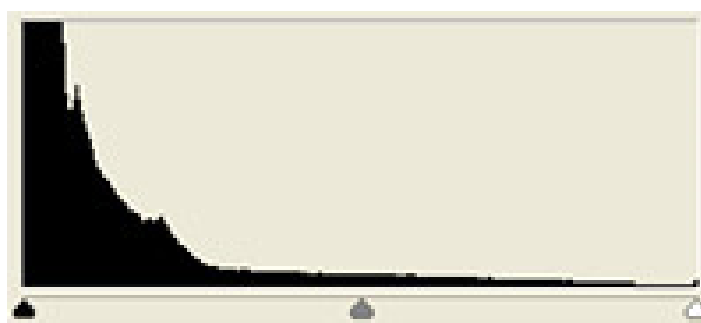
8.2.2. Postavke fotoaparata

Kod low key fotografije se radi s uskim snopom svjetlosti usmjerenog na objekt pa je potreban stalak za fotoaparat te postavke s vrlo malim otvorom blende (veliki f) i podesiti ekspoziciju, najmanji ISO (50) i nikako koristiti blic.

8.2.3. Obrada fotografije

Na histogramu (statistički prikaz zastupljenosti tonova prema intenzitetu) takva fotografija mora imati veći dio tonova na lijevoj strani, između srednje (sive) oznake koja označava polovište tonskog raspona u linearnoj skali, odnosno srednje sivi ton i krajnje lijeve (crne) oznake koja označava potpuno crni ton.

Ovdje je prikazan histogram priložene fotografije "Sexy phone" Na fotografiji se nalaze tamni objekti u tamnom okruženju sa svjetlosnim akcentom na dio kože koja se probija kroz crnu mrežu čarapa. Ravnomjerna raspoređenost tih akcenata po dijagonali fotografije osigurava dovoljnu količinu lokalnog kontrasta dok dijagonala daje pristojnu dozu dinamike inherentno statičnoj fotografiji kojom dominiraju vertikala i trokut. Rubovi nogu, slušalice i sjene također daju dovoljno lokalnog kontrasta da bi fotografija, iako zabijena u crnilo, imala dovoljno linija i kontrastnih elemenata, dok način na koji je definiran prijelaz iz svijetlih u tamna područja nogu daje potrebnu voluminoznost. Glavna dijagonala, ona koja prati liniju noge tonski je debalnsirana, u gornjem dijelu je svijetla, a u donjem tamna, što dodatno pojačava dinamiku, suprotna je dijagonala izbalansirana po tonu, ali ne i po volumenu. Gornji je dio znatno veći od donjeg što doprinosi osjećaju prostornosti i dubine.

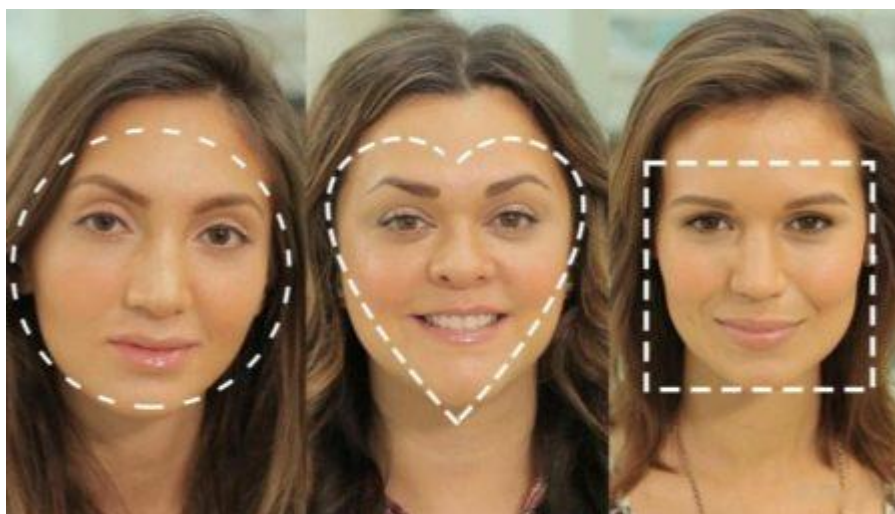


Slika 8.3. Sexy Phone, low key histogram

9. Analiza lica

Opće je poznato da naši subjekti žele izgledati najbolje što mogu, no to nije isto što i savršenstvo. U cijelom tom procesu nije bitna samo uloga retuširanja već i pravilan odabir osvjetljenja i kompozicija portreta. Za portretnog fotografa je analiza lica jedan od najvažnijih procesa, no ona je individualna prema etničkoj pripadnosti i kulturi subjekta.

Kod analize lica traže se odstupanja od onog što smatramo normalnim licem. Osnovne proporcije su da se oči nalaze na pola puta od vrha lubanje do brade, nos se nalazi na jednoj trećini puta od očiju i od brade, a usta se nalaze dvije trećine puta od očiju do dna brade. [21]



Slika 9.1. Oblici lica

9.1. Ovalno lice

Kod ovalnog lica njegova duljina jasno prevladava nad širinom, čelo je nešto šire od čeljusti, a jagodice su šire od čela. Zaobljena brada daje ovalu potpuni izgled. Ovalno lice može se usporediti s obrnutim pilećim jajetom.

9.2. Okruglo lice

Ako mjerite visinu lica i njegovu širinu na razini jagodica, ispada da su gotovo jednaki. Brada se sužava i ima zaobljen oblik, a nisko čelo je uokvireno glatkom linijom kose. Zaobljenost sa sobom nosi pun i bucmast izgled.

9.3. Dugo lice

Dugi oblik lica je najuži od svih primarnih oblika lica. Lice je izduženog oblika, njegova visina je očito veća od širine. Visoko čelo ima istu širinu s jagodicama i vilicom. Takve osobe imaju široku široku bradu, a linija kose je obično ravna.

9.4. Četvrtasto lice

To je također lice iste visine i širine, ali brada će biti kutna. Dosta visoko čelo ima istu širinu s jagodicama i vilicom. Iznad čela nalazi se ravna linija kose, koja u svojim obrisima podsjeća na ogrlicu.

9.5. Sroliko lice

Srolik oblik je zadnji tipičan oblik lica. Gornji dio lica je širok, no dio ispod obraza je uzak. Jagodice su smještene visoko, ali nisu toliko izražene zbog širine čela. Čeljust je ono što plijeni pažnju kod ovog tipa lica, većinom zbog dojma šiljaste brade. Ovi oblici lica se baziraju na koštanoj strukturi lica te ne ovise o debljini subjekta, no težina utječe na karakteristike koje tip lica donosi.

9.6. Ostatak lica

Drugi dio gornjeg dijela tijela koji je važan za analizu lica je vrat. Vrat može bit dugačak, što glavu čini plutajućom, no može biti i kratak. Težina više utječe na izgled vrata nego što utječe na izgled lica te se može razviti takozvana „dvostruka brada“. Površina lica na koju se trebamo fokusirati kada određujemo rasvjetu je nos (uglavnom zbog pozicije na kojoj se nalazi). Također često definiramo pozu koju će model prikazivati jer je s velikim nosom profil manji.

Oči su ogledalo duše te su zbog toga ključne za analizu lica. Ono što utječe na strukturu očiju je sam njihov oblik, položaj na licu, oblik obrva i težina. Iako na oblik utječe i sama genetika, gore navedeni faktori su također važni. Za oblik nije potrebna bilo kakva korekcija, već je bitna 29 dubina položaja očiju, kut pod kojim se nalazi luk obrve te visina jagodica. Iznimka je kada subjekt nosi naočale jer se mora obratiti pažnja na okvire i staklo naočala. [22]

Donji dio lica, u koji spadaju nos, usne i brada, također igraju veliku ulogu kod analize lica. Usne su važan adut kod žena te jako definiran, no on se pomoću ruža za usne može još više definirati ili pak promijeniti oblik usana. Kod muškaraca je oblikovanje usana jako rijetko.

Nakon usana nam dolazi brada kao dio lica koji treba analizirati. Oblik čeljusti utječe na samu strukturu lica. Kada je čeljust uska i oštra, lice će više izgledati trokutasto ili dugo dok je u suprotnom četvrtasta čeljust izraženija.

Zadnji element koji moramo spomenuti je kosa, koju stilist oblikuje na način na koji je najbolji za oblik lica. Trebamo imati na umu da kosa također može imati nedostatke kao što je ćelavost, tanka i oštećena kosa. [23]

9.7. Nakon analize

Nakon što smo odredili koji tip lica nam model ima, možemo uspostaviti rasvjetu i poze koje će im najbolje pristajati. Ima jedan koristan način za saznanje kako primijeniti gore navedene elemente, a to je način na koji kozmetičari nanose šminku na svoje klijente. Oni često koriste razne šminke za sjenčanje i isticanje raznih površina na licu, no također mogu prikriti nedostatke. Na takav način funkcionira i rasvjeta. Izvor rasvjete je najlakše odabrati uz uporabu osi lica i osi fotoaparata, a kratka/široka rasvjeta je osnovna metoda za određivanje širine lica.

Kod okruglog lica, glava je okrenuta od osi kamere te se istovremeno koristimo kratkim osvjetljenjem zato jer lice izgleda tanje. Također je važan izbor objektiva. 50mm objektiv pojačava zaobljen izgled te fotografi zbog toga preferiraju telefoto objektiv. [24]

9.8. Izrazi lica

Kad se fotografija tek počela razvijati, ekspozicija je bila jako dugačka, a zbog toga su se trebale koristiti poze i izrazi lica koje bi subjekti mogli držati dulje vrijeme što je jako često uzrokovalo ukočen izgled. Samom pojavom dodatne rasvjete i brže fotografske opreme otvara se više opcija za poziranje i ekspresije koje subjekt može prikazivati.

Obilježje koje je najistaknutije kod izražavanja emocija su usta. Kada su usta u neutralnom položaju onda je i cijeli izraz lica neutralan i to nije pretjerano ugodan izraz lica. Lagan osmijeh se smatra jednim od ugodnijih izraza lica jer su mišići opušteni i anatomija lica se ne mijenja. To se naziva osmijehom da Vincijeve Mona Lise. U trenucima sreće obrazi se podižu, usta šire i oči otvaraju, dok će sretno iznenađen čovjek podići obrve i široko se nasmijati. Ako je iznenađenje neugodno, tada će lice otkriti kombinaciju čuđenja i ljutnje, s otvorenim ustima u obliku slova O i namrštenim obrvama. [25]

Drugo obilježje koje je istaknuto kada su u pitanju izrazi lica su oči jer one također prikazuju osjećaje. Kada biramo emociju koju će oči prikazivati, moramo pripaziti na kapak, šarenice i bjeloočnice te koje svjetlo stvara svjetlost na površini očiju. Ako je svjetlo oštro, onda i sam izraz lica izgleda oštro. S obzirom na teksturu i izgled oka, oblik i položaj svjetlosti je jako vidljiv zbog odraza. Sljedeća bitna stavka je smjer očiju jer on utječe na čitanje emocija. Što je pogled više frontalni, subjekt na fotografiji izazovnije će izgledati. Ako je pogled podignut i nije usmjeren prema kameri, subjekt izgleda raspoloženije jer iako nema kontakta s fotoaparatom, izgled samog subjekta je sanjiv. U suprotnom, kada je pogled uperen prema dolje, subjekt izgleda zamišljeno i drsko. [26]

10. Emocija u fotografiji sa znanstvene strane

Fotografija je snažan medij jer se osoba može staviti u perspektivu onih koje vidi na slici. Bilo da se radi o uličnoj fotografiji, fotoreporterstvu ili portretiranju, fotografiju koristimo da bismo razumjeli sebe u odnosu na ljude oko nas. Naša sposobnost prepoznavanja i zamišljanja tuđeg gledišta duboko je ugrađena u arhitekturu našeg mozga. Fotografija igra jedinstvenu ulogu u pokretanju mreža našeg mozga u kojem leži empatija. [27]

Imitacija je automatski i osnovni zahtjev za razvijanje praktičnih socijalnih vještina, poput empatije. Kad vidimo izraz lica drugih osoba, postoji nesvjesna aktivacija istih mišića i kod nas. Na primjer, kada je netko tužan i namršten, i vi ćete se namrštit i osjećati se slično kao osoba koju gledate, u većem ili manjem obimu. Ako biste spriječili aktiviranje mišića za mrštenje, tada bi se sposobnost opažanja tuge smanjila.

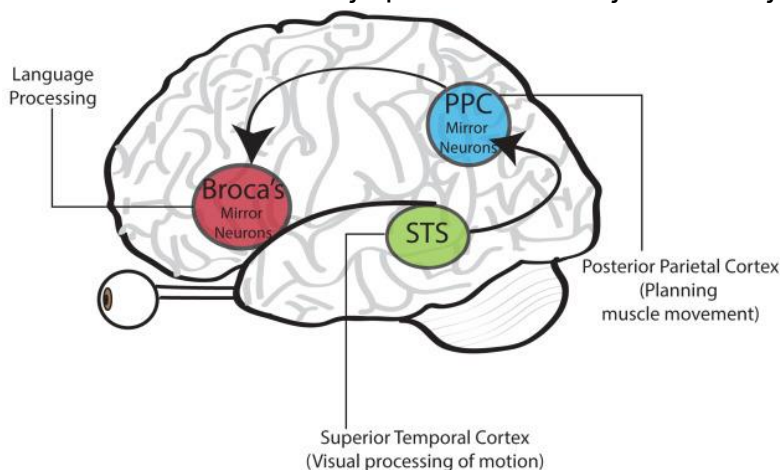
Imitacija je rezultat vizualnih informacija u kombinaciji s aktivacijom mišića, što zauzvrat olakšava empatiju. Smatra se da se naša sposobnost oponašanja oslanja na specijaliziranu mrežu regija mozga koja se naziva ljudski zrcalni neuronski sustav. Zrcalni neuroni prvi su put otkrili talijanski istraživači koji su proučavali regije mozga odgovorne za aktiviranje mišića. Izrazita karakteristika zrcalnih neurona je da oni postanu aktivni u osobi kada ta osoba promatra motoričko djelovanje druge osobe, njihove namjere, kada gleda lica koja prikazuju emociju ili kada je netko uključen u vizualno-motorički zadatak poput bacanja lopte ili ples. Ljudski zrcalni neuron započinje regijom mozga koja se naziva superiorni vremenski sulkus (STS), koji obrađuje pokret tijela, gdje je nečija pažnja usmjerena prema i emocije. Ova bogata vizualna informacija prenosi se od STS-a do posteriornog parietalnog korteksa (PPC), gdje se prvo aktiviraju zrcalni neuroni. PPC funkcionira tako da koordinira motoričke planove (mišićni pokreti za određeni cilj) i identificira gdje su drugi predmeti u odnosu na vlastito tijelo. Smatra se da STS-PPC veza podržava našu sposobnost oponašanja pokreta onih koje gledamo. Kombinirane vizualnomotoričke informacije iz PPC-a zatim se prenose u prednji korteks, a neki od tih podataka šalju se u područje obrade jezika koje se zove Broca-ovo područje. Jednostavnom fotografijom naš će mozak nesvjesno obraditi biološko gibanje, prisustvovati kamo se usmjeravaju emocije, aktivirati mišiće onih koje promatramo i prenijeti te informacije u jezične centre za obradu gdje svjesno možemo izraziti vlastitu emocionalnu reakciju. [27]

10.1. Teorija uma

Imitacija je osnovna društvena vještina koja se često javlja nesvjesno. Međutim, kako starimo postajemo mnogo svjesniji svojih osjećaja, ne izravnim promatranjem, radije prosuđujući njihove namjere. Namjera nas zahtijeva da se smjestimo u tuđu perspektivu i da držimo uvjerenja da drugi ljudi imaju umove koji se razlikuju od našeg vlastitog.

Teorija uma je pod polje kognitivne neuroznanosti koje proučava kako ljudi razumiju mentalna stanja drugih ljudi.

Opća je ideja da je um nešto što ne možemo vidjeti, i stoga moramo vjerovati da postoji u teoriji, otuda i naziv Teorija uma. Kako se mentalna stanja ne mogu promatrati, velik dio onoga što znamo o ljudskom ponašanju je promatranjem nečijih namjera. [27]



Slika 10.1. Zrcalni neuronski sustav

Tek nedavno su neuroznanstvenici uspjeli identificirati regiju mozga koja je specifična za zaključivanje mentalnih stanja drugih, a ovo područje naziva se vremenski parietalni spoj ili TPJ. TPJ je potreban za zaključivanje tuđih uvjerenja.

Pored toga, TPJ obrađuje motivaciju koja stoji iza nečijih postupaka, riješen je u procjeni moralnih prosudbi druge osobe, a zapisi sugeriraju da je TPJ moždana struktura koja je jedinstveno ljudska. Budući da druge životinje imaju analognu strukturu s TPJ-om, vjerojatno je ljudski mozak dalje evoluirao kako bi razvio teoriju uma, koja je u nama dopuštena da dublje ispitujemo vjerovanja, emocije i želje drugih.

Ljudski zrcalni neuronski sustav i moždane mreže Teorije uma samo su neke od područja mozga koja su uključena u emocionalnu obradu. Razvili smo se tako da osjetimo emocije drugih ljudi i vid može jasno potaknuti velik dio našeg emocionalnog odgovora. Vidimo nečiji izraz lica, oponašamo njegovu ili njezinu emociju i suosjećamo. [27]

Fotografija je važna jer može utjecati na našu sposobnost suosjećanja, utječe na našu motivaciju za pomaganje drugima i pomaže nam da se povežemo s ljudima. Vidjeti djecu s rakom, promatrati rasnu diskriminaciju, promatrati totalno uništenje Haitia, nesumnjivo privlače naše emocije i našu čežnju da pomognemo onima koji su u potrebi. Sam opstanak naše vrste još uvijek se oslanja na razumijevanje osjećaja drugih, na zadovoljavanje potreba onih koji nas okružuju i suradnju na stvaranju boljeg društva.

11. Metoda i opis istraživanja kroz anketu

11.1. Pribor

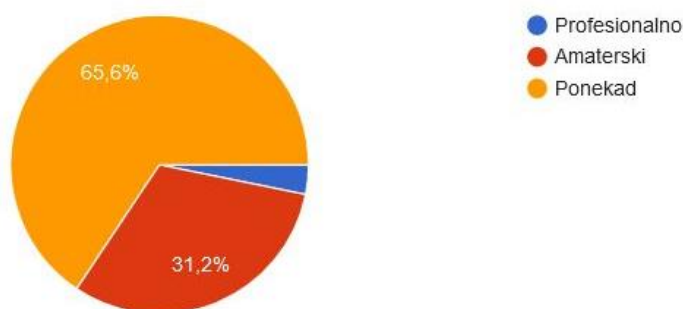
Za ispitivanje se koristi Google Forms anketa. Najjednostavniji je način za prikupljanje impresija o nekoj temi. U anketi se nalazi 20 izabranih fotografija.

11.2. Ispitanici

U istraživanju je sudjelovalo 125 ispitanika, 36 muških i 89 ženskih, većinom između 18 i 25 godina. Svega 4 ispitanika tvrdi da se profesionalno bave fotografijom, dok 31,2% ili 39 njih se bavi fotografijom amaterski.

Bavite li se fotografijom?

125 odgovora



11.3. Postupak

Anketa sadrži dvadeset (20) fotografija, te pitanja kojima se istražuje impresija svake slike, razlog za taj dojam te usporedba koja je od više slika bolja. Slike se razlikuju u emociji i u načinu rasvjete, pri čemu se misli high key ili low key način. Pomoću pitanja se ispituje koja slika ima veći utjecaj na gledatelja te se na kraju sakupe informacije. Informacije se prezentiraju putem postotaka i tortnih grafikona.

Ispitano je:

- Spol ispitanika
- Dob ispitanika
- Bavi li se ispitanik fotografijom
- Koju emociju ispitanik vidi u fotografijama
- Usporedba više fotografija, te koja uvjerljivije prikazuje emociju
- Razlog za uvjerljiviji dojam emocije

11.4. Rezultati

Fotografija A

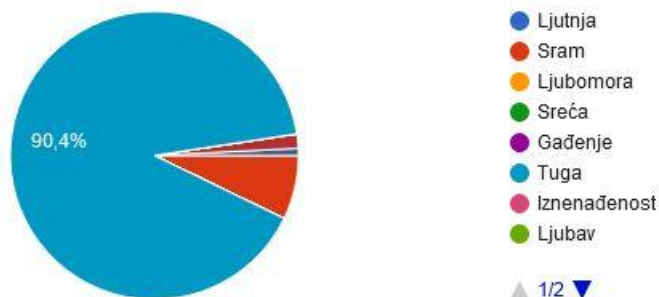


Fotografija B

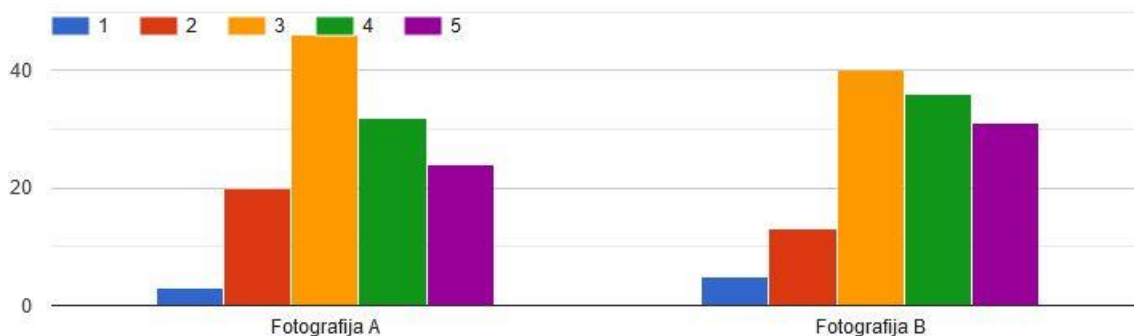


Prepoznajete li o kojoj je emociji riječ na prikazanim fotografijama?

125 odgovora



Koliko je uvjerljivo prikazana emocija?



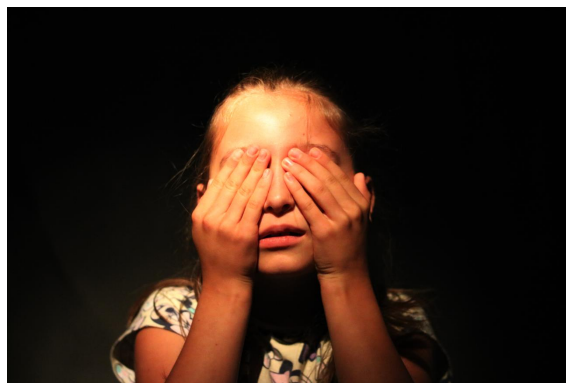
Ispitanici su prepoznali emociju tuge sa fotografija, vrlo mali broj, svega 9,6% ispitanika nije prepoznalo emociju, oni su vidjeli sram, nadu i strah. Ocjene fotografijama su iznenadno dobre, 46 osoba ocijenilo je fotografiju A sa dobar (3), kao što je i fotografiju B ocijenilo 40 osoba s dobar (3).

Ispitanike je uvjerio najviše pogled prema podu i emocija.

Fotografija A

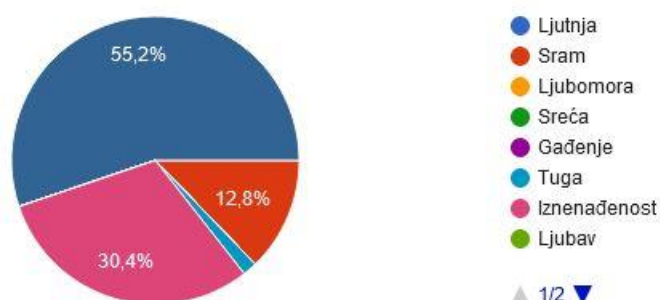


Fotografija B

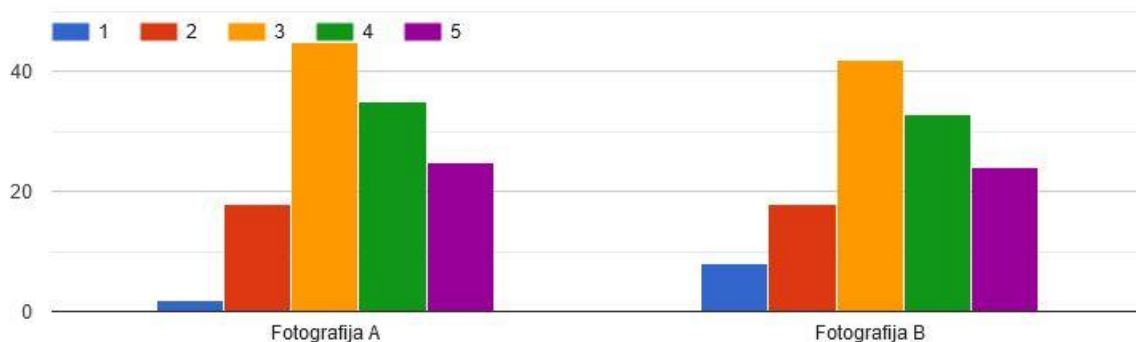


Prepoznajete li o kojoj je emociji riječ na prikazanim fotografijama?

125 odgovora



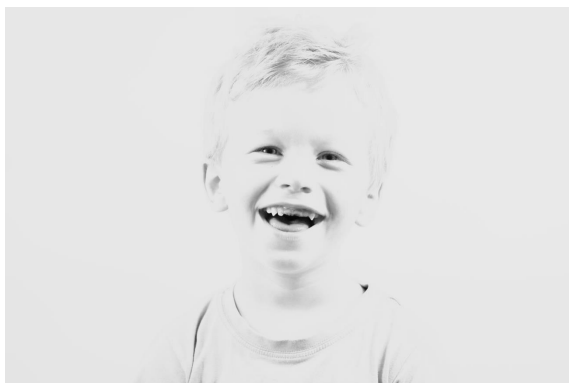
Koliko je uvjerljivo prikazana emocija?



Ispitanici su prepoznali emociju straha sa fotografija, velik broj ispitanika nije prepoznalo emociju, čak 44,8%, oni su vidjeli iznenađenost, sram i tugu. Ocjene fotografijama su dobre vjerojatno zbog velikog broja neprepoznavanja ove emocije, no s skoro nikakvom razlikom u broju ispitanika, 45 osoba ocijenilo je fotografiju A sa dobar (3), kao što je i fotografiju B ocijenilo 47 osoba s dobar (3).

Ispitanike je uvjerio najviše pogled i osvjetljenje, zatim sama emocija i mimika rukama.

Fotografija A

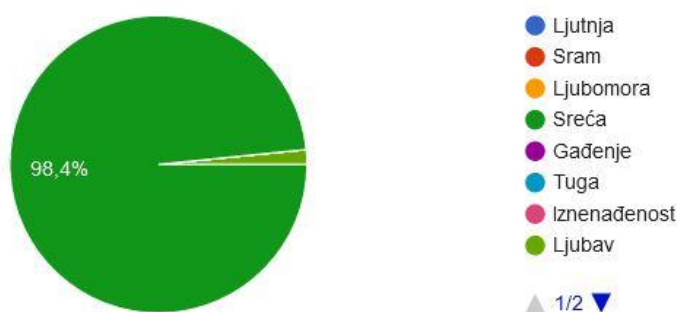


Fotografija B

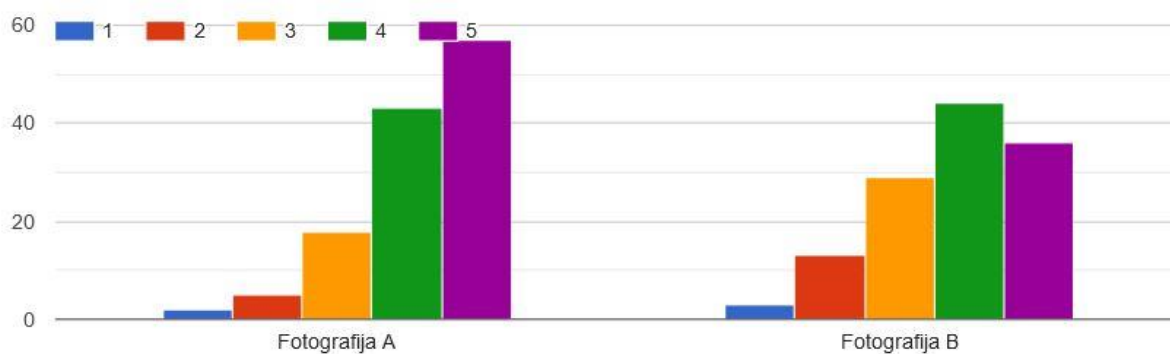


Prepoznajete li o kojoj je emociji riječ na prikazanim fotografijama?

125 odgovora



Koliko je uvjerljivo prikazana emocija?



Kako su napisali, ispitanicima je ovo najlakša i možda jedina emocija koju prepoznaju bez problema.

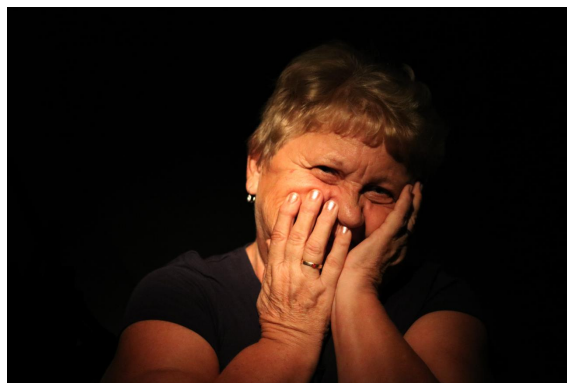
Ispitanici su prepoznali emociju sreće sa fotografija, vrlo mali broj, svega 1,6% ispitanika nije prepoznalo emociju, oni su ljubav. Ocjene fotografijama su odlične i vrlo dobre, 57 osoba ocijenilo je fotografiju A sa odličnom (5) ocjenom, dok je 44 osoba fotografiju B ocijenilo s vrlo dobar (4), prepoznali su istinski osmjeh.

Ispitanike je uvjerio najviše prikaz emocije, taj izraz lica velikog osmjeha i pogled.

Fotografija A

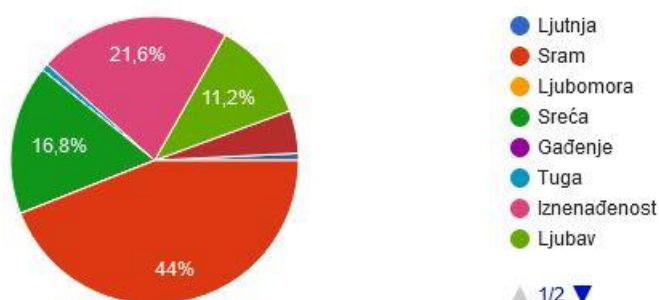


Fotografija B

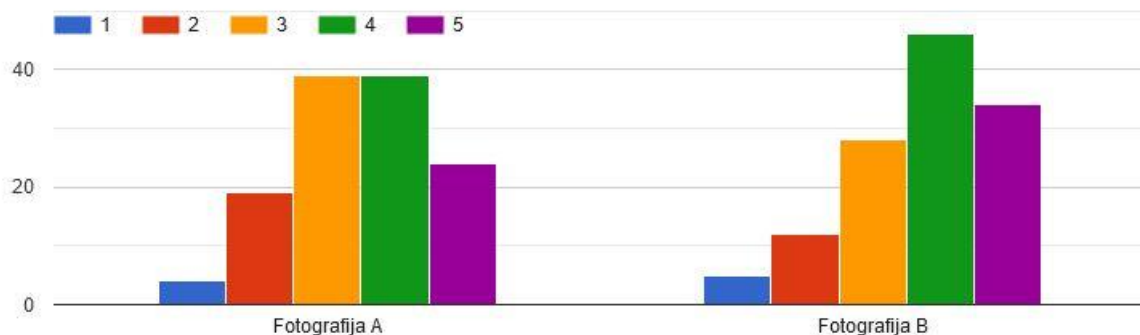


Prepoznajete li o kojoj je emociji riječ na prikazanim fotografijama?

125 odgovora



Koliko je uvjerljivo prikazana emocija?



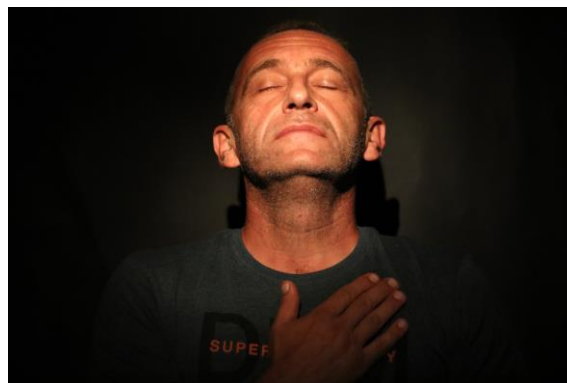
Ispitanici su prepoznali emociju srama sa fotografija, vrlo veliki broj ispitanika nije prepoznalo emociju, čak 56% ispitanika, oni su vidjeli iznenadenost, sreću, ljubav, nadu, tugu i strah. Ocjene fotografijama su vrlo dobre i dobre, 39 osoba podjednako je ocijenilo fotografiju A sa dobar (3) i vrlo dobar, dok je 46 osoba fotografiju B ocijenilo s vrlo dobrom (4) ocjenom.

Za mnoge ispitanike ovo je bila najmisterioznija emocija, no najviše ih je uvjerio njen pogled i emocija, a prepoznali su po tome što model sakriva usta kao da joj je neugodno.

Fotografija A

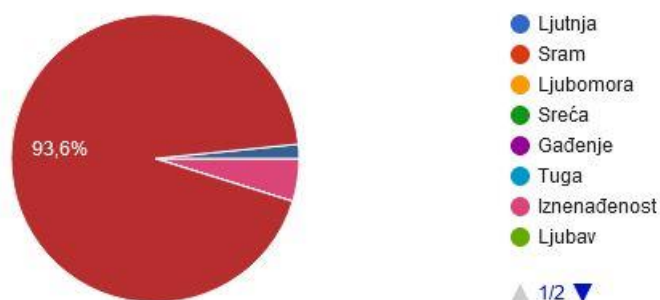


Fotografija B

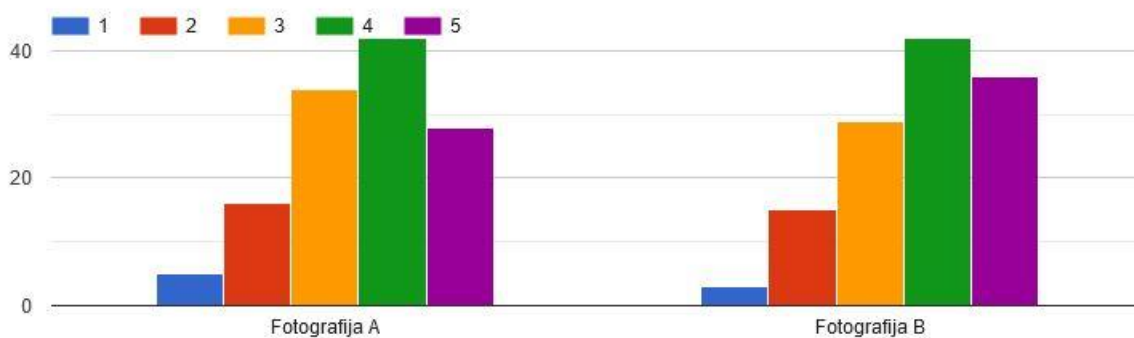


Prepoznajete li o kojoj je emociji riječ na prikazanim fotografijama?

125 odgovora



Koliko je uvjerljivo prikazana emocija?

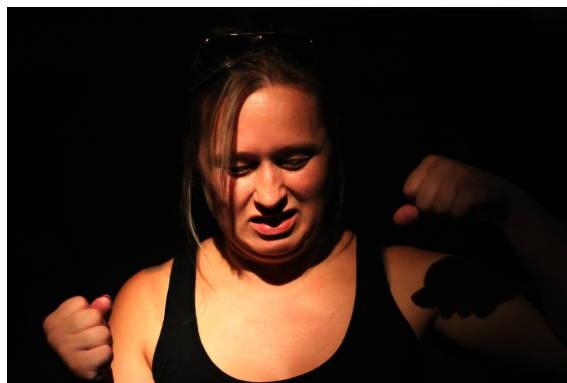


Ispitanici su prepoznali emociju nade sa fotografija, vrlo mali broj, svega 6,4% ispitanika nije prepoznalo emociju, oni su vidjeli iznenađenost i strah. Ocjene fotografijama su iznenadno vrlo dobre s nikakvom razlikom u broju ispitanika, 37 osoba ocijenilo je fotografiju A sa dobar (3), dok je 46 osoba fotografiju B ocijenilo s odličan (5). Ispitanike je uvjerio najviše prikaz emocije, njen pogled i osvjetljenje.

Fotografija A

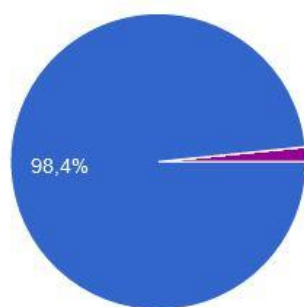


Fotografija B

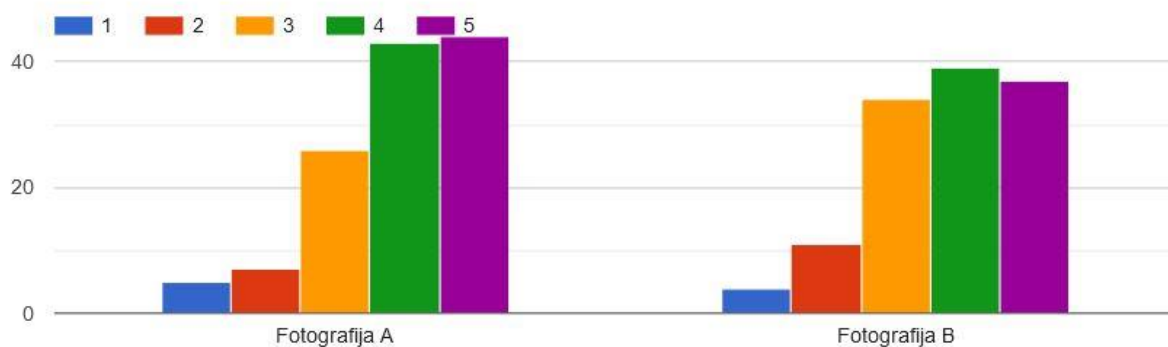


Prepoznajete li o kojoj je emociji riječ na prikazanim fotografijama?

125 odgovora



Koliko je uvjerljivo prikazana emocija?



Ispitanici su prepoznali emociju ljutnje sa fotografija, vrlo mali broj, svega 2 ispitanika nije prepoznalo emociju, oni su vidjeli gađenje. Ocjene fotografijama su iznenadno odlične i vrlo dobre, 44 osoba ocijenilo je fotografiju A sa odličnom (5) ocjenom, dok je 39 osoba fotografiju B ocijenilo s vrlo dobar (4).

Ispitanike je najviše uvjerio pogled modela, njen izraz lica i osvjetljenje.

Fotografija A

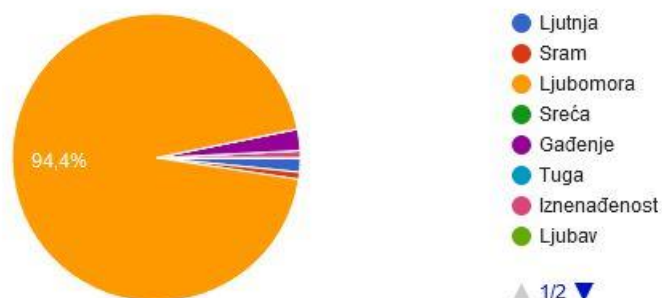


Fotografija B

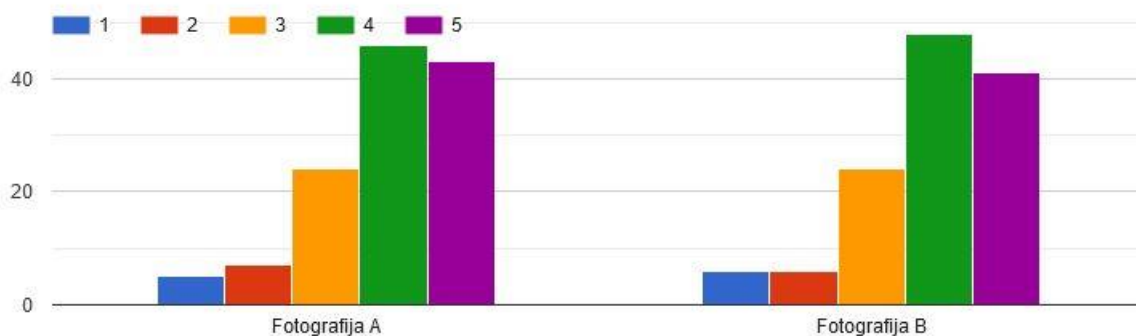


Prepoznajete li o kojoj je emociji riječ na prikazanim fotografijama?

125 odgovora



Koliko je uvjerljivo prikazana emocija?



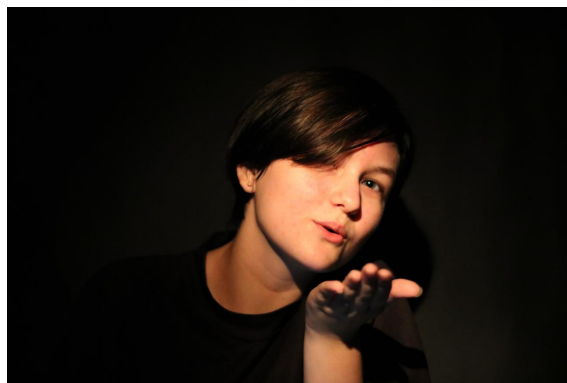
Ispitanici su prepoznali emociju ljubomore sa fotografija, vrlo mali broj, svega 5,6% ispitanika nije prepoznalo emociju, oni su vidjeli gađenje, ljutnju, iznenadenost i sram. Ocjene fotografijama su iznenadno vrlo dobre i s skoro nikakvom razlikom u broju ispitanika, 46 osoba ocijenilo je fotografiju A sa vrlo dobar (4), kao što je i fotografiju B ocijenilo 48 osoba s vrlo dobar (4).

Ispitanike je uvjerio najviše sam pogled, zatim osvjetljenje te emocija.

Fotografija A

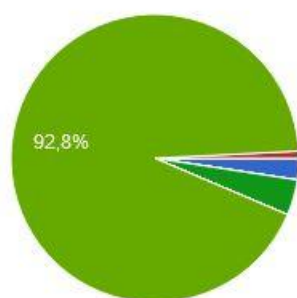


Fotografija B

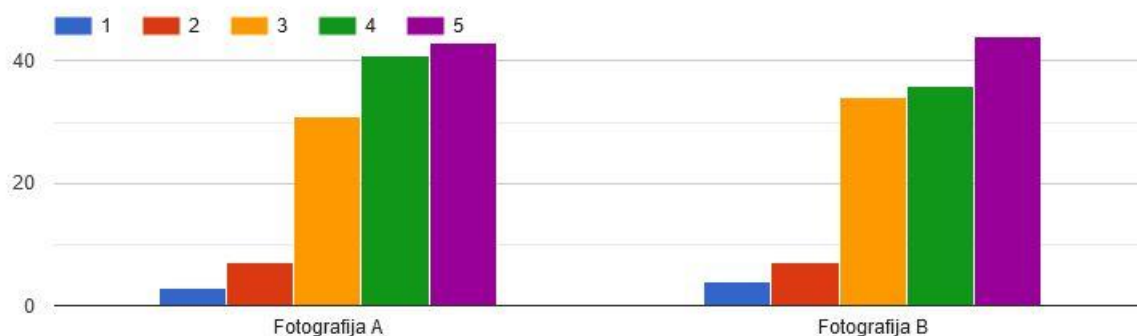


Prepoznajete li o kojoj je emociji riječ na prikazanim fotografijama?

125 odgovora



Koliko je uvjerljivo prikazana emocija?



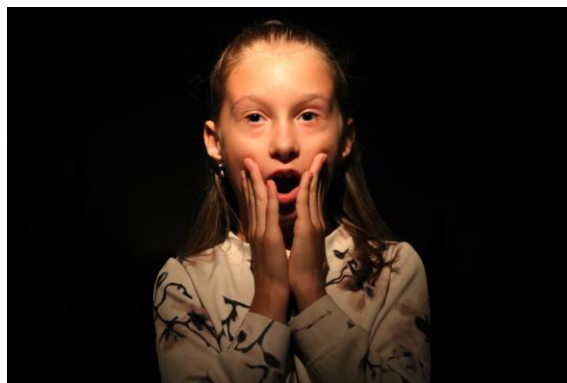
Ispitanici su prepoznali emociju ljubavi sa fotografija, vrlo mali broj, svega 7,2% ispitanika nije prepoznalo emociju, oni su vidjeli sreću, ljutnju i nadu. Ocjene fotografijama su iznenadno odlične i s minimalnom razlikom u broju ispitanika, 43 osoba ocijenilo je fotografiju A sa odličnom (5) ocjenom, kao što je 44 osoba fotografiju B ocijenilo s odličan (5).

Ispitanike je uvjerio najviše prikaz emocije i njen pogled prema kameri.

Fotografija A

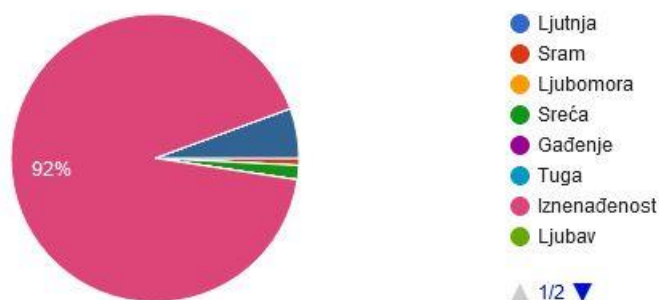


Fotografija B

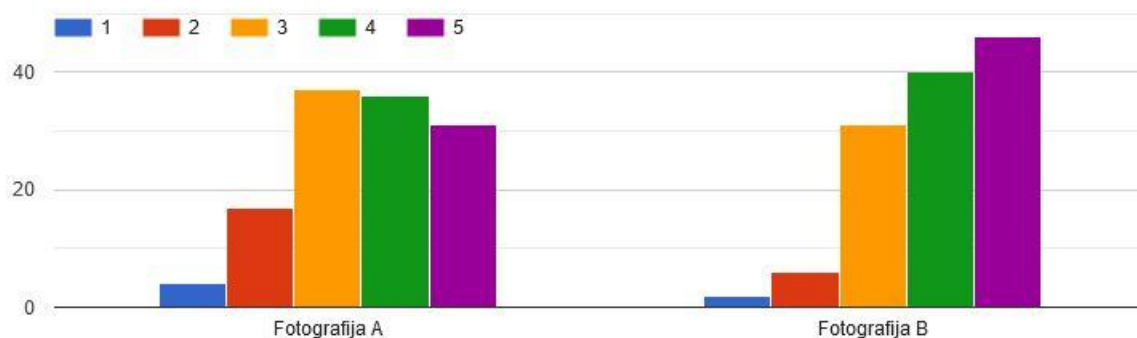


Prepoznajete li o kojoj je emociji riječ na prikazanim fotografijama?

125 odgovora



Koliko je uvjerljivo prikazana emocija?



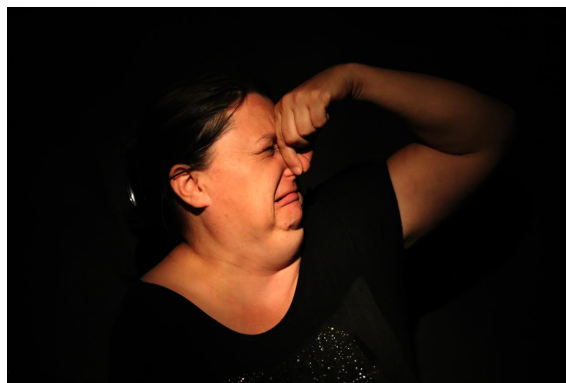
Ispitanici su prepoznali emociju iznenađenosti sa fotografija, vrlo mali broj, svega 8% ispitanika nije prepoznalo emociju, oni su vidjeli strah, sreću i sram. Ocjene fotografijama su iznenadno odlične i dobre, 37 osoba ocijenilo je fotografiju A sa dobar (3), dok je 46 osoba fotografiju B ocijenilo s odličan (5).

Ispitanike je uvjerio najviše prikaz emocije i njen pogled, no utjecalo je i osvjetljenje.

Fotografija A

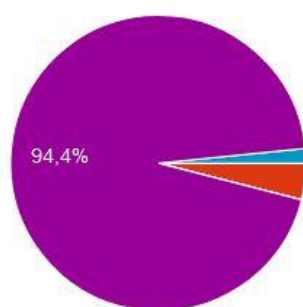


Fotografija B

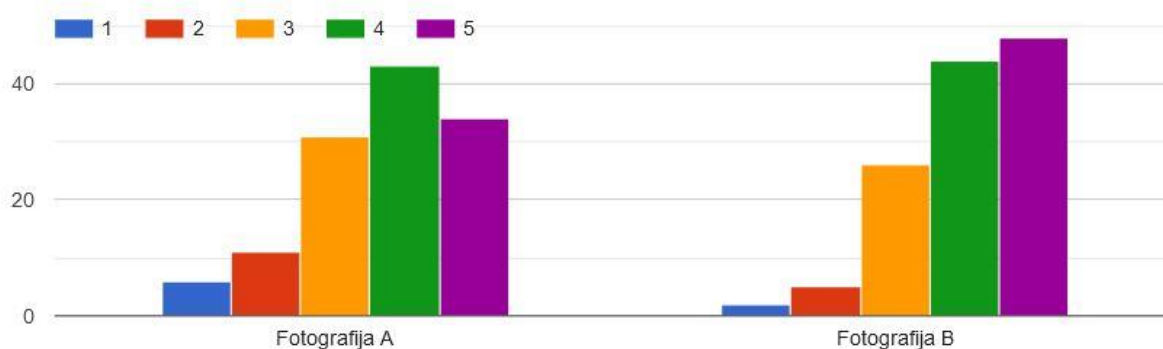


Prepoznajete li o kojoj je emociji riječ na prikazanim fotografijama?

125 odgovora



Koliko je uvjerljivo prikazana emocija?



Ispitanici su prepoznali emociju gađenja sa fotografija, vrlo mali broj, svega 5,6% ispitanika nije prepoznalo emociju, oni su vidjeli sram i tugu. Ocjene fotografijama su iznenadno odlične i vrlo dobre te otprilike podjednake 43 osoba ocijenilo je fotografiju A sa ocjenom vrlo dobar (4), dok je 48 osoba fotografiju B ocijenilo s odličan (5).

Ispitanike je uvjerio najviše prikaz emocije i njen pogled od kamere.

11.5. Zaključak rezultata

Emocije igraju ključnu ulogu u načinu na koji živimo, od utjecaja na način na koji se u svakodnevnom životu družimo s drugima, do utjecaja na odluke koje donosimo. Razumijevajući neke od različitih vrsta emocija, možete steći dublje razumijevanje načina na koji se te emocije izražavaju i utjecaja koji imaju na vaše ponašanje. Svatko emocije doživljava drugačije no vrlo ih dobro prepoznaju kod drugih osoba, kao ispitanici na fotografijama u anketi. Statistika pokazuje da žene (87%) bolje prepoznaju emocije od muškaraca (82%), ali je veća vjerojatnost da muškarci bolje prepoznaju emocije, zbog manjeg broja ispitanika, pa imaju veće šanse da će bolje prepoznati emocije, prema statističkom Hi-testu. Gledajući po dobi, 87% ispitanika u dobi od 18-25 i 26-35 je prepoznalo emocije, ali je veća vjerojatnost da ispitanici u dobi od 26-35 bolje prepoznaju emocije, dok su najmanje prepoznali emocije ispitanici u dobi od više od 55 godina s malom razlikom od 5%.

Ispitanici su prije birali iskrenije emocije, za njih uvjerljivije i tako ih ocijenili po Liberovoj ljestvici. Statistika pokazuje da su muškarci davali veće ocjene i u prosjeku fotografije A i B su najviše ocijenili s vrlo dobar (4), dok žene su malo strože kod ocjenjivanja i obraćaju pažnju na detalje, stoga su fotografiju A ocijenile s ocjenom vrlo dobar (4), a fotografiju B u prosjeku skoro pola žena ocijenile s dobar (3). Fotografiju A su ispitanici u dobi od 18-25 i više od 55 ocijenili s odličnom (5) ocjenom, dok su ostali ocijenili s vrlo dobar (4), a fotografiju B su ispitanici u dobi od 18-25 i 36-45 ocijenili s vrlo dobar (4), a ostali s ocjenom dobar (3).

Muškarci su u prosjeku bolje ocijenili low key fotografije, dok žene high key fotografije. Ako gledamo po dobi tada ispada da, mlađe generacije od 18-25 i 26-35 su bolje ocijenile high key fotografije, a ispitanici u dobi od 36-45 i 46-55 su prosječno bolje ocijenili low key fotografije, dok su stariji od 55 neutralni.

Kako su se izjasnili, na njihovu odluku je najviše utjecao prikaz iskrene emocije, pogled i položaj tijela, te s tehničkog dijela najviše osvjetljenje. Anketom se potvrdila hipoteza da ovisno o vrsti emocije i tehnici snimanja, doživljaj emocije će svatko doživjeti drugačije.

12. Praktični dio



Slika 12.1. Tuga

Tuga je vrsta emocije koja se često definira kao prolazno emocionalno stanje koje karakteriziraju osjećaji razočaranja, tuge, beznađa, nezainteresiranosti i prigušenog raspoloženja.

Kao i ostale emocije, tuga je nešto što svi ljudi povremeno dožive. U nekim slučajevima ljudi mogu doživjeti dugotrajna i teška razdoblja tuge koja se mogu pretvoriti u depresiju. Tuga se može izraziti na nekoliko načina, uključujući: plač, pomućeno raspoloženje, letargija, tišina, povlačenje od drugih.

Vrsta i ozbiljnost tuge mogu varirati ovisno o uzroku, a i način na koji se ljudi nose s takvim osjećajima također se može razlikovati.

Tuga često može navesti ljude o promišljanju negativnih misli i izbjegavanja drugih ljudi. Takva ponašanja mogu zapravo pogoršati osjećaj tuge i produžiti trajanje emocije. Položaj tijela kad smo tužni je obično pogrbljen, odnosno glava nam je pognuta, sakrivamo oči i usmjeravamo pogled u pod, kako bi sakrili suze, jer smatramo da je takvo iskazivanje emocije sramotan, pogotovo kod muškaraca. [28]



Slika 12.2. Strah

Strah je snažna emocija koja također može odigrati važnu ulogu u preživljavanju. Kad se suočite s nekom vrstom opasnosti i osjetite strah, prolazite kroz ono što je poznato kao odgovor borbe ili bijega. Vaši mišići postaju napeti, broj otkucaja srca i disanje se povećavaju, a um postaje budniji, tjerajući tijelo da pobjegne od opasnosti ili stane i bori se. Ovaj odgovor pomaže osigurati da ste spremni za učinkovito suočavanje s prijetnjama u vašem okruženju. Izrazi ove vrste emocija mogu uključivati: mimiku lica (poput širenja očiju i povlačenja brade), govor tijela (pokušava se sakriti ili pobjeći od prijetnje), fiziološke reakcije (poput ubrzanog disanja i otkucaja srca). Naravno, ne doživljavaju svi strah na isti način. Neki ljudi mogu biti osjetljiviji na strah, a određene situacije ili predmeti mogu izazvati tu emociju. Strah je emocionalni odgovor na neposrednu prijetnju. Također možemo razviti sličnu reakciju na predviđene prijetnje ili čak naše misli o potencijalnim opasnostima, a to je ono što općenito smatramo tjeskobom. Socijalna anksioznost, na primjer, uključuje očekivani strah od društvenih situacija. [28]

S druge strane, neki ljudi zapravo traže situacije koje izazivaju strah. Ekstremni sportovi i druga uzbuđenja mogu izazvati strah, no čini se da neki ljudi napreduju pa čak i uživaju u takvim osjećajima. Ponovljeno izlaganje objektu ili situaciji straha može dovesti do poznavanja i prilagođavanja, što može smanjiti osjećaj straha i tjeskobe.

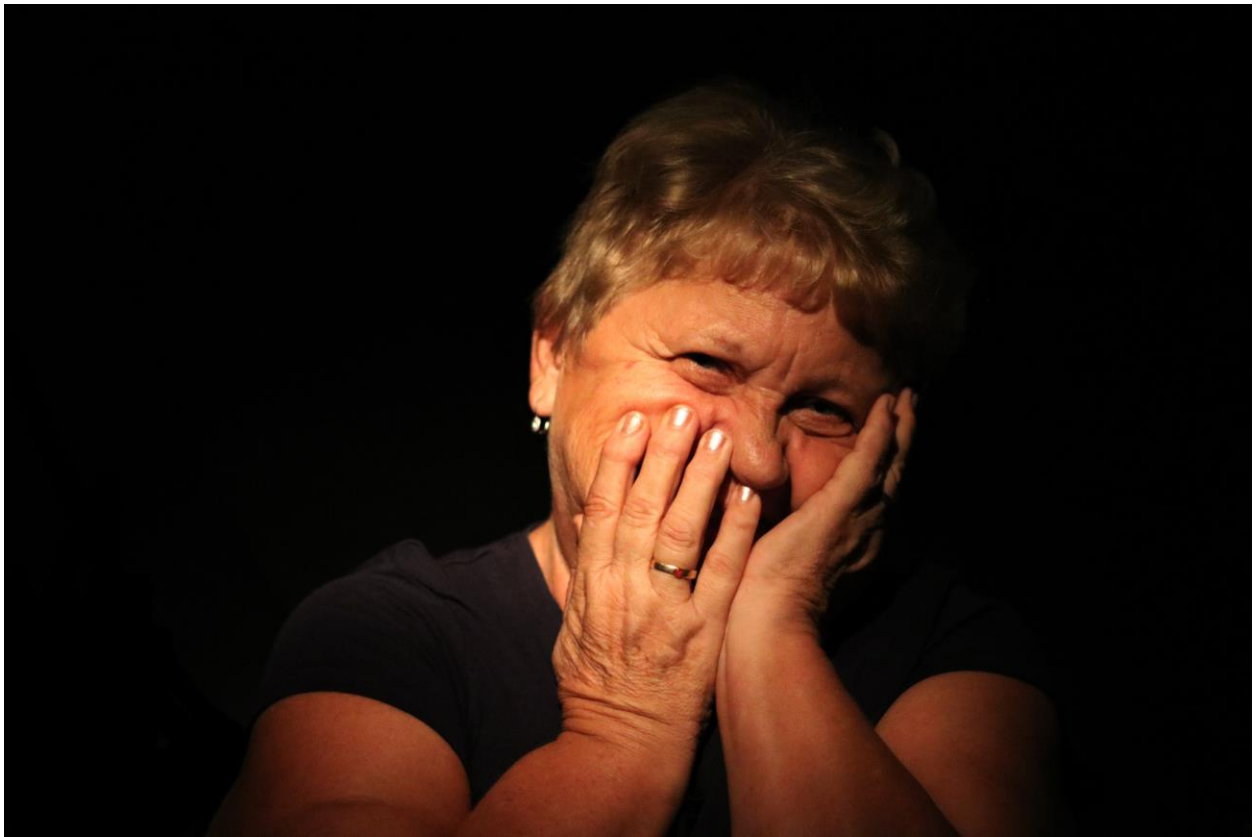


Slika 12.3. Sreća

Od svih različitih vrsta emocija, ljudi najviše teže sreći. Sreća se često definira kao ugodno emocionalno stanje koje karakteriziraju osjećaji zadovoljstva, radosti, zadovoljstva, zadovoljstva i blagostanja. Ova vrsta emocija ponekad se izražava kroz: izrazi lica (poput smiješka), govor tijela (poput opuštenog stava), ton glasa (optimističan, ugodan način govora).

Dok se sreća smatra jednom od osnovnih ljudskih emocija, stvari za koje mislimo da će stvoriti sreću imaju veliki utjecaj kulture. Na primjer, utjecaji pop kulture nastoje naglasiti da će postizanje određenih stvari, poput kupnje kuće ili visoko plaćenog posla, rezultirati srećom. Stvarnosti onoga što zapravo doprinosi sreći često su mnogo složenije i više individualizirane. Ljudi su dugo vjerovali da su sreća i zdravlje povezani, a istraživanja su podržala ideju da sreća može imati ulogu i u fizičkom i u mentalnom zdravlju. Sreća je povezana s različitim ishodima, uključujući povećanu dugovječnost i povećano bračno zadovoljstvo. Nasuprot tome, nesreća je povezana s različitim lošim zdravstvenim ishodima. [28]

Na primjer, stres, tjeskoba, depresija i usamljenost povezani su sa stvarima poput smanjenja imuniteta, povećane upale i smanjenja očekivanog života.



Slika 12.4. Sram

Ljudi koji doživljavaju sram obično pokušavaju sakriti ono čega se stide. Kad je sram kroničan, može uključivati osjećaj da ste u osnovi manjkavi. Često je teško ovu emociju prepoznati u sebi.

Sram se može definirati kao osjećaj neugodnosti ili poniženja koji nastaje u odnosu na percepciju da ste učinili nešto nečasno, nemoralno ili nedolično.

Dok je sram negativna emocija, njegovo podrijetlo igra ulogu u našem opstanku kao vrste. Bez srama možda nećemo osjećati potrebu pridržavati se kulturnih normi, slijediti zakone ili se ponašati na način koji nam omogućuje postojanje kao društvena bića.

Budući da želimo biti prihvaćeni, sram je evolucijski alat koji nas sve drži pod kontrolom. [29]

Djeca osjećaju sram kad se nalaze u grupi ljudi koju ne poznaju, pa se obično sakrivaju iza ruku, ramena, majice, zida ili osobe kojoj vjeruju kao roditeljima.



Slika 12.5. Nada

Većina trenutnih teorija emocija ne uključuje nadu kao emociju (barem ne prototipsku emociju). Međutim, u prethodna vremena (osobito tijekom srednjovjekovnog razdoblja, prije industrijske revolucije, kada nismo imali koristi od znanstvenih spoznaja i tehnologije da objasnimo većinu prirodnih pojava) nada se smatrala jednom od najosnovnijih emocija (Averill et al, 1990.). Međutim, James Averill, društveni konstruktivist, vjeruje da se nada uklapa u emocionalni model. Averill svoj zaključak da je nada emocija temelji na rezultatima studije koja je nadu usporedila s dvije druge emocije (ljubav i ljutnja). Averill i njegovi kolege otkrili su da su ispitanici ocijenili ljutnju, ljubav i nadu kao da svi imaju istih pet značajki: sve je teško kontrolirati, svi utječu na način na koji mislite ili doživljavate događaje, svi utječu na način na koji se ponašate, svi motiviraju ponašanje, povećavaju upornost, omogućuju čovjeku da nastavi (čak i suočeni s nedaćama) i svi imaju zajednička univerzalna iskustva. [30]

Nada obično uključuje izvjesnu neizvjesnost ishoda, tipično se tiče važnih pitanja i obično odražava moralne vrijednosti osobe. Nada se često smatra privremenim stanjem koje je specifično za datu situaciju i ovisi o nečijim vještinama ili sposobnostima. Studenti s velikom razinom nade rekli su da će raditi više i razmišljali su o širem rasponu stvari koje bi mogli učiniti kako bi poboljšali svoju završnu ocjenu. Studenti s umjerenom razinom nade razmišljali su o nekoliko načina za poboljšanje ocjene, ali su imali daleko manje odlučnosti da ih nastave. Učenici s niskom razinom nade odustali su od pokušaja poboljšanja ocjene, potpuno demoralizirani (Goleman, 1995.).



Slika 12.6. Ljutnja

Ljutnja može biti osobito snažna emocija koju karakteriziraju osjećaji neprijateljstva, uznemirenosti, frustracije i antagonizma prema drugima. Poput straha, ljutnja može odigrati ulogu u odgovoru vašeg tijela na borbu ili bijeg. Kad prijetnja generira osjećaj ljutnje, možda ćete biti skloni braniti se od opasnosti i zaštititi se. Ljutnja se često iskazuje kroz: izrazi lica (poput mrštenja ili blještavog pogleda), govor tijela (kao što je zauzimanje čvrstog stava ili okretanje), ton glasa (poput grubog govora ili vike), fiziološki odgovori (poput znojenja ili crvenila), agresivno ponašanje (poput udaranja, šutiranja ili bacanja predmeta). Iako se na ljutnju često misli kao na negativnu emociju, ponekad može biti dobra stvar. Može vam pomoći da razjasnite svoje potrebe u vezi, a može vas i motivirati da poduzmete mjere i pronađete rješenja za stvari koje vas muče.

Ljutnja može postati problem, međutim, ako je pretjerana ili izražena na načine koji nisu zdravi, opasni ili štetni za druge. Nekontrolirani bijes može se brzo pretvoriti u agresiju, zlostavljanje ili nasilje. [28]

Ova vrsta emocija može imati i psihičke i fizičke posljedice. Nekontrolirani bijes može otežati donošenje racionalnih odluka, pa čak može utjecati i na vaše fizičko zdravlje.

Ljutnja je povezana s koronarnim bolestima srca i dijabetesom. Također se povezuje s ponašanjima koja predstavljaju zdravstvene rizike, poput agresivne vožnje, konzumacije alkohola i pušenja.



Slika 12.7. Ljubomora

Ljubomora je složena emocija. Javlja se kada postoji stvarna ili uočena prijetnja međuljudskim odnosima. Pojedinač se može zamjeriti trećoj osobi što je oduzela ili se pojavila da oduzima osjećaje svoje voljene osobe. Osjećaji koji tipično prate emocije uključuju ogorčenost, ljutnju, neprijateljstvo i gorčinu.

Svatko doživi ljubomoru u nekom trenutku svog života, ali emocija može postati nezdrava i negativno utjecati na vaše odnose. Može varirati u intenzitetu. Kad je ozbiljna, iracionalna ljubomora može dovesti do nepovjerenja, paranoje, zlostavljanja ili čak fizičkog nasilja. [31]



Slika 12.8. Ljubav

Ljubav je skup emocija i ponašanja koje karakterizira intimnost, strast i predanost. To uključuje brigu, bliskost, zaštitu, privlačnost, naklonost i povjerenje. Ljubav se sastoji od sekundarnih emocija, poput naklonosti i čežnje. Ove sekundarne emocije tada bi se mogle još više raščlaniti na ono što je poznato kao tercijarne emocije. Sekundarna emocija naklonosti uključuje tercijarne emocije, poput volje, brige, suosjećanja i nježnosti. Ljubav može imati različit intenzitet i može se promijeniti s vremenom. Povezan je s nizom pozitivnih emocija, uključujući sreću, uzbuđenje, zadovoljstvo životom i euforiju, ali može rezultirati i negativnim emocijama poput ljubomore i stresa.

Istraživači su napravili razliku između osjećaja "sviđanja" i "ljubavi" prema drugoj osobi. Prema psihologu Zicku Rubinu, romantična ljubav sastoji se od tri elementa: privrženost (morate biti s drugom osobom i želite fizički kontakt i odobrenje), briga (cijenite tuđu sreću i potrebe isto koliko i svoju), intimnost (dijeljenje privatnih misli, osjećaja i želja s drugom osobom). Na temelju ovog pogleda na romantičnu ljubav, Rubin je razvio dva upitnika za mjerenje ovih varijabli, poznate kao Rubinove ljestvice voljenja i ljubavi. Dok ljudi obično gledaju na ljude koji im se sviđaju, ljubav je obilježena predanošću, posesivnošću i povjerenjem jedno drugome. [32]

Nisu svi oblici ljubavi isti, ljudi mogu doživjeti niz različitih vrsta ljubavi. Kao prijateljstvo, zaljubljenost, strastvenu ljubav, suosjećajnu ljubav i neuzvraćenu ljubav.



Slika 12.9. Iznenadenost

Iznenadenje je još jedan od šest osnovnih tipova ljudskih emocija koje je Eckman izvorno opisao. Iznenadenje je obično prilično kratko i karakterizira ga fiziološki zapanjujući odgovor nakon nečeg neočekivanog. Ova vrsta emocija može biti pozitivna, negativna ili neutralna. Neugodno iznenadenje, na primjer, moglo bi uključivati nekoga da iskoči iza drveta i uplaši vas dok hodate do auta noću.

Primjer ugodnog iznenadenja bio bi dolazak kući i otkrivanje da su se vaši najbliži prijatelji okupili da proslave vaš rođendan. Iznenadenje često karakteriziraju: izrazi lica (poput podizanja obrva, širenja očiju i otvaranja usta), fizički odgovori (poput skoka unatrag), verbalne reakcije (poput vike, vrištanja ili dahtanja).

Iznenadenje je druga vrsta emocija koja može potaknuti odgovor borbe ili bijega. Kad se zaprepaste, ljudi mogu doživjeti nalet adrenalina koji pomaže pripremiti tijelo za borbu ili bijeg. [28]

Iznenadenje može imati važne učinke na ljudsko ponašanje. Na primjer, istraživanje je pokazalo da ljudi imaju tendenciju nerazmjerno primijetiti iznenadujuće događaje.

Zbog toga se iznenadujući i neobični događaji u vijestima više ističu u sjećanju od drugih. Istraživanje je također otkrilo da su ljudi skloniji iznenadujućim argumentima i nauče više iz iznenadujućih informacija.



Slika 12.10. Gađenje

Gađenje je još jedna od izvornih šest osnovnih emocija koje je opisao Eckman. Gađenje se može pokazati na nekoliko načina, uključujući: govor tijela (odvrćanje od objekta gađenja), fizičke reakcije (poput povraćanja ili povraćanja), izrazi lica (kao što su nabiranje nosa i uvijanje gornje usne).

Taj osjećaj odbojnosti može potjecati od niza stvari, uključujući neugodan okus, vid ili miris. Istraživači vjeruju da se ta emocija razvila kao reakcija na hranu koja bi mogla biti štetna ili fatalna. Na primjer, kad ljudi osjete ili osjete hranu koja se pokvarila, gađenje je tipična reakcija.

Loša higijena, infekcija, krv, trulež i smrt također mogu izazvati odgovor gađenja. To može biti način na koji tijelo izbjegava stvari koje mogu prenijeti zarazne bolesti.

Ljudi također mogu doživjeti moralno gađenje kada promatraju druge kako se ponašaju kao neukusni, nemoralni ili zli. [28]

13. Zaključak

Emocija je u nama od samog rođenja i ona je nešto što prvo naučimo plačući već u prvim sekundama života. Promatramo li fotografiju s gledišta ljudi koji se njome bave, ili pak onih kojima je fotografija samo vrsta umjetnosti, emocija je ta koju svi možemo prepoznati. Bila to emocija sreće ili tuge, pozitivna ili negativna, crna ili bijela, uvijek ćemo je moći prepoznati kao takvu, bila ona iskrena ili pak namještena. No, potvrdivši hipotezu: „Ovisno o vrsti emocije i tehnici snimanja, doživljaj emocije će svatko doživjeti drugačije.“, shvaćamo kako je suština u onome što nam se iskreno prikazuje te to zapravo prepoznavamo i cijenimo.

Govoreći o high key fotografiji to je izraz lica, dok low key fotografije to je opuštenost tijela i način kretanja odnosno pozicije tijela. Osvrnemo li se na fotografiju portreta, iskren osmijeh koji uključuje sve nepravilnosti našega lica, ali baš one su suština u kojoj se emocije prenose sa fotografije na njenog promatrača. Emocije se upotpunjuju detaljima, linijama, oblicima i bojom koje svatko od nas ponaosob interpretira prema doživljajima koji dolaze iz vlastitog životnog iskustva. Emocijom i osvjetljenjem na fotografiji možemo opisati teksturu, bilo to kože, usana, svile ili krzna stvarajući izrazita sjećanja i snažne emocije koja bude vrlo osobna i duboka iskustva u nama. Stoga, emocija je ono istinsko u nama, ono što nas određuje i po čemu mi određujemo druge. Ona nas zaprepasti, usreći, rastuži, nasmije ili pak začudi, ali nikad ne ostajemo imuni na njenu pojavu kod drugih, već ona budi naše reakcije i same naše emocije.

U Varaždinu, 20.09.2021.

Sara Beik-Harić

Potpis studenta



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, SARA BEŽIK-HARIĆ (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom High key i low key portretna fotografija emocija (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Sara Bežik-Harić
(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, SARA BEŽIK-HARIĆ (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom High key i low key portretna fotografija emocija (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Sara Bežik-Harić

Literatura

- [1] K. Krog, „Reklamna fotografija“, Zagreb 2012., dostupno u kolovozu 2021.
https://eprints.grf.unizg.hr/893/1/DB72_Krog_Kristian.pdf
- [2] J. Baketarić, „Klasifikacija emocija na osnovi slike lica“, Osijek 2017. dostupno u kolovozu 2021.
<https://repozitorij.etfos.hr/islandora/object/etfos%3A1330/datastream/PDF/>
- [3] „Pristupi shvaćanju emocija“, dostupno u srpnju 2021.
<https://www.nakladaslap.com/public/docs/knjige/Razumijevanje%20emocija%20-%20pog.pdf>
- [4] D. G. Myers, "Theories of emotion" Psychology: Ninth Edition, Worth Publishers, New York, 2010., dostupno u lipnju 2021.
<https://3lib.net/book/1165310/70b56b>
- [5] Davor Žerjav, Osnove fotografije – foto-priručnik za početnike u fotografiji, OŠ Strahoninec, 2009., dostupno u kolovozu 2021.
https://davorzerjav.from.hr/wp-content/uploads/2015/10/osnove_fotografije_davor_zerjav.pdf
- [6] Ines Lisjak, Prikaz sedam smrtnih grijeha kroz portretnu fotografiju, Završni rad, Varaždin 2020., dostupno u srpnju 2021.
- [7] Sheshnjak, Povijest fotografije., dostupno u kolovozu 2021.
<https://tomislavdekovic.iz.hr/povijest-fotografije/>
- [8] ScanCafe, How Portrait Photography Has Evolved Over Time, 2019. dostupno u srpnju 2021.
<https://www.scancafe.com/blog/the-evolution-of-portrait-photography/>
- [9] Nikki, A Very Brief History Of The Portrait, dostupno u srpnju 2021.
<https://www.befunky.com/learn/a-history-of-portrait-photography/>
- [10] Biography, Richard Avedon Biography, 2014, dostupno u srpnju 2021.
<https://www.biography.com/artist/richard-avedon>
- [11] Nikolina Guja, Angelina prekrila tijelo pčelama, 2021., dostupno u lipnju 2021.
<https://story.hr/Celebrity/a161174/UZNEMIRILA-I-PREPLASILA-OBOZAVATELJE-Angelina-prekrila-tijelo-pcelama.html>
- [12] PhotoTraces, Famous Portrait Photographers and Their Photos, January 2021., dostupno u srpnju 2021.
<https://www.phototraces.com/creative-photography/famous-portrait-photographers/>

- [13] Artnet, Annie Leibovitz, Artworks and biography, dostupno u srpnju 2021. <http://www.artnet.com/artists/annie-leibovitz/>
- [14] Artnet, Arnold Newman, Artworks and biography, dostupno u kolovozu 2021. <http://www.artnet.com/artists/arnold-newman/>
- [15] Artnet, Philippe Halsman, Artworks and biography, dostupno u kolovozu 2021. <http://www.artnet.com/artists/philippe-halsman/>
- [16] Foto svijet, Vrste objektivna, dostupno u kolovoz 2021. <https://fotosvijet.hr/vrste-objektiva/>
- [17] G. Rand, T. Meyer: The Portrait-Understanding Portrait Photography, Santa Barbara 2014., dostupno u kolovozu 2021.
- [18] Teresa Milner, 3 Reasons to Learn Butterfly Lightung, ., dostupno u srpnju 2021. <https://www.colesclassroom.com/3-reasons-to-learn-and-rock-butterfly-lighting/>
- [19] Foto grafiti, High key – low key, Foto Savjeti, 2007., dostupno u srpnju 2021. <http://www.fot-o-grafiti.hr/novosti/savjeti/high-key-low-key>
- [20] Richard K. Ferncase, Basic Lighithing worktext for film and video, 2013., dostupno u srpnju 2021. <http://www.fot-o-grafiti.hr/novosti/savjeti/high-key-low-key>
- [21] STC Barbershop Blog, The 6 Different Types Of Face Shapes, 2017., dostupno u kolovozu 2021. <https://www.stcbarbershop.com/6-different-types-face-shapes/>
- [22] Erinn Morgan, The Best Glasses for Your Face Shape and Skin Tone, 2019., dostupno u kolovozu 2021. https://www.allaboutvision.com/eyeglasses/eyeglasses_shape_color_analysis.htm
- [23] Dress, Oblik lica, 2015.-2019., dostupno u kolovozu 2021. https://dress-hr.techinfus.com/krasota/forma-lica/kakie-byvayut/#h2_216074
- [24] April Nienhuis, When and how to use these 8 types of photography lighting, dostupno u kolovozu 2021. <https://www.theclickcommunity.com/blog/types-photography-lighting/>
- [25] Martina Japec, Ljudsko lice ima 21 izraz, 2014., dostupno u kolovozu 2021. <https://www.24sata.hr/lifestyle/ljudsko-lice-ima-21-izraz-od-sretnog-gaenja-do-divljenja-360250>

- [26] Dioptrija.hr, Što naše oči govore kada lažemo i skrivamo emocije?, 2020., dostupno u kolovozu 2021.
<https://www.dioptrija.hr/lifestyle/sto-nase-oci-govore-kada-lazemo-i-skrivamo-emocije/>
- [27] J. Sariñana, „Photography and the feelings of others: From mirroring emotions to the theory of mind“, PetaPixel, 2014., dostupno u lipnju 2021.
<https://petapixel.com/2014/10/25/photography-feelings-others-mirroring-emotions-theory-mind/>
- [28] Kendra Cherry, The 6 Types of Basic Emotions and Their Effect on Human Behavior, 2021., dostupno u kolovozu 2021.
<https://www.verywellmind.com/an-overview-of-the-types-of-emotions-4163976>
- [29] Arlin Cuncic, What is shame?, 2021., dostupno u kolovozu 2021.
<https://www.verywellmind.com/what-is-shame-5115076>
- [30] Patricia A. Dunavold, Happiness, Hope, and Optimism, 1997., dostupno u kolovozu 2021.
<http://www.csun.edu/~vcpsy00h/students/happy.htm>
- [31] Sarah Sheppard, What is jealousy?, 2021., dostupno u kolovozu 2021.
<https://www.verywellmind.com/what-is-jealousy-5190471>
- [32] Kendra Cherry, What is love?, 2020., dostupno u kolovozu 2021.
<https://www.verywellmind.com/what-is-love-2795343>

Popis slika

Slika 3.1. Portretna fotografija	10
Slika 4.1. Prvi autoportret, Robert Cornelius, 1839.	11
Slika 5.1. Portret sa pčelama	13
Slika 5.2. John Lennon	14
Slika 5.3. Portrait of Albert Einstein, Philippe Halsman, 1947.	15
Slika 6.1. Standardni objektiv Nikon 50 mm	16
Slika 6.2. Teleobjektiv Nikon 70-200	17
Slika 7.1. Pet primarnih površina osvjetljenja	18
Slika 7.2. Otvorena petlja	20
Slika 8.1. High key portret.	22
Slika 8.2. Balkon, high key histogram.	23
Slika 8.3. Sexy Phone, low key histogram.	25
Slika 9.1. Oblici lica	26
Slika 10.1. Zrcalni neuronski sustav	31
Slika 12.1. Tuga	44
Slika 12.2. Strah	45
Slika 12.3. Sreća	46
Slika 12.4. Sram	47
Slika 12.5. Nada	48
Slika 12.6. Ljutnja	49
Slika 12.7. Ljubomora	50
Slika 12.8. Ljubav	51
Slika 12.9. Iznenađenost	52
Slika 12.10. Gađenje	53