

## **Lights, Camera, Action**

-En praktisk studie om hur man skapar tilltalande modebilder med hjälp av fotograferings- och retuscherings-tekniker

Emmi Bergvik

Examensarbete för Estenom (YH)-examen

Utbildningen för Skönhetsbranschen

Vasa 2022

## EXAMENSARBETE

Författare: Emmi Bergvik

Utbildning och ort: Skönhetsbranschen, Vasa

Handledare: Jaana Ylimartimo-Nybäck

Titel: Lights, Camera, Action - En praktisk studie om hur man skapar tilltalande modebilder med hjälp av fotograferings- och retuscherings-tekniker

---

Datum: Hösten 2022   Sidantal: 48   Bilagor: 0

---

### Abstrakt

Syftet med detta examensarbete är att undersöka hur man skapar modebilder som en fotograf. Respondenten kommer att undersöka vilka aspekter man ska tänka på när man fotograferar och retuscherar modebilder, för att senare kunna utföra en modefotografering. Arbetet kommer vara till nytta för branskmänniskor, estenomer, samt andra som vill lära sig mer om fotografering.

Respondenten har skapat två olika bildserier utgående från teori om modefotografering, posering, kamerainställningar, retuschering samt den egna kreativiteten. Resultatet som fåtts med hjälp av makeup, hår, styling, fotografering och retuschering visar att bildernas känsla förstärks med hjälp av bakgrund och rekvisita, samt samspel mellan modellerna och kameran. Fototekniken hjälper att uppnå det slutresultatet man strävar efter, och därför är det viktigt att läsa sig in på ämnet. En modefotografering skapas genom att ha kunskap om alla viktiga komponenter, men det viktigaste av allt är den egna kreativiteten.

---

Språk: svenska

Nyckelord: fotografering, modefotografering, modebilder, kamerainställningar, retuschering

## **BACHELOR'S THESIS**

Author: Emmi Bergvik

Degree Programme: Beauty and Cosmetics, Vaasa

Supervisor: Jaana Ylimartimo-Nybäck

Title: Lights, Camera, Action – A practical study of how to create appealing fashion images using photography and retouching techniques

---

Date Fall 2022 Number of pages 48

Appendices 0

### **Abstract**

The purpose of this thesis is to examine how to create fashion images as a fashion photographer. The respondent will examine which aspects to consider when photographing and retouching fashion images, to later accomplish a fashion shoot. This study will be useful for professionals, bachelors in beauty and cosmetics and others who want to learn more about photography.

The respondent has created two different image series based on the theory of fashion photography, posing, camera settings, retouching and own creativity. The result obtained through makeup, hair, styling, photography, and retouching shows that the feeling of the images enhances with the help of background and props, as well as interaction between the models and the camera. Photo techniques helps to achieve the results you are aiming for, and therefore it is important to have knowledge about the subject. A fashion shoot is created by having knowledge off all the important components, but most important of all is your own creativity.

---

Language: Swedish

Key words: photograpy, fashion photography, fashion pictures, camera settings, retouching

**LIGHTS,  
CAMERA, ACTION**





# STORT TACK TILL

ELLEN MATTANS

ELLEN RANDSTRÖM

ALEKSI PUSKA

FELICÉ HENDERSSON

FANNY HENDERSSON



## Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
2	Syfte och problemprecisering.....	2
3	Teoretisk grund .....	3
3.1	Marknadsföring inom modebranschen .....	3
3.2	Modefotografering.....	4
3.2.1	Studiofotografering.....	6
3.2.2	Fotografering på location .....	8
3.2.3	Bildkomposition.....	8
3.2.4	Posering.....	9
3.3	Kamerainställningar.....	10
3.4	Retuschering .....	14
4	Tidigare forskning.....	22
5	Metoder .....	25
5.1	Dokumentstudier .....	25
5.2	Val av modeller.....	26
5.3	Fotografering .....	26
5.4	Bildanalys .....	27
5.5	Undersökningens praktiska genomförande .....	28
6	Resultatredovisning och tolkning.....	31
6.1	Tennis Court.....	32
6.2	The Office.....	38
6.3	Sammanfattning.....	43
7	Kritisk granskning.....	44
8	Diskussion .....	47
	Litteraturförteckning .....	49
	Bildreferenser.....	52

## 1 Inledning

Modebilder är något vi ser varje dag utan att tänka på det. Det kan vara allt från produktbilder på en webbshop, reklam i en tidning eller outfit-bilder på Instagram. Alla har en sak gemensamt, och det är att inspirera och sälja. Modebilder förknippas oftast med vackra modeller i extraordinära stilhelheter på annorlunda platser, men det kan vara så mycket mer. Genom att fotografera modebilder får man testa sin kreativitet och möjligheterna är många.

När jag började studera till estenom för tre år sedan var tanken att jag skulle bli stylist eller något liknande inom modebranschen, eftersom intresset för mode har alltid funnits där. Jag gillar att få vara kreativ och styla människor i vackra och annorlunda stilhelheter, men har ändå varit osäker på om det är det jag verkligen vill jobba med.

Sedan tidigt tonår har jag även varit väldigt intresserad av att fotografera, men har inte riktigt tagit tag i det förrän vi gick en fotograferingskurs första året på estenomutbildningen. Vi fick lära oss att fotografera med manuella inställningar, och plötsligt öppnades en helt ny värld. Jag kunde fotografera bättre än jag trodde! Under studietiden började jag fotografera allt från förlovningsbilder till personalfoton, och jobbade mycket på att hitta min egen stil. En dag slog det mig, jag ska börja fotografera modebilder. Genom att fotografera mode får jag en blandning av mina två stora intressen, samtidigt som jag får vara kreativ.

Därför kändes det som ett naturligt val att skapa detta arbete med syfte att testa mina kunskaper, samt inspirera och hjälpa branskmänniskor och estenomer som vill börja satsa mer fotografering i arbetet. Att ha snygga tilltalande bilder i en portfolio eller till en professionell Instagram-profil, gör att man blir mer trovärdig och syftet med bilderna framkommer bättre.

I arbetet kommer vissa ord att benämnas på engelska, eftersom det inte finns någon passande översättning till svenska.

## 2 Syfte och problemprecisering

Syftet med denna studie är att undersöka hur man skapar modebilder som en fotograf. Respondenten kommer att undersöka vilka aspekter man ska tänka på när man fotograferar och retuscherar modebilder, för att senare kunna utföra en modefotografering. Arbetet kommer vara till nytta för branskmänniskor, estenomer, samt andra som vill lära sig mer om fotografering av människor.

Följande forskningsfråga ställs:

1. Hur utförs en modefotografering?



### 3 Teoretisk grund

I detta kapitel kommer respondenten att samla teori om marknadsföring inom modebranschen, modefotografering, studiofotografering, fotografering på location, bildkomposition, posering, kamerainställningar samt retuschering. Dessa ämnen tas upp för att respondenten ska kunna genomföra en modefotografering.

#### 3.1 Marknadsföring inom modebranschen

Det huvudsakliga syftet med marknadsföring är att framföra nytänkande information till modeföretag för att de ska kunna göra strategiska och taktiska beslut (Jackson & Shaw, 2009, s. 24). Utvecklingen av sociala medier har lett till nya marknadsföringstekniker och framväxande aktörer inom den digitala miljön, där till exempel modebloggare och influencers har ett stort inflytande på modemarknadsföringen (Guercini, 2018). Den nya teknologin har även gett plats åt en mer flexibel marknadsföring, som via bloggar och sociala medier (Jackson & Shaw, 2009, s. 273). Sociala medier har blivit den plattformen konsumenterna vänder sig till för att få inspiration om mode, trender och de senaste märkena. Detta har medfört att det är extra viktigt för modeföretagen att etablera sig på olika sociala medier, för att kunna ha en direkt kontakt med konsumenten. (Bendoni, 2017, s. 7)

Modeföretag väljer ofta att samarbeta med kända personer, som har makten att influera och föra trender framåt. År 2006 fotograferades modellen Kate Moss i en väska designad för välgörenhet i samarbete med den brittiska butiken Superdrug, och såldes i stora siffror enbart för att Moss hade setts använda den. Efter det väcktes tankarna hos modeföretagen att man kan använda sig av kända profiler för att marknadsföra produkter, och influencers började sakta men säkert att komma till liv (Jackson & Shaw, 2009, ss. 282-283). Sedan år 2010 har det varit en stor del för många företags marknadsföringsstrategier att samarbeta med influencers. Influencers och modebloggares jobb var då att visa upp företagets produkter på till exempel olika events och sammankomster. Modebloggarna har utan tvekan skapat ett direkt band till konsumenterna, och öppnat en dörr till tvåvägskommunikationen.

Bloggare och influencers delar med sig av sin vardag och åsikter till följarna som om de vore deras bästa vänner, och det är det som har gjort influencers pålitliga, både för deras följare och samarbetspartners. (Bendoni, 2017, s. 29)

### **3.2 Modefotografering**

En modefotografs jobb är att med hjälp av fotografen själv, modellen och produkten skapa konst som influerar andra människor till att köpa produkten på bilden. Modefotografen har ofta som huvudsaklig uppgift att producera bilder som inspirerar och säljer, och jobbar därför egentligen också med marknadsföring. Modefotografering handlar många gånger om att visa upp vackra modeller i designerkläder på tropiska platser, men det kan även vara vardagliga människor som visar upp vardagliga kläder (Singh G. , 2020). Trots att fotografen många gånger har en begränsad budget, strävar hen alltid till att skapa minnesvärda bilder. Alla fotografer har sina egna visioner och är unika på sitt sätt, och många gånger går det att identifiera en fotograf bara genom att se en bild. (Tarantino & Tan, 2005, s. 1)

När man jobbar med modeller är det viktigt att få modellen att känna sig trygg i omgivningen, respektera modellen, samt att ge feedback. Genom att prata om vardagliga saker som jobb och intressen kan man få modellen att slappna av under fotograferingen. Många fotografer har ofta fingret på kamerans avtryckare hela tiden, för att snabbt kunna fånga modellens naturliga ansiktsuttryck medan hen pratar eller lyssnar. Detta gör att man får en avslappnad stämning samtidigt som man fångar uppriktiga ansiktsuttryck. (Tarantino & Tan, 2005, ss. 51-55)

Fotografen jobbar oftast i team när det handlar om större fotograferingar, och har många gånger en assistent som hjälper till med ljussättning och utrustning. Andra teammedlemmar är hårstylist, makeupartister, modeller och stylist. Förutom fotografen är stylisten den viktigaste medlemmen, eftersom stylisten väljer ut, hämtar och returnerar kläder, och ser till att rätt kläder sätts på modellen (Aspers, 2001). Som fotograf under en fotografering måste man ha koll på hela teamet, för att se till att alla gör sitt jobb, men även att påminna om målet för fotograferingen (Bidner & Bean, 2005, ss. 61-62). En viktig del inför en fotografering är att hitta en bra modell som passar ändamålet. Bäst resultat fås oftast med en erfaren modell som fotografen har jobbat med tidigare.

Det är viktigt att ha en bra relation till modellen för att kunna dela visioner och tankar om hur fotograferingen ska bli. Om man inte har jobbat med modellen tidigare, kan det vara bra att ha en test-fotografering om tiden finns. Detta ger en bra möjlighet att lära känna modellen och bygga upp en relation (Tarantino & Tan, 2005, s. 51). Standardtiden för en fotografering är ungefär 12 timmar, men kan också vara allt mellan en par timmar till flera dagar. Det är sällan som hela teamet tar gemensamma pauser, utan pauser tas var för sig under dagens gång. När modellen får hår och makeup fixat, kan fotografen ta paus och gå igenom bilderna från dagen. (Burns-Tran & Davis, 2018, s. 243)

Modefotografering delas upp i fyra olika kategorier: Editorial fotografering, katalogfotografering, High Fashion fotografering, och Street Fashion fotografering (Singh G. , 2020). Editorial fotograferingens syfte är att visa upp designerkläder på modeller i en kreativ miljö, samt att berätta en story. Bilderna kan visas i stora modetidningar eller i lokaltidningens mode-uppslag. Editorial fotograferingar klassas oftast som endast inspirerande bilder och fokuserar mycket på stämningen, och fungerar inte som reklam. Att fotografera Editorial bilder kräver även mer tanke på fokus, ljus, exponering och poseringar, eftersom slutresultatet på bilderna ska ha väldigt hög kvalitet (Singh A. , 2021). Denna typ av fotografering kan innebära flera olika byten av rekvisita, kläder, samt hår- och makeup, för att tydligt få fram syftet med fotograferingen. Kreativiteten får verkligen flöda när man jobbar med Editorial fotograferingar. (Gaither, 2019)

Att fotografera High Fashion är den mest avant-garde typen av fotograferingar. Det innebär att motiven på bilderna är mestadels världskända personer och modeller i extravaganta designerkläder poserande i annorlunda poser (Singh G., 2020). High Fashion fotograferingar kräver väldigt mycket planering, och människorna i teamet ska vara professionella för bästa möjliga resultat (Gaither, 2019). Dessa typer av bilder används som reklam i tidningar, som tidningsomslag eller på stora billboards. Syftet med denna typ av bilder är att fånga uppmärksamhet. (Singh G. , 2020)

Street Fashion, eller även kallat Lifestyle Fashion, är bilder fotograferade i vardagliga miljöer, till exempel på stan. Det beskrivs även ofta som motsatsen till High Fashion (Singh G. , 2020). Street Fashion-fotografer väljer oftast att fotografera vanliga människor över modeller (Gaither, 2019). "Modellerna" tenderar ofta att smälta in i omgivningen, och ska inte sticka ut speciellt mycket. (Singh G. , 2020)

Många gånger är det inte kläderna som fotografen är ute efter, utan det är mera personens självförtroende, uttryck eller ljuset som gör en Street Fashion bild tilltalande. De flesta Street Fashion-fotografer använder sig av en längre lins för att kunna ta bilder på längre håll, detta för att få personerna som fotograferas att känna sig mer självsäkra (Gaither, 2019). Bilderna kan användas i tidningar eller kataloger, eller helt enkelt som modebilder. (Singh G. , 2020)

Sista genren av modedefotografering är katalogfotografering. Fotograferingens syfte är att ta bilder på vardagliga människor i kläder som representerar företaget. Bilderna är ofta väldigt neutrala och fotograferas i en studio med vit bakgrund (Singh G. , 2020). Modellen har vanligtvis neutrala smycken och accessoarer, och i bilderna finns oftast få rekvisita. Katalogfotografering är egentligen också en typ av produktfotografering, skillnaden från en vanlig produktfotografering är att produkten är i detta fall kläder på en modell. En sidogren av en katalogfotografering är Lookbook. Lookbook-fotografering kombinerar katalogfotografering med Lifestyle, och syftet är att skapa inspirerande bilder på modeller i som bär det representerade företags kläder i vardaglig miljö. (Gaither, 2019)

### **3.2.1 Studiofotografering**

Modedefotografering utgörs ungefär hälften av tiden i studiomiljö. En studio kan betyda olika saker för olika personer, men det som behövs är egentligen bara några tomma väggar och tillgång till elektricitet. När platsen är säkrad är det bara utrustningen som behövs. (Tarantino & Tan, 2005, s. 65)

#### **Stativ**

För att undvika ömma handleder efter en hel dag på en fotografering kan man använda ett stativ i stället för att hålla i kameran. Stativet hjälper till att stabilisera kameran för att bilderna ska uppnå högsta möjliga skärpa. När man fotograferar med stativ kan ISO-talet eller slutartiden sänkas utan att bilderna blir oskarpa. Det finns flera olika modeller att välja på, men i studiofotografering fungerar ett standardstativ med tre axlar bra. (Tarantino & Tan, 2005, s. 71)

## Ljussättning

Ljussättningen är en av de viktigaste sakerna när det kommer till studiofotografering eftersom ljuset producerar olika effekter i bilden. Ljuset delas ofta upp i två olika kategorier, hårt ljus och mjukt ljus. Hårt ljus är till exempel en ensam glödlampa som ger skarpa skuggor och mjukt ljus kan vara en softbox över en blix. Förutom styrkan på ljussättningen är även färgen på lamporna viktiga för bildens känsla. (Bidner & Bean, 2005, s. 11)

Softbox är en box bestående av ett genomskinligt tyg som är träd på en metallram, med en blix eller lampa inuti boxen och används ofta som ett mjukt ljus (Bidner & Bean, 2005, s. 26). Insidan är täckt i ett tyg i guld, silver eller vitt, för att öka reflektionen. Boxen kommer i alla olika storlekar och former, men rektangel och fyrkant är vanligaste. En reflektor är även viktigt att involvera i sin utrustning. Likt en softbox kommer reflektorerna i alla former och storlekar, och används främst för att styra skuggor. (Tarantino & Tan, 2005, ss. 73-76)

För att uppnå korrekt exponering används en ljusmätare. Mätaren finns automatiskt inbyggd i både telefon och kamera, och visar om man är korrekt-, under- eller överexponerad. Mätaren går att ställa in manuellt på en kamera genom slutartid, ISO-tal eller bländare, men det går även att låta kameran ställa in det automatiskt. Ljusmätaren i kameran fungerar bra, men en separat ljusmätare ger mer exakt exponeringsbedömning. För att mäta ljuset med ljusmätare applicerar man den nära modellen, och trycker på ljusmätningknappen på enheten. Då mäts det direkta ljuset som faller på modellen, i stället för ljuset som reflekteras. Ljusmätaren fungerar bäst i studiomiljö med blixlar. (Borehed, 2018)

## Bakgrunder

Bakgrunder kan vara allt från stora målade tavlor, släta väggar och olika tyger, men det som oftast används är papper. Pappren kan köpas i stora rullar som sedan spänns upp på stativ, och det finns oändligt med färger och mönster att välja på. När man väljer bakgrund är det viktigt att tänka på vilken känsla man vill framföra i bilderna. En rörig bakgrund kan göra att den tar fokus från modellen och kläderna som ska säljas, medan en bakgrund som går i samma ton som kläderna på modellen kan ge ett lugnt intryck (Tarantino & Tan, 2005, s. 77). När man fotograferar en modell vid en helvit pappersbakgrund händer det ofta att



bakgrunden blir gråaktig på grund av ljuset som reflekterar. För att förhindra detta kan man placera en plexiglas-skiva på golvet där modellen kommer att posera, och ljuset kommer att reflekteras från glaset och bakgrunden blir klar vit. (Bidner & Bean, 2005, s. 62)

### **3.2.2 Fotografering på location**

Som modefotograf borde man ha som vana att alltid scouta nya locations. Ett tips är att ha en mapp på datorn fylld med olika locations, för att kunna gå tillbaka och titta på bilderna från platsen till exempel när man planerar en fotografering. Att fotografera på annan plats än i studio kan ofta vara utmanande av flera olika anledningar. Fotograferar man på till exempel en strand, på ett fält eller i en offentlig byggnad kan det många gånger vara svårt att ha tillgång till elektricitet, samt att man inte kan kontrollera alla aspekter på platsen på samma sätt som i en studio. Att fotografera på location ger å andra sidan mer textur och djup i bilderna än när man fotograferar i studio, och man får bättre ljus utan att användas sig av massor med utrustning. En viktig sak att kolla upp på förhand är i vilket väderstreck platsen ligger, för att kunna räkna ut hur solen rör sig. (Tarantino & Tan, 2005, ss. 121-127)

### **3.2.3 Bildkomposition**

Bra bilder är oftast väldigt enkla, men kräver en tydlig komposition. Bilder med en komplicerad komposition blir oftast inte uppskattad av någon annan än fotografen själv, eftersom bara fotografen förstår en oorganiserad bild (Barr, 2009, ss. 22-23). När man fotograferar människor är det till fördel att placera modellen lätt utanför mitten av bilden, samt att gå ner till modellens ögonnivå, eller vagt under, för att uppnå bästa resultat. Om modellen fotograferas ovanför uppstår risken att huvudet ser oproportionerligt stort ut mot resten av kroppen (Burns-Tran & Davis, 2018, s. 246). Om modellen är vänd mot någon sida i bilden, se till att modellens ansikte är vänd till den öppnaste ytan, för att få en mer naturlig känsla i bilden (Berkenfeld, u.d.). När det kommer till att komponera bilder är tredjedelsregeln bra att ha i bakhuvudet. Det är en av fotovärldens mest kända regler när det kommer till att skapa harmoni i bilder (Segeholm, 2008, s. 170). Tredjedelsregeln kan enkelt tillämpas genom att aktivera ett rutnät i kamerans inställningar.

Rutnäten delas upp i nio lika stora fyrkanter, och syns i kamerans sökare eller på skärmen. Enligt tredjedelsregeln ska huvudmotivet i bilden skära genom en av linjernas skärningspunkter för att få en intressant och harmonisk bild. Rutnäten kan även vara till hjälp för att fotografera raka bilder (Berkenfeld, u.d.). Figur 1 följer tredjedelsregeln eftersom huvudmotivet (modellen) skär genom en av linjernas skärningspunkt, samt att modellen är vänd mot den öppnaste ytan i bilden.



*Figur 1. Tredjedelsregeln i praktiken*

### **3.2.4 Posering**

Posering är en av de mest utmanande aspekterna med att fotografera människor, och utan att ha kunskap om posering är det svårt att lyckas i branschen. Posering är personligt, och uppfattas inte på samma sätt av alla. De bästa poserna kommer även när modellen är i rörelse, eller samspelar med bakgrunden och rekvisita (Singh G. , 2020). Det viktigaste med poseringen är att modellen ska få en förlängd kropp, samtidigt som höften ser smalare ut och undviker en dubbelhaka. Professionella modeller vet dessa saker, men om man jobbar med en modell utan erfarenhet är det stylisten eller fotografen som ska guida modellen genom dessa poseringar (Burns-Tran & Davis, 2018, s. 231). Det finns tyvärr ingen pose som är smickrande för alla, utan som fotograf måste man ha kunskap att kunna posera

modellerna på ett sätt som är smickrande enskilt för varje modell. (Valenzuela R. , 2012, s. 17)

När man ska posera en modell är grundregeln att ha objektet som man vill lyfta närmast kameran, och alltid försöka dra uppmärksamheten till modellens främsta styrkor. Till exempel om en kvinnlig modell vill att storleken på bysten ska se större ut, se till att modellen lutar bysten något framåt. Om en modell har större byst kan denna posering dock göra att kroppen ser oproportionell ut (Adler, 2017, ss. 115-120). Genom att stå med korsade ben och ha vikten på ena sida av kroppen gör att det skapar mer kurvor än vad modellen har. När kroppsvikten är jämnt fördelad på båda fötterna gör det att modellen ser stel ut, men kan även uppfattas som oskyldig och lekfull. Om man vill undvika att ha benen i kors men ändå uppnå en smickrande posering, testa att ha en fot framför den andra, medan vikten hålls på den bakre foten. Främre benet ska böjas vagt och tårna ska peka mot samma håll som knäet. En kroppsdel som även är viktigt att fokusera på när man poserar en modell är ryggraden. Ryggraden ska alltid hållas rak och lång, för att poseringen ska se igenomtänkt och bekväm ut. Förutom att hålla ryggraden rak ska även axlarna vara nersänkta och vagt dragna bakåt. Detta skapar en bra grund för många olika poseringar. (Valenzuela R. , 2014, ss. 17-21)

### **3.3 Kamerainställningar**

Genom att fotografera i manuellt läge har man möjligheten att styra bildens ljushet med hjälp av bländare, ISO-tal och slutartid. (Brohede, 2021)

#### **Bildformat**

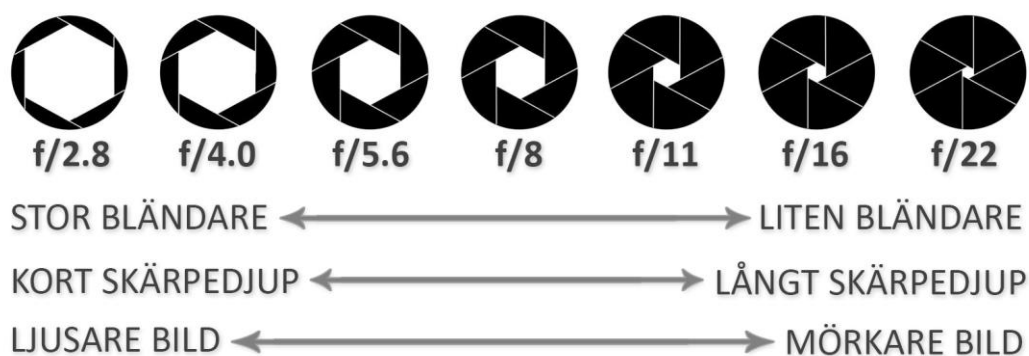
När man fotograferar med systemkamera finns möjligheten att välja mellan olika bildformat. Formatet har stor betydelse, eftersom det bestämmer vilken kvalitet bilden får, samt hur bilden kan ändras i redigering efterhand. När man införskaffar en ny kamera är bildformatet automatisk inställt på JPG. Detta format passar bra till en nybörjarfotograf som vill kunna använda bilderna direkt ur kameran, utan att behöva redigera bilderna. Bilderna har en mindre filstorlek än när man fotograferar i RAW-format, på grund av att kameran komprimerar filen genom att ändra på ljus, svärta, kontrast, skärpa och färg.

När kameran har gjort dessa saker gör den sig av med all information som fanns i bilden tidigare, och det gör att möjligheterna till att redigera bilderna i efterhand begränsas. (Åberg, 2018)

RAW-formatet är ett mer komplicerat format som ger mer möjligheter till redigering. RAW-filen tar upp större rum i minneskortet eftersom kameran inte komprimerar filen som den gör med JPG-filen. Filen har med andra ord sparat precis all information och därför finns det oändligt med möjligheter att redigera bilden. Viktigt att komma ihåg är att kameran inte har "redigerat" bilden som den gör med JPG-bilder, därför kan RAW-bilden uppfattas som lite färglösare och kontrastlösare än JPG-bilden. RAW-filen går inte att ladda upp direkt på till exempel sociala medier, utan den behöver redigeras först. Det är först när man har redigerat filen och sparat ner den igen som en JPG-fil som man kan ladda upp bilden på diverse kanaler. (Åberg, 2018)

### **Bländare**

Bländaren är ett hål i kamerans objektiv som bestämmer hur mycket ljus som ska nå sensorn. Ju större öppning på bländaren, desto ljusare blir bilden. För att kunna bevara ljusa eller mörka detaljer i en bild krävs rätt exponering. Om ljusinsläppet i en bild är för hög kallas det överexponering, och om ljusinsläppet är lågt kallas det underexponering. Det finns ingen standardexponering, utan exponeringen beror på det befintliga ljuset. För att bestämma ljusinsläppet och exponeringen används alltså bländaren. Storleken på bländaren kan justeras på en ratt på kamerahuset, och talet visas ofta både i sökaren och på kamerahusets display. Bländarskalan betecknas med  $f/$  och går från talen  $f/1$  till  $f/32$  på följande sätt:  $f/1$   $f/1,4$   $f/2$   $f/2,8$   $f/4$   $f/5,6$   $f/8$   $f/11$   $f/16$   $f/22$   $f/32$ . För varje steg som bländarantalet ändras till höger, släpps det in exakt hälften mycket ljus som steget innan gjorde. Ett lågt bländartal är lika med stor bländare och mer ljus i bilden, medan ett högt bländartal ger liten bländare och mörkare bild (se figur 2 för få en sammanfattning). (Hagberg, 2012)



Figur 2. Bländarskala

Förutom att bestämma exponeringen har bländaren även förmågan att påverka skärpedjupet i bilden, det vill säga att justera området i bilden som blir skarpt. Skärpedjupet har inga skarpa gränser, utan övergången sker stegvis både framför och bakom punkten som är i fokus. En stor bländare med lågt bländartal ger kort skärpedjup och vice versa. Kort skärpedjup passar bra till exempel när bakgrunden i ett porträtt känns stökig. Långt skärpedjup används ofta i bilder som saknar självklara motiv, och gör sig inte lika bra som bilder med kort skärpedjup när det kommer till fotografering av människor. (Hagberg, 2012)

### ISO-tal

ISO-tal definierar hur snabbt en bildsensor kan fånga upp ljus (Rosenqvist, 2008). Ett högre ISO-tal gör sensorn mer ljuskänslig, men gör även att bilden blir mer brusig. Ett lägre ISO-tal gör bilden mindre ljuskänslig, och passar därför bra att använda i goda ljusförhållanden. För att kunna höja ISO-talet utan att bilderna ska bli brusiga bör slutartiden vara kort. ISO-skalan går vanligtvis som följande: 50, 100, 200, 400, 800, 1600, 3200 osv. ISO-talet 100 passar bra till en ljus sommardag, medan ISO 400 kan behövas när man fotograferar inomhus i ett mörkt rum. (Hagberg, 2012)

ISO-talet hör ihop med bländare och slutartid, och för att ändra ISO-talet måste också någon annan av komponenterna ändras för att hålla exponeringen oförändrad. Varje ISO-steg motsvarar ett slutartid- eller bländarsteg. Detta betyder att om ISO-talet höjs från 100 till 200, kan slutartiden sänkas från till exempel 1/125 till 1/250 för att hålla exponeringen konstant. (Hagberg, 2012)



## Slutartid

Slutaren är en lucka framför sensorn i kamerahuset som hålls stängd i grundläget. Luckan öppnas exakt när en bild tas, och är öppen den tid som slutartiden är inställd på. Längden på slutartiden bestämmer hur mycket ljus som kommer in i bilden, och därför kallas slutartiden även för exponeringstid (Sejdeborn, 2022). Slutartiden räknas i delar av en sekund, men de flesta kameror uppger bara nämnaren. Hela sekunder anges med tecknet " för att skilja på sekunddelar och hela sekunder. Skalan för slutartiden ser ofta ut på följande sätt: 30" 15" 8" 4" 2" 1" 2 4 8 15 30 60 125 250 500 1000 2000... Det betyder alltså att talet 30" är lika med 30 sekunder och talet 30 är 1/30 sekunder. (Hagberg, 2012)

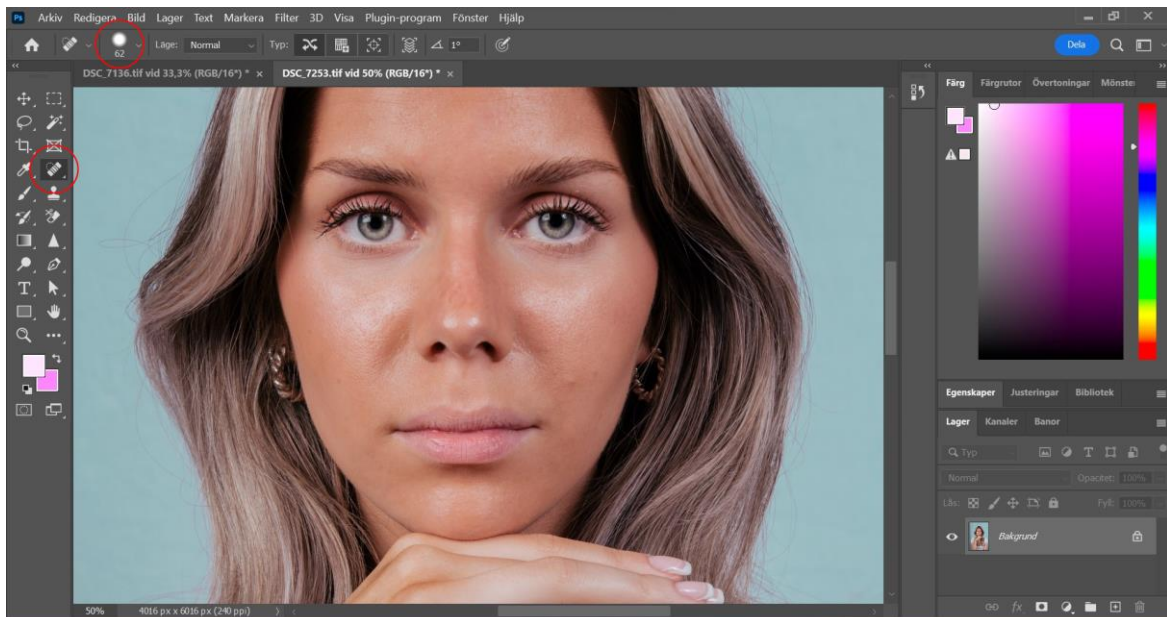
När slutartider lägre än 1/100 sekunder kommer bilderna att bli oskarpa om inte stativ används. Om motivet rör på sig under tiden luckan är öppen kommer motivet att bli oskarpt om inte kameran hålls helt still. Om motivet på bilden är i rörelse är en kort slutartid optimalt att använda (till exempel 1/500 sekund), eftersom korta slutartider fryser rörelser. Kort slutartid betyder även att sensorn är öppen väldigt kort tid och att bilderna blir lätt mörka. För att kompensera ljuset måste ISO-talet eller bländaren justeras. Mycket långa slutartider kan användas vid kreativa fotograferingar där motiven i bilden rör sig. Det är ofta vid fotografering av till exempel vatten som rinner eller bilar som kör på natten som lång slutartid används för att få fram rörelsen på bilden. (Hagberg, 2012)

### 3.4 Retuscheri

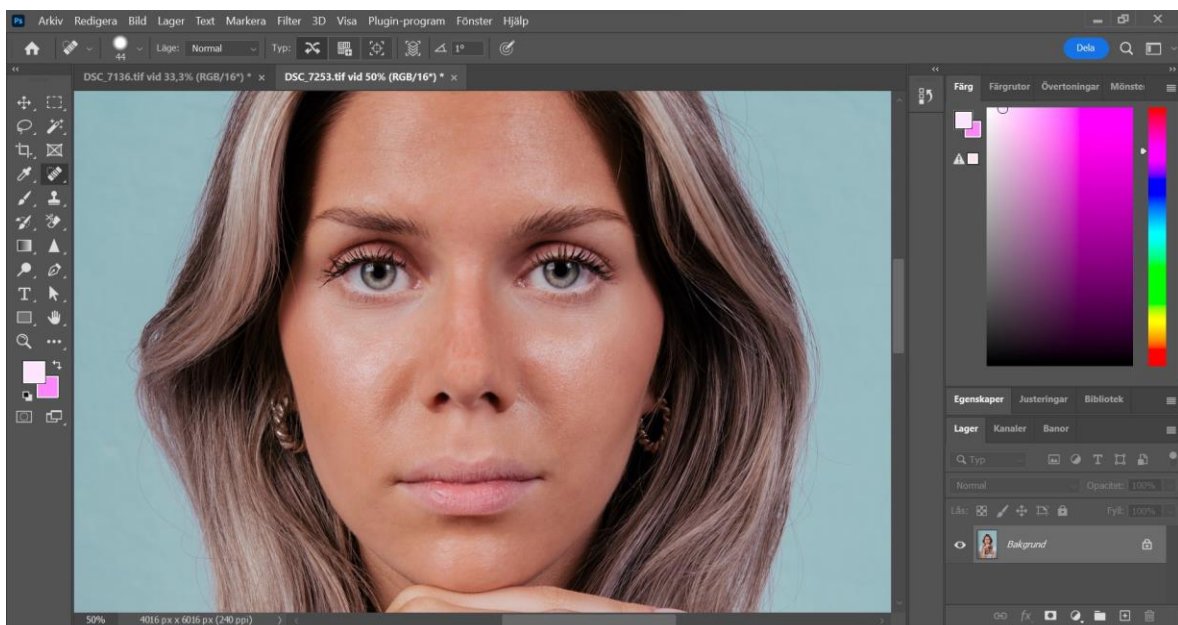
Retuscheri är en viktig del i arbetsprocessen som en kommersiell modiefotograf. Den programvara som de flesta fotografer använder sig av är Adobe Lightroom, Adobe Photoshop eller Capture One Pro. Lightroom används för att ha ordning på alla bilder och göra ändringar i färger, kontrast och skuggor. Photoshop används efteråt för att till exempel ta bort damm från linsen, eller ta bort skavanker på modellen. Verktygen som används till det är vanligtvis Spot Healing Brush, Healing Brush, Patch Tool och Clone Stamp Tool (Kopczok, 2021). Respondenten kommer nedan att redovisa för de vanligaste verktygen att använda i Photoshop vid retuscheri av modebilder. Bilderna är fotograferade av respondenten och skärmdumparna är tagna från Photoshop.

#### Smart lagningspensel

Verktyget Smart lagningspensel gör att man kan ta bort fläckar och andra föremål snabbt och enkelt. När man klickar på en fläck matchar lagningspenseln färgerna och omgivningen runt det markerade området. Verktyget tar bakgrundens textur, pixlar och ljus till hänsyn för att uppnå bästa möjliga slutresultat. För att använda verktyget, välj "Smart lagningspensel" i panelbalken till vänster. Ändra storlek och hårdhet på penseln enligt behov och dra med verktyget över objektet man vill ha bort, i detta fall olika orenheter i modellens ansikte (se figur 3). När man släpper musknappen försvinner objektet och ersätts av bakgrunden. Upprepa detta tills alla oönskade objekt är borta (se figur 4). (Ansell, 2020, ss. 83-84)



Figur 3. Före Smart Lagningspensel (Photoshop; Bergvik 2022)



Figur 4. Efter Smart Lagningspensel (Photoshop; Bergvik 2022)

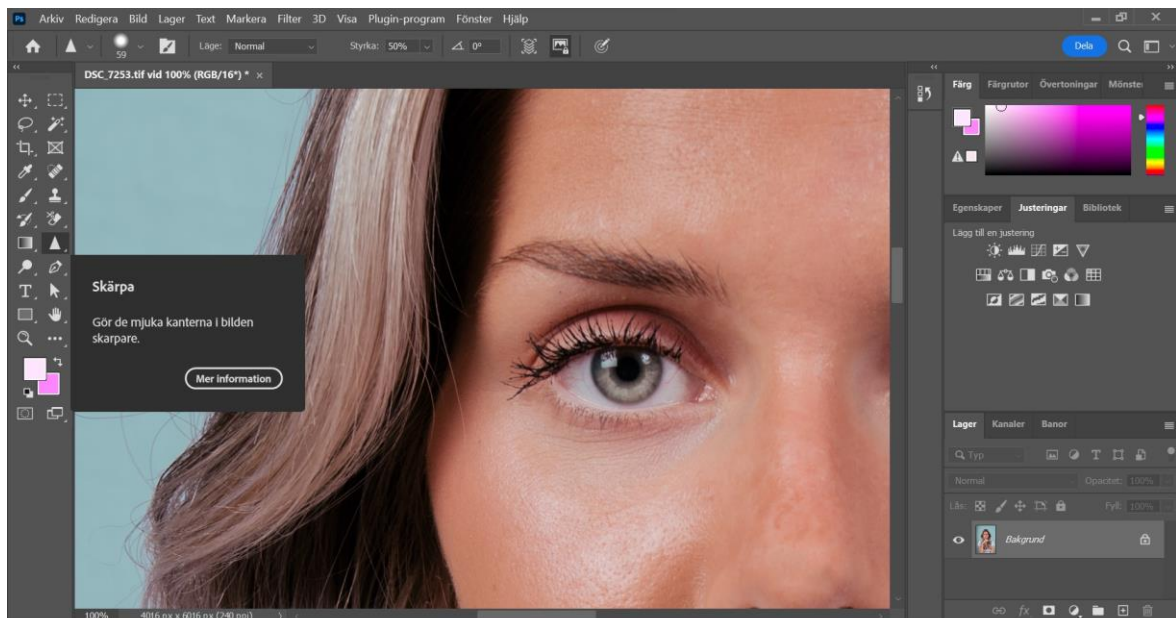
### Lagningspensel

Denna gör likt den smarta lagningspenseln och tar bort oönskade föremål samtidigt som den tar hänsyn till struktur och ljus i bilden. Välj verktyget "Lagningspensel" i panelbalken till vänster, och justera penselns storlek och hårdhet för att den ska passa till det man ska ta bort. Zooma in på ansiktet för att få bättre bild av vad man jobbar med. Håll ner Alt-

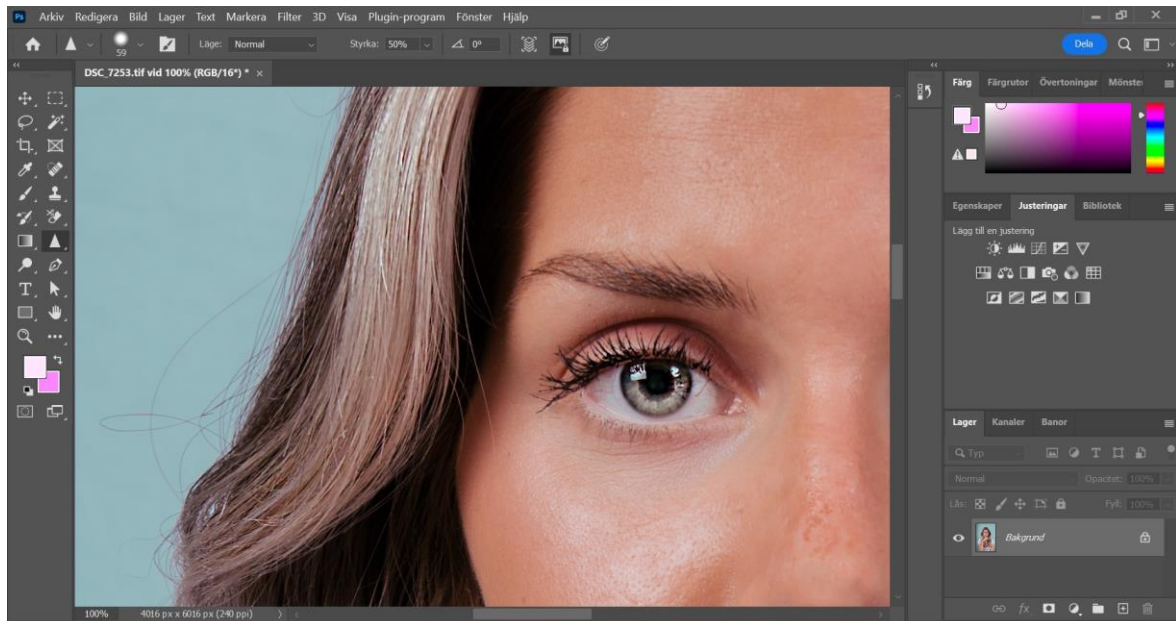
tangenten bredvid objektet man ska ta bort, tills kikarsiktet kommer upp. Det är från kikarsiktet som färgproverna tas, och kommer att ersätta objektet som tas bort. Klicka på objektet som ska tas bort. Upprepa detta på alla objekt som ska bort. (Ansell, 2020, s. 84)

## Skärpa

Med verktygen "Skärpa" och "Oskärpa" kan ett område eller föremål enkelt målas över för att göra det mer skarpt eller suddigare. I detta exempel används "Skärpa" för att göra ögonen klarare. Välj storlek på verktyget, ju högre värde på styrkan, desto kraftigare påverkan på bilden (se figur 5). Måla över objektet som ska skäras, i detta fall ögonen (se figur 6). (Ansell, 2020, s. 89)



Figur 5. Före skärpa (Photoshop; Bergvik 2022)



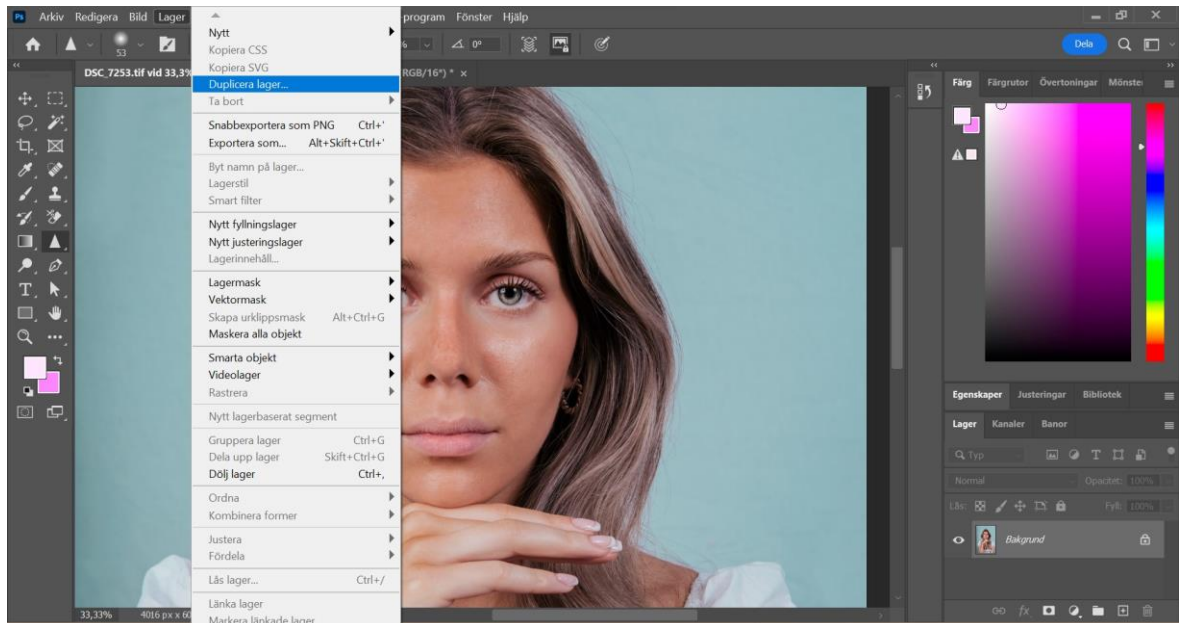
Figur 6. Efter Skärpa (Photoshop; Bergvik 2022)

### Släta ut hudens textur

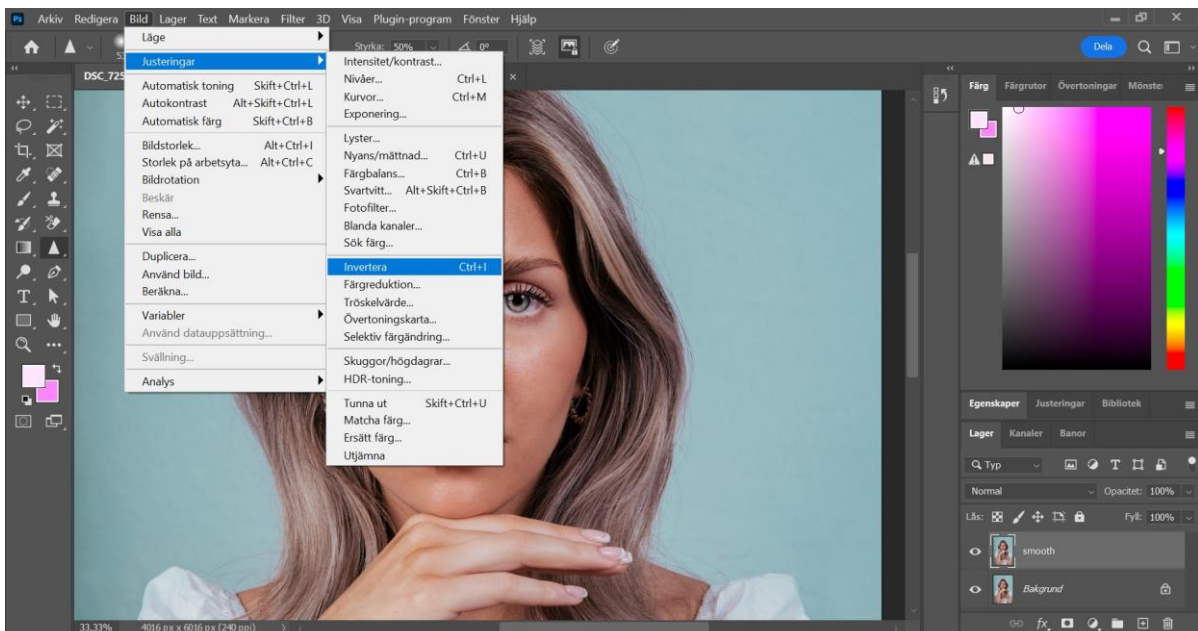
Att släta ut hudens textur är vanligt att göra i porträttbilder till modetidningar och kommersiella bilder. Det finns många olika sätt att göra detta på, men här är ett enkelt sätt att släta ut huden i Adobe Photoshop. För att göra detta, öppna upp ett porträtt i Photoshop och gå till *Lager*, *Duplicera lager*, döp lagret och tryck OK (se figur 7). Gå sedan till *Bild*, *Justeringar* och *Invertera* (se figur 8). (Sanchez, 2019)

Bilden ser ut på detta sätt när den är inverterad (se figur 9). Ändra lagret från "Normal" till "Klart ljus" i lager panelen. Gå till *Filter*, *Annat*, *Högpäss* och sätt radien på 23 pixlar (se figur 10). Fortsätt med *Filter*, *Oskärpa*, *Gaussisk oskärpa* och sätt radien på 2 pixlar. Håll in Alt-tangenten och tryck på "lägg till vektormask" längst ner i lager panelen (se figur 11). Välj penselverktyget, och se till att det är vit färg som förgrundsfärg. Ändra penselns hårdhet till 45%, läge "Normal", *Opacitet* till 50% och *Flow* till 100% (se figur 12). Kontrollera att vektormasken är markerad innan man påbörjar att släta ut huden. Använd sedan penseln över området som ska slätas ut. Om huden blev för slät kan man tillägga lite mer textur genom att sänka opaciteten i lagerpanelen (Sanchez, 2019). För att se före och efterbilder, se figur 13 och 14.

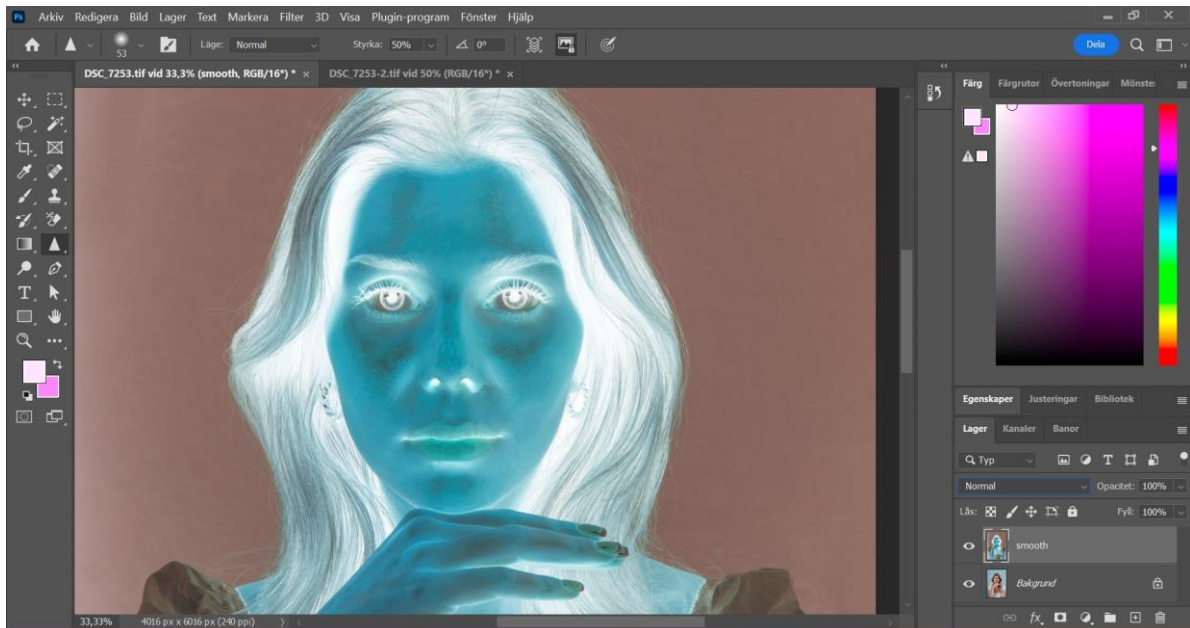




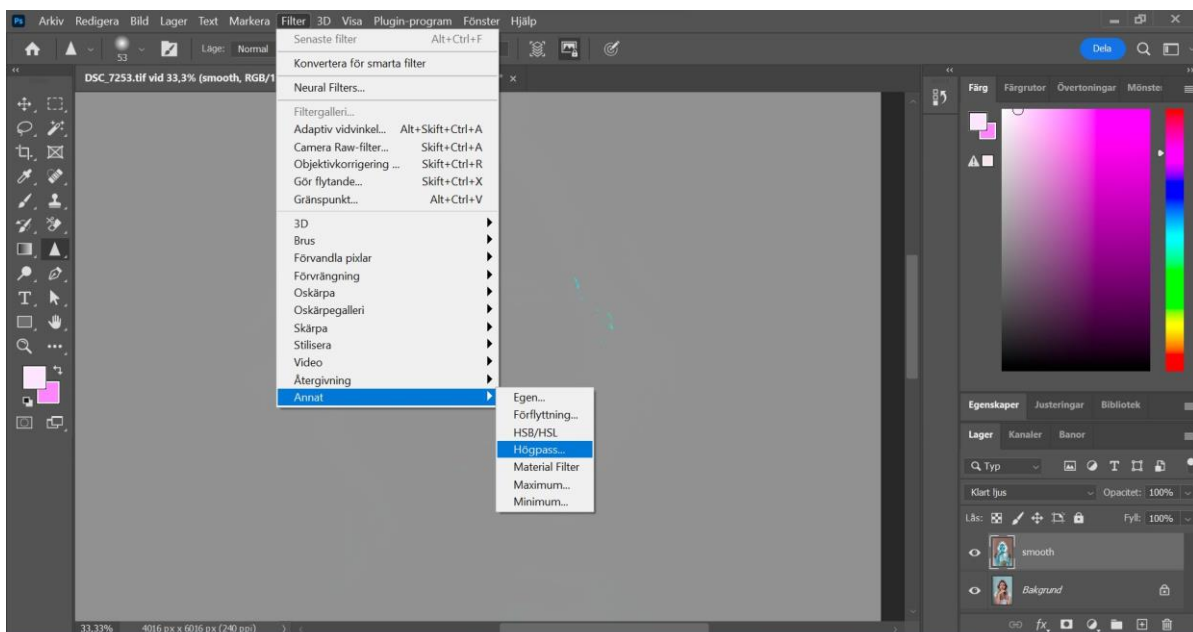
Figur 7: Smooth 1 (Photoshop; Bergvik 2022)



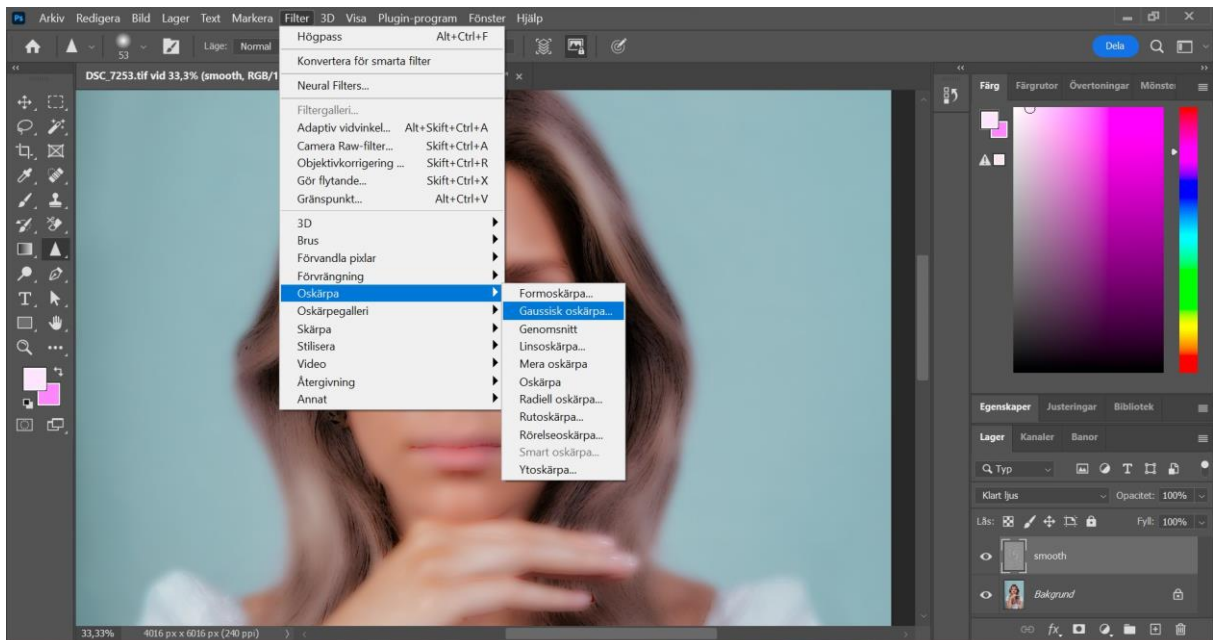
Figur 8: Smooth 2 (Photoshop; Bergvik 2022)



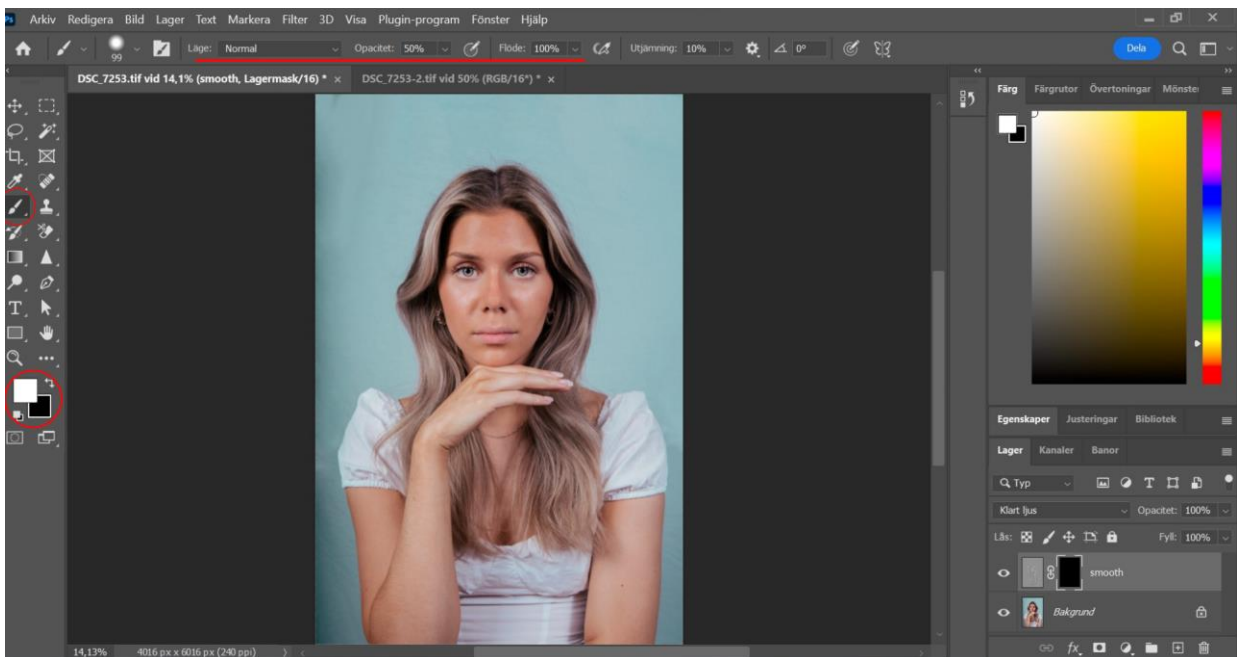
Figur 9. Smooth 3 (Photoshop; Bergvik 2022)



Figur 10. Smooth 4 (Photoshop; Bergvik 2022)

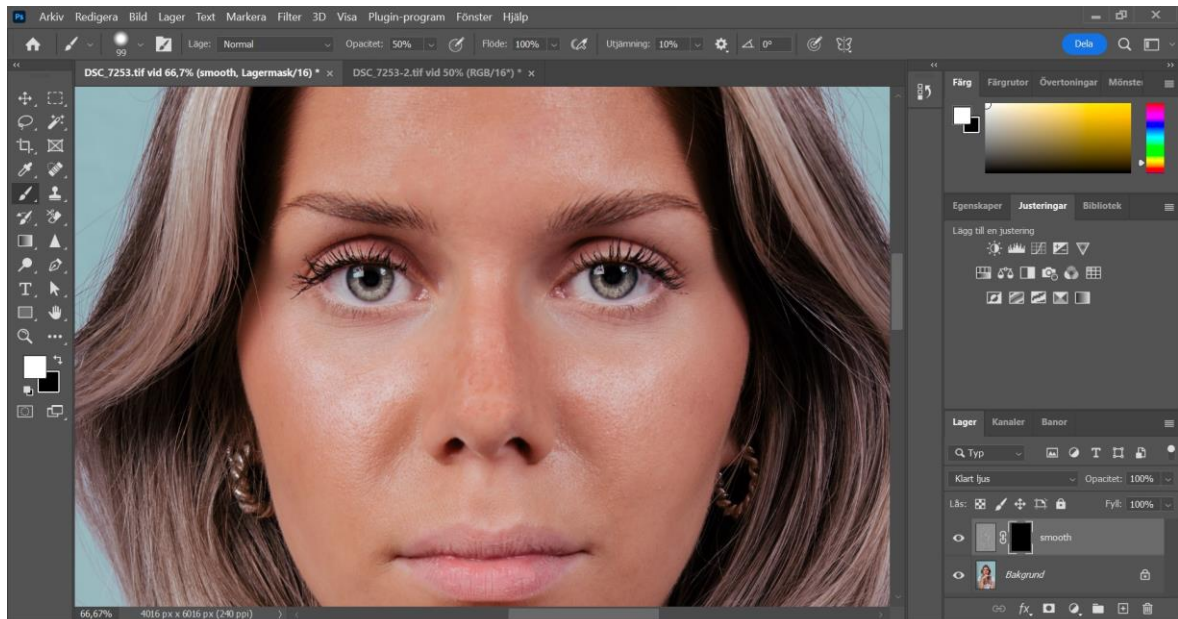


Figur 11. Smooth 5 (Photoshop; Bergvik 2022)

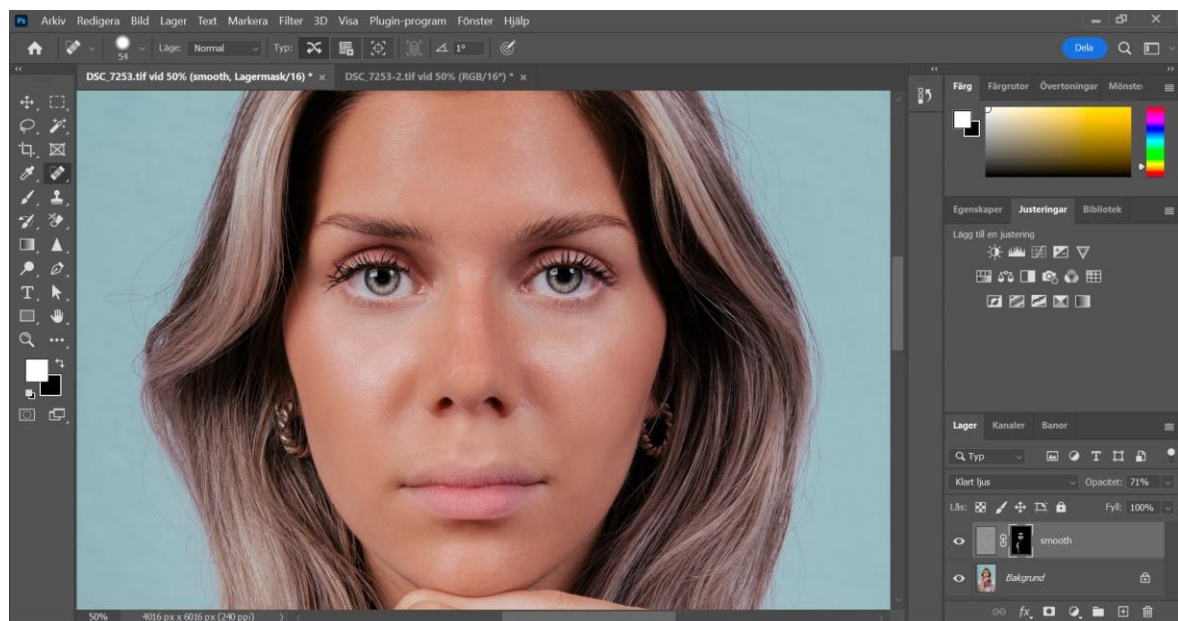


Figur 12. Smooth 6 (Photoshop; Bergvik 2022)





Figur 13. Bilden före Smooth (Photoshop; Bergvik 2022)



Figur 14. Bilden efter Smooth (Photoshop; Bergvik 2022)

## 4 Tidigare forskning

Respondenten har använt sig av artiklar på nätet, databaser, Youtube och Google Scholar för att hitta tidigare forskningar. Det som använts är examensarbeten och uppsatser hittade på databasen DiVA, Theseus, samt artiklar på nätet och en Youtubevideo. Sökord som respondenten har använt sig av är: modedefotografering, marknadsföring inom modebranschen, fotografering av människor, retuschering av reklambilder, fashion photography och fashion advertising, Annie Leibovitz.

I artikeln *A Market in Vouge* har Aspers (2001) forskat i hur den estetiska branschens marknad har sett ut för modedefotografer i Sverige. Han menar att modedefotografering har, som inom alla andra branscher, en ekonomisk uppgörelse mellan producenterna (fotograferna) och konsumenterna (modetidningar och reklambyråer). Det är med hjälp av samspelet av dessa två aktörer som ger mening. För fotograferna betyder meningsfulla bilder samt bilder som anspelar på den personliga stilen högre status, och ger mer interaktion av konsumenterna. Högre status ger en starkare identitet och mera pengar, och identitet, status och stil är tre viktiga komponenter på den estetiska marknaden.

Hemlin (2012) har i sitt examensarbete undersökt tre av tidernas största porträttfotografers bildspråk i syfte för att utvinna vilka röda trådar de använder sig av i porträttuppbyggnad, och sedan kunna applicera dessa på en egen porträttserie. Resultatet är en modern porträttserie med exempel på hur man kan kombinera olika bildspråk, samt hur man skapar en egen tolkning av bilderna. I resultatet framkommer att de största skillnaderna på bilderna var hur fotograferna arbetade med ljuset i bilderna, men även kameraperspektivet spelade en stor roll.

Sinisalo (2020) har undersökt hur man kan dra nytta av studiobelysning i porträttfotografering, samt vilka komponenter som är väsentliga inom studiofotografering. Sinisalo har i sitt arbete gjort undersökningen genom att skapa en bildserie på sju porträttbilder med olika ljussättningar. Resultatet är att de olika ljussättningar har en klar påverkan på ansiktet, och ju mera skuggor som skapas med hjälp av ljussättningen, desto mera dimension får ansiktet. Det framkommer även att ett platt ljus gör att ansiktet ser både bredare och plattare ut, eftersom ljuset inte skapar några skuggor. Genom att lysa upp olika ansiktshalvor på modellen kan en illusion av smalare eller bredare ansikte uppstå,

beroende på åt vilket håll modellens huvud är vinklat. En dramatisk ljussättning gör att strukturen framhävs, och fina linjer och andra ojämnheter blir mer synliga.

Rinaldo (2018) har undersökt i sin kandidatuppsats om det går att se om en bild är komponerad eller inte. I arbetet undersöks även om fotointresserade människor har lättare att tolka huruvida bilderna har blivit komponerade. I undersökningens resultat framkommer det att det inte har någon stor betydelse om åskådaren är fotokunnig eller ej för att kunna urskilja kompositionsreglerna, men skillnaden mellan deltagarna som är fotointresserade och de som inte är det är sättet de resonerar för att komma fram till ett resultat. Personerna som inte jobbar med foto har lättare att bli tilltalad av känsla och motiv, medan fotografer blir lättare distraherad av till exempel bristfälliga ljus i bilden, och fokuserar mindre på motivet.

Glover (2020) har i en Youtubevideo analyserat Vanity Fairs Hollywood Issue omslagsbild 2018 fotograferat av Annie Leibovitz. Bilden är sammansatt med 13 olika modeller, och för att uppnå en jämn exponering på alla modeller har bilden fotograferats i olika omgångar och sedan satts ihop med hjälp av Photoshop. För att få en sammanhängande bild kan man se att Leibovitz har poserat modellerna på liknande sätt så att modellernas huvud går i en böjd linje i bilden. För att få en ännu starkare sammanhållning mellan modellerna i bilden är även allas kroppar svänga på ett visst sätt, så att olika diagonala linjer upprepar sig i bilden. Glover nämner även att Leibovitz använder sig av tekniker som man ofta ser i målningar när hon bygger kompositionen i bilderna, och jobbar mycket med arabeskmönster och ellipser. Till sist testar Glover att lägga ett rutnät på bilden, och man ser att alla personer är utplacerade enligt ett rutnät. Han menar även att bilder man skapar behöver inte vara perfekt komponerade, men att med lite tanke bakom bildens komposition gör att bilden ser väldigt genomtänkt ut.

Lund och Wilthorn (2020) har i deras examensarbete undersökt vilken attityd kvinnor har till skönhetsideal och retuscherade bilder av den kvinnliga kroppen, samt hur konsumenterna uppfattar retuscherade skönhetsbilder i marknadsföringssammanhang. Resultatet visar att en lagom mängd retusch lockar konsumenterna, och att en bra retuscherad kropp kan till och med öka försäljningen. Orenheter i ansiktet som sår och finnar tas nästan alltid bort, eftersom man vill att konsumenten ska fokusera på produkten som säljs och inte på orenheter på modellen. Det visar även att dåligt retuscherade bilder

kan ge en minskad köplust, men att företagen får mer trovärdighet om de använder sig av retuscherade bilder i reklamer. Om reklam uppfattas som falsk försvinner köplusten för produkten, men också i många fall för hela företaget.

Harneman, Ormont och Pebré, (2004) har i deras kandidatuppsats undersökt hur mode och varumärken kan se ut i olika modeföretag, samt vilka likheter och skillnader det finns i marknadsföringen. I resultatet framkommer det att konsumenterna köper helst snygga kläder med bra kvalitet, och inte köper kläder utgående från varumärket. Konsumenterna köper också helst kläder från favoritmärket än att köpa det som är trendigt i stunden, men anser att kvaliteten är fortfarande viktigaste. När det kommer till marknadsföring anses affischer på stan vara ett effektivt sätt att marknadsföra på, men reklam i tidningar och TV fungerar även bra. Företagen borde göra grundliga undersökningar hos deras konsumenter innan de bestämmer vilken typ av marknadsföring de ska använda sig av, eftersom marknadsföringen är en stor del av hur konsumenterna gör sina köpbeslut.

Sammanfattningsvis har Aspers (2001) kommit till slutsatsen att meningsfulla bilder ger högre status och mera identitet åt modefotografer, samt mer interaktion av konsumenterna. Detta leder senare till mera pengar och en bättre marknad för fotografer. Hemlin (2012) har i sitt resultat kommit fram till att hur ljuset i bilderna används ger en stor påverkan på bildernas slutresultat, men även kameraperspektivet spelade stor roll. Sinisalo (2020) konstaterar att ljussättning spelar stor roll beroende på hur man vill att ansiktet ska framhävas. En platt ljussättning gör att ansiktet breddas, men genom att lysa upp olika ansiktshalvor på modellen kan en illusion av ett smalare ansikte uppstå. Rinaldo (2018) har kommit till slutsatsen att både fotointresserade och icke-fotointresserade personer kan urskilja om en bild är komponerad eller inte. Skillnaden är att fotointresserade fokuserar mer på motivet, vilket betyder att motivet är minst lika viktigt som kompositionen i bilden. Glover (2020) konstaterar att Annie Leibovitz använder sig av tydliga kompositioner i hennes bilder, utan att de ser komplicerade ut. Lund och Wilthorn (2020) har kommit till slutsatsen att en lagom mängd retuscher i modebilder kan ge ökad köplust, medan en dåligt retuscherad bild kan minska på köplusten samt förtroendet till produkten eller företaget. Slutningsvis konstaterar Harneman, Ormont och Pebré, (2004) att affischer på stan är en lyckad typ av marknadsföring, och att företag borde göra grundliga undersökningar på vilken typ av reklam som deras kunder vill se, eftersom marknadsföringen har en stor inverkan på kundernas köpbeslut.

## 5 Metoder

I detta kapitel redovisas metoderna som respondenten kommer att använda sig av i arbetet. Som datainsamlingsmetod används dokumentstudier, val av modell, samt fotografering. Bildanalys används som dataanalysmetod. Respondenten har valt att inte använda styling av kläder som metod, eftersom det inte anses vara väsentligt för arbetet.

### 5.1 Dokumentstudier

Information som bilder, filmer och ljudupptagningar betecknas oftast som dokument. Traditionellt sett har information i fråga om dokument varit nerskrivet eller tryckt, men med dagens teknik kan dokument bevaras på andra sätt. Hur dokumenten väljs bestämmer hur fullständig och sannolik bild man får av ämnet i fråga. Oavsett hur materialen väljs måste man se till att använda sig av all fakta, och inte bara det som stöder sin egen idé. Detta för att undvika att skapa en osann bild av en händelse, och kunna utforma en korrekt bild av den verkliga händelsen. För att kunna förlita sig på att dokumentens fakta är uppriktig måste man vara källkritisk. Detta innebär att man måste utforska hur varför ett dokument har uppstått, när och hur det uppstått, men även information om upphovsmannen. (Patel & Davidson, 2019)

Olika typer av källor delas in i två kategorier, primärkällor och sekundärkällor. Primärkällan är det som kommer direkt från det ursprungliga dokumentet, till exempel ett protokoll. Primärkällan kan delas upp i två olika kategorier, avsiktliga källor och oavsiktliga källor. Avsiktliga källor produceras för att andra ska kunna läsa och ta del av dem, som till exempel biografier, medan oavsiktliga källor blir använda för ett annat ändamål än vad upphovsmannen tänkt sig, till exempel brev (Bell, 2006). När det kommer till personberättelser som till exempel dagböcker är det viktigt att informationen framstår klart och tydligt för att inte missförstånd uppstår. Informationen vid en personberättelse kan vanligtvis inte kompletteras på samma sätt som intervjuer, och kan därför inte ha några oklarheter (Olsson & Sörensen, 2021, s. 143). Sekundärkälla är en tolkning som grundar sig på primärkällans innehåll, och kan till exempel vara protokollsanteckningar. (Bell, 2006, ss. 125-127)



## 5.2 Val av modeller

Vid val av modeller ville respondenten hitta två modeller med liknande utseende för att få en röd tråd i bilderna. Andra krav var även att modellerna skulle vara bekväma framför kameran och ha tidigare erfarenhet av modellandet för att underlätta vid fotograferingen. Modellerna som valdes var tvillingsystrarna Fanny och Felicé Hendersson. Fanny har halvlångt blondt hår och ljusa gröna ögon. Felicé har ljusbrunt halvlångt hår med en gardinlugg och gröna ögon. Tack vare hårlängden och kvaliteten på modellernas hår finns det möjlighet till många olika stylingar, vilket underlättar för hårstylisten. Båda modellerna har drag som passar en modedefotografering, som långa, slanka kroppar och vackra ansiktsdrag. Respondenten valde även modellerna eftersom de är bekväma med varandra samt framför kameran, och kan därför göra annorlunda poser som passar för en Editorial fotografering.

## 5.3 Fotografering

För att uppnå skarpa bilder är det viktigt att hålla kameran stadig, samt att ha rätt inställningar på kameran. En länge slutartid, till exempel 1/30 ger dig möjligheten att fotografera när det är mörkt, men kan förorsaka suddiga bilder (Daly & Kjellberg, 2004). Det är genom slutartiden man kan antyda rörelser i en bild, och små detaljer i ett motiv som annars skulle röra sig snabbt uppstår. Genom att fotografera med kameran på ett stativ och använda en lång slutartid kan man fånga rörelsen i en bild. För att frysa rörelsen i en bild kräver en slutartid på minst 1/500 sek, och passar bra när man fotograferar snabbt rörande föremål (Peterson, 2008, s. 75). När man fotograferar porträtt är det viktigt att fokusen är inställd på det öga som är närmast kameran och inte den kroppsdel som är närmast kameran. Fotograferar man utomhus i dagsljus är ett mjukt ljus det bästa ljuset. Rakt solljus kan ge en överdriven kontrast med hårda skuggor, medan en molnig himmel försämrar bildens färger och detaljer. Genom att fotografera med blix utomhus kan man få fram starka och mättade färger, samt fina detaljer i bilden. När blix används vid porträttfotografering utomhus i dagsljus kan det skapa skarpa skuggor i ansiktet.

En inbyggd blixtpuls i en kamera kan lysa upp till fem meter bort, men om man vill få upplöst ett helt rum krävs en kraftfullare blixtpuls som kan anslutas till kamerans blixtkontakt. Med hjälp av olika perspektiv kan man skapa olika känslor i bilden. Vuxna människor ser världen från en siktpunkt på cirka 1,75 meter, men det är inte alltid den bästa höjden att fotografera bilder från. Genom att gå ner på knä kan man skapa illusioner om att höga byggnader blir ännu högre eller att människor ser längre ut (Daly & Kjellberg, 2004, ss. 52-61). Att fotografera porträtt med kameran vinklad underifrån gör att uppmärksamheten dras till hakpartiet och nederdelen av kinderna, och ger en illusion av ett fyrkantigt ansikte. Om man övergår till motsatt vinkel läggs fokuset i stället på panna och övre kindben. Ett porträtt fotograferat i låg kameravinkel ger intrycket av att modellen är väldigt reserverad, medan ett porträtt i hög vinkel antyder på sårbarhet. (Hedgecoe, 2006, s. 75)

#### **5.4 Bildanalys**

För att kunna analysera och tolka bilder måste man ha en beskrivning av bilden i fråga, eftersom det anses omöjligt att kunna tolka innehållet på en bild utan beskrivning. När man påbörjar att analysera en bild är det viktigt att noggrant studera alla detaljer. Ögat plockar nämligen först ut element som känns bekanta eller som sticker ut från det vanliga, och man måste vara uppmärksam på små detaljer för att få en bra tolkning av bilden (Eriksson, 2009, ss. 66-68). Det räcker inte att titta på en bild och berätta vad man ser, man måste lära sig att läsa bildens innehåll på ett djupare plan (Eriksson & Göthlund, 2004, s. 19). För att analysera en bild måste man vara både subjektiv och objektiv. Genom att göra en subjektiv analys måste man granska bilden både utifrån sitt eget och andras perspektiv (Bergström, 2012, s. 145). Bildanalysen delas in i olika metoder, bland annat formanalys och ikonografisk/ikonologisk analys. När man analyserar bildkomposition, färg och val av material kallas det för formanalys. Hur olika färger kombineras samt hur element i bilden är placerade i jämförelse till varandra är viktiga faktorer att tänka på när man använder sig av formanalys. Figurer i bilden som är jämnt utspridda eller ordnade i en rak ordning uppfattas som harmoniskt, medan diagonala och oregelbundna figurer kan uppfattas som ett oroligt element i bilden. När det kommer till färger anses ton i ton vara ett bra medel att använda sig av för att skapa harmoni i bilder, medan att använda sig av kontrastfärger kan ge raka motsatsen. Den sista analysmetoden är ikonografisk/ikonologisk och innebär

att man tolkar bildens budskap. Metoden genomförs enligt tre olika steg, genom att beskriva bilden, analysera bilden och slutligen göra en tolkning av bilden. Man kan även analysera bilder genom en analysmetod som kallas denotation. Genom denotation berättar man vad man ser, som till exempel människor, föremål, miljö och placering, samt i vilken vinkel man ser det och vilken färg och ljussättning bilden har. (Eriksson, 2009, ss. 66-68)

## **5.5 Undersökningens praktiska genomförande**

För att fotograferingen ska fungera smidigt har respondenten samlat ihop ett team bestående av frisören Ellen Mattans och estenomen Ellen Randström, som kommer att ha hand om styling av hår och makeup för att respondenten ska kunna fokusera fullt ut på fotograferingen. Vid planeringskedet skapade respondenten två moodboards för att ge teamet inspiration inför de olika fotograferingarna. Bilderna är tagna från Pinterest och Zalando.fi.

### **Tennis Court**

Respondenten hade i ett tidigt stadium av planeringen bestämt sig för att fotografera utomhus på en tennisbana, med mycket fokus på hår, makeup och kläder, och mindre fokus på rekvisita. Respondenten bokade både en paddelbana och en tennisbana, för att ha lite olika möjligheter till platser att fotografera på. Modellerna blev stylade i liknande stilhelheter samt liknande hår och makeup. Till hår-och makeupartisterna hade respondenten gjort egna moodboards med inspiration och beskrivning till de olika modellerna. Respondenten ville att Fanny skulle ha stora, burriga lockar i sidbena med mycket volym. Till Felicé gjorde Ellen mer mjuka lockar i mittbena med hårsmycken i form av vita pärlor i luggen. Eftersom fotograferingen skulle ta plats utomhus i starkt solljus ville respondenten att det skulle vara mycket fokus på ögonmakeupen, och makeupartisten Ellen satsade på en sotig, mörk, ögonmakeup med svart eyeliner. Efterarbetet av bilderna gjordes i Lightroom och Photoshop, och tas upp mer i resultatredovisningen. Bilderna som valdes ut var två bilder på modellerna enskilt, och en helkroppsbild på modellerna

samtidigt. Respondenten ville att både stilheteterna, samt hår och makeup skulle framkomma bra, därför valdes både halv- och helkroppsbilder.



*Figur 15. Moodboard Tennis Court*

### **The Office**

Temat för denna fotografering var kontors-estetik med inslag av 60- och 70-tals mode, och platsen för fotograferingen var en studio med vit bakgrund. Respondenten ville få fram ett mjukt ljus i bilderna, därför används endas naturligt ljus. Frisyerna på modellerna blev fönade i olika fönningar, och sminket hölls mera neutralt. Eftersom respondenten hade tagit hjälp av både en makeupartist och hårstylist, kunde båda modellerna bli fixade samtidigt,

och tidsschemat för dagens hölls enligt planerat. Fanny stylades i en helfärgad klarblå byxdress och Felicé i ett lila kostymset. Som rekvisita i bilderna användes plastlådor i olika färger, en stol i rotting, samt en gammal väggtelefon för att få in känslan av ett kontor. Efter fotograferingen gick respondenten igenom alla bilder och valde till slut ut tre olika bilder, två bilder på modellerna enskilt och en bild på båda modellerna tillsammans.



Figur 16. Moodboard The Office

## 6 Resultatredovisning och tolkning

I följande kapitel kommer respondenten att presentera resultatet för de olika fotograferingarna, i form av två bildserier som innehåller tre bilder vardera. Bilderna har respondenten fotograferat själv. Resultatredovisningen och tolkningen tas upp under samma kapitel för att det ska vara lättare för läsaren att förstå. Resultatet baserar sig på bildanalys som tas upp i metoder, samt respondentens egna uppfattningar om bilderna. Bilderna redovisas först och efter det kommer resultatredovisningen och slutligen tolkningen, för att underlätta läsningen och avslutningsvis kommer en sammanfattning av kapitlet. Eftersom styling av hår och makeup på modellerna är densamma genom bildserien, kommer detta redovisas endast en gång i resultatet. För att skapa kreativa namn till bilderna har respondenten valt att namnge bilderna efter olika låtar som respondenten associerar bilderna med, både genom låttexter och genom känslan låten förmedlar.



**6.1 Tennis Court**

*Figur 17. Lay All Your Love On Me*



*Figur 18. Woman Up*





*Figur 19. No Diggity*

På bilderna ser man två unga kvinnor stylade i matchande stilhelheter, hår och makeup. Felicé har på sig en miniklänning täckt av gröna, skimrande paljetter, en midjekort grön kavaj och lavendellila stövlar med brun träklack. Accessoarerna hon har är flera vita pärlhalsband, vita pärlörhängen samt hårsmycken med vita pärlor på. Hon är sminkad i en mörk ögonsminkning med svart eyeliner med vinge och lösögonfransar. Läpparna är skimrigt mörkrosa och huden har fin lyster. Det bruna håret är stylat i stora definierade lockar, och i pannluggen har hårstylisten fäst hårsmyckena. Fanny är klädd i samma paljettklänning, fast i en ljusblå nyans. Hon har även en kort ljusblå kavaj, fuchsia sandaletter med snörning, ljusrosa långa örhängen i plast och ett halsband med små ljusrosa stenar. Håret är stylat i en sidbena med rufsiga lockar med mycket volym, och makeupen har fokus på lyster på både hyn, läppar och ögon. Fanny har även eyeliner med vinge och lösögonfransar för att förstärka ögonen ännu mer.

På den första bilden (figur 17) ligger Felicé ner med händerna över huvudet. Det ena benet är korsat över det andra, vilket gör att modellen får en fin siluett. Hon tittar rakt in i kameran med en avslappnad men ändå bestämd blick. Kvällssolen skiner lågt och ger ett ljus på modellens vänstra sida, och på samma sida syns skuggor av tennisnätet. Bilden är tagen uppifrån, och omgivningen runt omkring henne är endast den blåa tennisplanen med en vit linje som går rakt ovanför modellens huvud. Bildens komposition är enkel, men den vita linjen över Felicés huvud tillför ett intressant element. I Lightroom har exponering, högdagrar och vita dragits ner, och skugga och kontrast har ökats för att få mer djup i bilden. Färgerna har stärkts för att få fram den blåa tennisbanan och den gröna klänningen mer. I Photoshop har oönskade element tagits bort med Smart Lagningspensel. Bilden är fotograferad med ISO-tal 50, skärpedjup 2.8 och slutartid 1/200 sek.

I den andra bilden (figur 18) ser man både Fanny och Felicé som är på väg att gå i en diagonal riktning mot vänster. Bilden är fotograferad i en vinkel som är lägre ner än modellerna, vilket gör att de ser längre ut. Båda modellernas kroppar är svängda mot vänster, och deras ansikten spanar efter något som inte syns i bilden. Ansiktsuttrycken är väldigt bestämda, och vinden gör att håret flyger lite bakåt. Armarna hänger avslappnat ner längs kroppen och de är på väg att ta ett steg framåt. Fanny och Felicé står på den blåa tennisplanen och de vita linjerna formar sig som bokstaven T, och i bakgrunden ser man en

grön gräsmatta och stora gröna träd. Modellernas långa skuggor, samt skuggor av träd ger sin avbild på tennisplanen. Himlen är klarblå med vita lätta moln, och solen lyser starkt på modellerna, vilket nästan ger en illusion av att bilden är fotograferad med studioblixtar. I redigeringen av bilden har färgerna, kontrast och skuggor förstärkts i Lightroom. Exponering, högdagrar och vita har dragits ner och mer värme i bilderna har lagts till. Bilden har även rätats upp och beskurits i Photoshop där oönskade element, som soptunnor i bakgrunden och skräp på tennisbanan har tagits bort med Smart Lagningspencil. Bilden är fotograferad med ISO-tal 50, skärpedjup 2.8 och slutartid 1/800 sek.

I den tredje bilden (figur 19) ser man Fanny ligga ner på tennisplanen med tennisnätet i bakgrunden. Hon ligger ner på sidan och stöder upp sig med hjälp av högerarmen, medan vänsterarmen vilar på höften. Benen är böjda och bilden är beskuren så att inte hela hennes ben syns. Bilden är fotograferad rakt framifrån, och kameran vinklad vagt underifrån. Fanny tittar rakt in i kameran med en lockande blick och munnen halvt öppen, medan solen lyser rakt på hennes ansikte. Tennisnätet gör att modellen avskärmas från bakgrunden som består av fortsättningen av tennisbanan och den gröna skogen. I Lightroom har färgerna, speciellt blå och grön, förstärkts för att de ska komma fram ännu mer. Exponering, högdagrar och vita har dragits ner och kontrast, svärta och skugga har ökats. Även värmen och mättnaden har dragits upp. Oönskade element på modellen och i bilden har tagits bort med hjälp av Smart Lagningspencil i Photoshop. Bilden är fotograferad med ISO-tal 50, skärpedjup 2.8 och slutartid 1/320 sek.

Singh (2021) menar att syftet med en Editorial fotografering är att inspirera. Bilderna är ofta tagna i kreativa miljöer med modeller klädda i designerkläder. En Editorial fotografering kräver mycket tanke bakom fokus, ljus, exponering och poseringar, vilket respondenten har gjort.

Enligt Tarantino och Tan (2005) strävar en modedefotograf alltid till att skapa minnesvärda bilder, trots begränsad budget. Detta har respondenten anpassat och gjort en hel modedefotografering med låga kostnader. Tarantino och Tan (2005) nämner även att när man fotograferar på location är det svårare att kontrollera vissa saker än om man fotograferar i studio, men man uppnår mer textur och djup i bilderna. Det är viktigt att man som fotograf kollar upp väderstrecket på förhand för att veta hur solen kommer ligga när man ska

fotografera. Detta gjorde respondenten före fotograferingen, och det resulterade i att respondenten uppnådde exakt det ljuset som var målbilden.

Lund och Wilthorn (2020) nämner att en bra retuscherad kropp kan öka försäljningen eftersom man vill att kunden ska fokusera på kläderna i bilden, och därför kan det löna sig att ta bort orenheter och andra saker som stör. I detta fall har respondenten tagit bort oönskade element i bakgrunden, men även vagt retuscherat modellerna för att förstärka slutresultatet i bilderna.

## 6.2 The Office



*Figur 20. Monday Morning*





*Figur 21. 9 to 5*



*Figur 22. I Got You Babe*

På bilderna ser man samma modeller som i tidigare bildserie. Felicé är klädd i en rymlig, lila kostym med enkelknäppning. Under kavajen har hon endast på sig en bh som inte syns på bilderna. Håret är fönat inåt mot ansiktet, och accessoarerna hon bär är endast ett par bruna solglasögon i plast med färgade gula linser och små orangea örhängen. Makeupen är väldigt neutralt med ljusa, matta läppar, ljus ögonmakeup och en neutral bas. Fanny är stylad i en koboltblå byxdress med omlott-skärning vid bysten och ett vitt skärp i midjan. Hennes hår är stylat i en föning med en scarf bunden över hjässan som ett diadem och hon har även stora, silvriga örhängen. Makeupen hålls även här neutral med ljusa läppar, men med mera fokus på ögonen. Ögonmakeupen är ljus på ögonlocket och mörkare på underfransarna, vilket skapar en kraftfull effekt. Rekvisitan i bilderna är plastlådor i olika färger, en rottingstol och en grå gammaldags väggtelefon. Rekvisitan gör att det finns andra intressanta element att titta på än modellerna, men tar ändå inte över bilden för mycket.

På den första bilden (figur 20) ser man Felicé sitta ner på en rottingstol som är svängd mot vänster, med kroppen rakt mot kameran samtidigt som hon lutar sig på stolsryggen. Hon har huvudet på sned och tittar rakt in i kameran med en lite nonchalant blick. Bilden är beskuren så att hela hennes ben inte syns i bild, och händerna vilar avslappnat på stolsryggen. Bakgrunden är vit och bakom Felicé syns plastlådor i olika färger. Ljuset är mjukt och man får känslan av både tristess och överlägsenhet i bilden. I Lightroom har bilden ljusast upp och mättnaden har ökats. Vita har ökats för att få bakgrunden mer vit. Färgerna i bilden har förstärkts och för att få bakgrunden mer kall vit/grå har färgen gult dragits ner. I Photoshop har bakgrunden slätats ut och andra oönskade element har tagits bort. Bilden är fotograferad med ISO-tal 160, skärpedjup 2.8 och slutartid 1/100 sek.

På den andra bilden (figur 21) sitter Fanny ner på en rottingstol som är svängd med stolsryggen mot kameran. Hon sitter med benen på vardera sida om stolen och vilar sin högerhand under hakan. I sin vänstra hand håller hon en grå, gammaldags telefonlur, och sladden till telefonen fortsätter ut ur bild. Hon tittar rakt in i kameran med en uttråkad blick, som att hon är trött på att svara i telefon. Poseringen gör att Fanny ser mer bestämd ut. I bakgrunden syns den vita pappersbakgrunden och plastlådorna som är staplade som ett torn som ser ut att falla. I Lightroom har exponering, vita, skuggor och svärta dragits upp, och högdagrar ner. De flesta färgerna har förstärkts förutom gul som har dragits ner på. I Photoshop har den vita bakgrunden förlängts för att det skulle finnas mer rum över



Fannys huvud, och oönskade element på modellen och bakgrundspappret har tagits bort. Bilden är fotograferad med ISO-tal 160, skärpedjup 2.8 och slutartid 1/100 sek.

Avslutningsvis ser man båda modellerna tillsammans på den sista bilden (figur 22). De står med kropparna svängda mot varandra, samtidigt som båda tittar in i kameran med smått överlägsna blickar. Bilden är beskuren så att man inte ser modellernas ben, och har mycket luftrum ovanför huvudena. Fanny håller i en grå väggtelefon, medan Felicé håller i telefonluren. Modellernas stilhelheter matchar varandra och färgerna tillför en intressant detalj i den annars rätt färglösa bilden. Båda modellerna tillsammans utstrålar en överlägsenhet blandat med uttråkade blickar, som att de är trötta på sitt jobb på kontoret. I redigeringen har exponering, vita, kontrast och svärta höjts i Lightroom. Färgerna har förstärkts för att få fram modellernas stilhelheter ännu mer. I Photoshop har bakgrunden förlängts och oönskade element tagits bort med Smart Lagningspensel. Bilden är fotograferad med ISO-tal 250, skärpedjup 2.8 och slutartid 1/100 sek.

En bra bild kräver tydliga men enkla kompositioner. Bilder med en komplicerad komposition blir oftast inte uppskattad av någon annan än fotografen själv, eftersom bara fotografen förstår en oorganiserad bild, nämner Barr (2009). Bilden (figur 19) är tydligt komponerad enligt tredjedelsregeln, och är lätt att förstå.

Burns-Tran och Davis (2018) nämner att det är till fördel att placera modellen lätt utanför mitten i bilden, samt att gå ner till modellens ögonnivå eller vagt under för att uppnå bästa resultat. Om modellen fotograferas ovanför uppstår risken att huvudet ser oproportionerligt stort ut mot resten av kroppen. Singh (2020) menar även att de bästa poseringarna uppstår när modellen är i rörelse eller samspelar med rekvisita. I bildserien samspelar modellerna med rekvisita på olika sätt, vilket ger både avslappnade men spännande poseringar.

Bidner och Bean (2005) menar att det ofta händer att en helvit bakgrund får en gråaktig nyans på grund av ljuset som reflekterar. För att undvika detta kan man lägga en plexiglasskiva på golvet där modellerna står, för att reflektera ljuset från skivan. Detta har respondenten valt att inte göra eftersom respondenten ville ha en bakgrundsfärg som är mjukare grå än skarp vit.

### **6.3 Sammanfattning**

Syftet med arbetet är att undersöka hur man skapar modebilder med hjälp av fotograferings- och retuscherings tekniker. Vid skapandet av bildserierna har respondenten utgått från teori om modefotografering, posering, kamerainställningar, retuschering samt den egna kreativiteten. Resultatet som fåtts med hjälp av makeup, hår, styling, fotografering och retuschering visar att bildernas känsla förstärks med hjälp av bakgrund och rekvisita, samt samspel mellan modellerna och kameran. Fototekniken hjälper att uppnå det slutresultatet man strävar efter, och därför är det viktigt att läsa sig in på ämnet. En modefotografering skapas genom att ha kunskap om alla viktiga komponenter som fotografering, retuschering och kamerainställningar, men det viktigaste av allt är den egna kreativiteten.

## 7 Kritisk granskning

Respondenten kommer i detta kapitel kritiskt granska det egna arbetet utgående från egen bedömning. Arbetet granskas kapitel för kapitel och respondenten kommer ta upp vad som har gått bra i arbetet och vad som kunde ha gjorts på ett annat sätt.

Syftet är kort och bra sammanfattande av vad arbetet går ut på, samt väcker intresse för att läsa vidare. Forskningsfrågan kunde ha formulerats om för att få en tydligare betydelse, eller delats upp i två olika frågor, eftersom frågan är väldigt bred och kan ha många olika svar. Genom att ha två olika forskningsfrågor skulle man även få en tydligare inriktning på arbetet.

I den teoretiska grunden har respondenten tagit upp de ämnen som respondenten ansåg vara nödvändiga för att kunna bygga upp en modefotografering. Ämnena som tas upp är marknadsföring inom modebranschen, modefotografering, kamerainställningar och retuscherings. Strukturen på teoretiska utgångspunkterna följer till en viss del samma uppbyggnad som en fotografering. Under rubriken modefotografering har respondenten samlat mycket användbar teori, och alla underrubriker är nödvändiga för att kunna utvecklas inom fotografering av människor. I underrubriken Editorial fotografering kunde respondenten samlat mera teori, eftersom det är den typen av fotografering som utförs i praktiska genomförandet. I kapitlet om retuscherings har respondenten själv skapat egna bilder för att underlätta förståelsen av olika retuscheringsverktyg. Tack vare bilderna är kapitlet väldigt lärorikt för de som vill lära sig mer om retuscherings, men respondenten kunde ha tagit upp flera olika retuscherings tekniker. Sammanfattningsvis är respondenten nöjd med teoridelen, men kunde ha satsat mer på underrubriken om bildkomposition för att få en djupare kunskap. Källorna som använts är både tryckt litteratur och nätsidor, och de flesta källorna är från 2000-talet, vilket gör att de är väsentliga än idag. Litteratur om kamerainställningar och retuscherings som är tryckt de senaste 5 åren har varit väldigt svårt att hitta, eftersom de flesta böckerna kom ut på den tiden när det blev populärt att använda systemkameror och olika retuscheringsprogram. Därför har respondenten använt sig av nätsidor för att samla teori. Källorna används flera gånger under olika rubriker, men respondenten anser att källornas innehåll är relevanta att ha under flera rubriker.

Den tidigare forskningen är byggd på främst examensarbeten och kandidatuppsatser, men respondenten hade gärna hittat forskningar på en högre nivå. Det var en utmaning att hitta tidigare forskningar med fokus på modedefotografering eller porträttfotografering, därför valde respondenten även andra ämnen som retuschering, bildspråk, bildkomposition och marknadsföring. Respondenten hade nytta av de flesta forskningarna, men skulle gärna ha hittat forskningar med djupare forskning kring en modedefotograferings uppbyggnad. Enda forskningen som tydligt kunde tolkas tillbaka till var Lund och Wilthorns examensarbete om attityd till retuschering av kvinnokroppen. Harneman, Ormont och Pebrés kandidatuppsats om hur mode och varumärken kan se ut i olika modeföretag var minst relevant till arbetet och respondenten kunde inte tolka tillbaka till den. Respondenten anser att tidigare forskning kunde gjorts bättre, men i och med att det var svårt att hitta relevanta forskningar var det en stor utmaning.

I kapitlet metoder har respondenten valt ut metoder som är passande för arbetet. Val av modeller var ett enkelt val, eftersom respondenten hade haft Fanny och Felicé i åtanke länge. Respondenten har arbetat med modellerna många gånger förut, och vet därför att de har bra samspel framför kameran, samt att de har passande drag för modedefotografering. Metoden dokumentstudier har använts eftersom respondenten har använt sig av olika dokument som Youtubevideor och redigeringsprogrammen Lightroom och Photoshop.

Som datainsamlingsmetod används fotografering samt bildanalys, som anses vara väsentliga för utförandet av fotograferingen och tolkningen. Respondenten har valt att inte ha med hårstyling och makeup som metod, eftersom det utfördes av utomstående branskmänniskor. Stylingen av kläder gjorde respondenten själv, men valde även att inte ha med det i metoder eftersom respondenten anser att det inte hör till syftet med arbetet. Källorna som används är endast pålitliga tryckta källor.

Datainsamlingsmetoden fotografering är en given metod, eftersom det är fotografering som hela arbetet bygger på. Metoden kan även ses som en snabbkurs i fotografering, med mycket nyttig information som respondenten använde sig av i praktiska genomförandet. Respondenten ansåg dock att det var utmanande att inte upprepa teorin om modedefotografering, och att det var svårt att veta vad som var relevant att inkludera i metoden.

Som dataanalysmetod används bildanalys. Bildanalysen är relevant för att respondenten ska kunna göra en tydlig tolkning. Respondenten använde sig av analysmetoderna formanalys (analysera färger och former) och denotation (analysera det man ser i bilden) i tolkningen.

Under arbetets praktiska genomförande går respondenten igenom planering inför fotograferingen, hur fotograferingsdagen såg ut och vad som gjordes efter fotograferingen, detta för att få en tydlig bild av hur en hel modedefotografering kan se ut. Respondenten infogade även moodboards för båda fotograferingarna i arbetet, för att läsarna ska få en trevlig läsoplevelse.

I resultatredovisningen visas två olika bildserier, sammanlagt 6 bilder. Bilderna som analyseras är två olika fotograferingar med olika teman och respondenten har valt teman utifrån eget tycke och kreativitet. Man ser väldigt tydligt på de tre bilderna i vardera bildserien att de hänger ihop, mest genom fotograferingsplats och stylumen på modellerna. De två olika bildserierna har inte samma röda tråd, annat än samma modeller och fotograf.

I resultatredovisning och tolkning har respondenten strukturerat upp arbetet genom att först visa tre bilder för temat, och göra bildanalysen och tolkningen efteråt. Alla bilder analyseras skilt för sig i och med att posering, modell och komposition är annorlunda på alla bilder. Tolkningen kommer till sist efter bildanalysen, för att inte blanda ihop analys och tolkning. Respondenten anser att det är enkelt att läsa resultatredovisningen och tolkningen, men kunde ha strukturerat upp arbetet på ett annat sätt, till exempel genom att lägga resultatredovisningen och tolkningen var för sig efter varje bild.

## 8 Diskussion

Att syftet med detta arbete var att skapa en modefotografering var inte tanken från första början, utan tanken var att jag skulle rikta in mig mera på marknadsföring. Jag har länge varit intresserad och fascinerad av fotografering, men har levt i tron om att det är något som jag inte klarar av och har tillräckligt med kunskap för. Men genom att läsa mig in på teori om ämnet har gjort att jag har utvecklats väldigt mycket, och att jag skulle lära mig så mycket jag har gjort de senaste åren hade jag aldrig trott. Att från början till slut få planera helheten i en modefotografering är något som jag verkligen har njutit av, och mina vänner har varit till stor hjälp för att bolla idéer med.

Denna studie är skapad för estenomer, branskmänniskor och andra fotointresserade. Genom att ha ett fotograferingsintresse och en bra grund om fotograferingstekniker kan vem som helst fotografera professionella bilder, och det är till stor nytta för speciellt estenomer och branskmänniskor i deras jobb. Som tidigare nämnt är det viktigt att ha professionella bilder i portfolio och på sociala kanaler, och förhoppningsvis kommer mitt examensarbete att vara till hjälp för de som vill lära sig fotografera bättre. Jag tror ändå inte att fotografer kommer bli utkonkurrerade av människor om har ett litet fotograferingsintresse, utan de stora företagen kommer i fortsättningsvis att anlita professionella fotografer. Teknologins utveckling har förstås en påverkan på fotografers jobb eftersom smarttelefonernas kameror blir allt bättre, men enligt mig kommer modefotografers jobb vara oförändrat i och med att det kräver så pass hög kvalitet på bilderna, och det är något som man inte uppnår med en telefonkamera i detta nu.

Utvecklingsförslag på arbetet är att jag kunde ha satsat ännu mer på innehåll i teori och tidigare forskning, för att få en bättre grund till tolkningen. Texten och språket kunde även vara bättre utformat. Ett vidare forskningsförslag kunde vara att fördjupa sig mer i alla de olika genrerna inom modefotografering, som till exempel katalogfotografering eller High Fashion, och skapa de olika fotograferingarna. Trots att bilderna jag har skapat går under genren Editorial, finns det så mycket mer teori att fördjupa sig i än det jag har tagit med i mitt arbete.

Avslutningsvis är jag mycket nöjd med bilderna jag har skapat, och jag har verkligen fått testa mina kunskaper inom fotografering. Även om de två bildserierna är rätt så olika, så tycker jag att min personliga stil framkommer bra i bilderna, och man ser att det är jag som

har fotograferat dem. Bilderna kommer att vara till stor nytta i min portfolio och till mina framtida jobb, och jag hoppas att arbetet kommer till nytta även för andra människor.

## Litteraturförteckning

Ansell, E. 2020. *Photoshop grunder*. Docendo

Aspers, P. 2001. *A MARKET IN VOGUE: Fashion photography in Sweden*. *European Societies*, 3:1, 1-22.

Barr, G. 2009. *Kreativ fotografi- från inspiration till bild*. Stockholm: HME Publishing

Bell, J. 2009. *Introduktion till forskningsmetodik*. (4. uppl.) Danmark: Studentlitteratur

Bendoni, W. 2017. *Social media for fashion marketing: storytelling in a digital world*. New York: Bloomsbury Visual Arts.

Bergström, B. 2010. *Samspel text bild*. Stockholm: Carlsson bokförlag.

Berkenfeld, D. u.å. *5 enkla riktlinjer för fotokomposition*.

[https://www.nikon.se/sv\\_SE/learn-and-explore/photography-articles.tag/learn\\_and\\_explore/photography\\_articles/5-easy-composition-guidelines.dcr](https://www.nikon.se/sv_SE/learn-and-explore/photography-articles.tag/learn_and_explore/photography_articles/5-easy-composition-guidelines.dcr)  
(Hämtad 3.6.2022)

Bidner, J. & Bean, E. 2005. *The Lightning Cookbook for Fashion Photography – Foolproof Recipes for Perfect Portraits*. New York: Amphoto Books.

Borehed, J. 2018. *Hur fungerar en ljusmätare - och varför ska du använda en?*

<https://www.scandinavianphoto.se/inspiration/produkttips/hur-fungerar-en-ljusmatare--och-varfor-ska-du-anvanda-en>  
(Hämtad 10.5.2022)

Brohede, D. 2019. *Grundkurs för dig som fotograferar med systemkamera*.

<https://foto.moderskeppet.se/resurs/grundtips-for-dig-som-fotograferar-med-systemkamera/>  
Hämtad 13.10.2022

Burs-Tran, S. & Davis, J.B. 2018. *Style wise – a practical guide to becoming a fashion stylist*. London: Fairchild Books, Bloomsbury.

Daly, T. & Kjellberg, L. 2002. *Digitalfoto - fotografering och bildbehandling*. Stockholm: Natur och Kultur/LTs förlag

Eriksson, Y. 2009. *Bildens tysta budskap: interaktion mellan bild och text*. Stockholm: Norstedst Akademiska Förlag

Eriksson, Y. & Göthlund, A. 2004. *Möten med bilder*. Lund: Studentlitteratur.



- Gaither, C. 2019. *The 4 Different Styles of Fashion Photography*.  
<https://photographycourse.net/the-4-different-types-of-fashion-photography/> (Hämtad 31.5.2022)
- Glover, T. 2020. *Annie Leibovitz Group Photo Analyzed- Composition and Design Techniques*. <https://www.youtube.com/watch?v=iT4m9zv79hk>  
(Hämtad 21.10.2022)
- Gurpreet, A. 2021. *Editorial Photography- A Guide to Creating Editorial Photos*.  
<https://www.pixpa.com/blog/editorial-photography-guide>  
(Hämtad 27.5.2022)
- Gurpreet, S. 2020. *The Complete Guide to Fashion Photography*.  
<https://www.pixpa.com/blog/fashion-photography-guide>  
(Hämtad 27.5.2022)
- Hagberg, T. 2012. *Fotoskola: Del 1 - Bländaren*.  
<https://www.fotosidan.se/cldoc/fotoskola/fotoskola-del-1-blandaren.htm>  
(Hämtad 17.5.2022)
- Hagberg, T. 2012. *Fotoskola: Del 2 - Slutartid*.  
<https://www.fotosidan.se/cldoc/fotoskola/fotoskola-del-2-slutaren.htm>  
(Hämtad 24.5.2022)
- Hagberg, T. 2012. *Fotoskola: Del 3 – ISO-talet*.  
<https://www.fotosidan.se/cldoc/fotoskola/fotoskola-del-3-iso-talet.htm>  
(Hämtad 17.5.2022)
- Harneman, M., Ormont, L., Pebré, J. 2004. *Mode och varumärke i modeföretag – Dess eventuella samband och yttringar* (Kandidatuppsats). Lund: Företagsekonomiska institutionen, Lunds universitet.
- Hedgecoe, J. 2005. *Den stora fotoboken*. Västerås: ICA bokförlag.
- Hemlin, V. (2012). *En tolkning av klassiska porträttfotografier* (Kandidatuppsats). Blekinge: Institutionen för planering och mediedesign, Blekinge tekniska högskola.
- Jackson, T. & Shaw, D. 2009. *Mastering fashion marketing*. England: Palgrave
- Kopcok, D. u.å. *High-End Retouching Tips for Commercial Fashion Photography*.  
<https://expertphotography.com/retouching-commercial-fashion-photography/>  
(Hämtad 23.11.2021)
- Lund, A. & Wilthorn, V. 2020. *Ett retuscherat skönhetsideal - En kvalitativ studie om kvinnors syn på retuscherade kroppar och dess samband till köplust* (Kandidatuppsats). Examen inom medieteknik, Malmö universitet.

Olsson, H. & Sörensen, S. 2011. *Forskningsprocessen*. (4. Uppl.) Stockholm: Liber AB.

Patel, R. & Davidson, B. 2019. *Forskningsmetodikens grunder: Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. (5. Uppl.) Lund: Studentlitteratur

Peterson, B. 2008. *Kreativ fotografering med rätt exponering*. Sundbyberg: Pagina Förlags, AB.

Rinaldo, K. 2018. *Bildkomposition – Känsla eller regler? En studie om medveten komposition i bilder är identifierbar hos betraktaren*. Skövde: Medier, Estetik och Berättande, Högskolan Skövde.

Rosenqvist, C. 2008. *Välj rätt ISO*.

<https://www.kamerabild.se/fotoskolor/v-lj-r-tt-iso>

(Hämtat 17.5.2022)

Sanchez, D. 2019. *How to perfectly smooth skin in Photoshop*.

<https://medialoot.com/blog/how-to-perfectly-smooth-skin-in-photoshop/>

(Hämtad 2.4.2022)

Segerholm, G. 2008. *Konsten att ta vinnande bilder*. Pagina Förlags.

Sejdeborn, A. 2022. *Hur fungerar egentligen slutartid?*

<https://foto.moderskeppet.se/artikel/hur-fungerar-egentligen-slutartid/>

(Hämtad 24.5.2022)

Shokry Rizk, M. 2014. *Mode på nätet - En studie om hur nätbutiker marknadsför sig genom bloggar och andra sociala medier*. Centrum för modevetenskap. Stockholms universitet.

Sinisalo, I. 2020. *Lights and Shadows – En praktisk studie om ljusets roll inom porträttfotografering i studio*. Estenomexamen (YH). Institutionen för hälsa och välfärd. Vasa: Yrkehögskolan Novia

Singh, G. 2020. *The Complete Guide to Fashion*

*Photography*. <https://www.pixpa.com/blog/fashion-photography-guide>

(Hämtat 23.11.2021)

Valenzuela, R. 2012. *Picture perfect practice: a self-training guide to mastering the challenges of taking world-class photographs*. United States of America: New Riders

Valenzuela, R. 2014. *Picture Perfect Posing - Practising the Art of Posing for Photographers and Models*. USA: New Riders

Åberg, A. 2018. RAW eller JPG? Vilket bildformat är bäst för dig och varför?  
<https://www.favoritfoto.se/raw-eller-jpg-vilket-bildformat-ar-bast-for-dig-och-varfor/>  
 (Hämtat 12.5.2022)

## Bildförteckning

Bländarskala (Fotografi). Hämtad 19.10.2022 från <https://www.fotokurs-online.se/course/view.php?id=3&section=3>

### Figur 13. Tennis Court Moodboard

Frisyr (Fotografi). Hämtad 10.08.2022 från <https://fi.pinterest.com/pin/689895236683547086/>

Makeup (Fotografi.) Hämtad 10.08.2022 från <https://fi.pinterest.com/pin/508343876703106266/>

K Magazine (Fotografi). Hämtad 10.08.2022 från <https://fi.pinterest.com/pin/689895236681764438/>

The Cool Clique: Vouge Taiwan Takes On Modern "Heathers" Style (fotografi). Hämtad 10.08.2022 från <https://fi.pinterest.com/pin/689895236681764428/>

County Club Style (Fotografi). Hämtad 10.08.2022 från <https://fi.pinterest.com/pin/689895236681744771/>

BLICK - Klassiska stövlar (Fotografi). Hämtad 10.08.2022 från <https://www.zalando.se/raid-blick-klassiska-stoevlar-lilac-rad11a0gg-i11.html>

Cocktailklänning Blue (Fotografi). Hämtad 10.08.2022 från <https://www.zalando.se/river-island-cocktailklaenning-blue-ri921c0ym-k11.html>

Cocktailklänning Green (Fotografi). Hämtad 10.08.2022 från <https://www.zalando.se/river-island-cocktailklaenning-green-ri921c0yq-m11.html>

Blazer (Fotografi). Hämtad 2022-10-08 från <https://www.zalando.fi/monki-bleiseri-green-moq21g02x-m11.html>

Sandaletter (Fotografi). Hämtad 10.08.2022 från <https://www.zalando.se/mango-sandaler-fuchsia-m9111a0rm-j11.html>

Jamie – Kaulakoru (Fotografi). Hämtad 10.08.2022 från <https://www.zalando.fi/sweet-deluxe-jaimie-kaulakoru-white-2sw51l08c-a11.html>

#### **Figur 14. The Office Moodboard**

Frisyr (Fotografi). Hämtad 15.08.2022 från <https://fi.pinterest.com/pin/689895236683547818/>

Makeup (Fotografi). Hämtad 15.08.2022 från <https://fi.pinterest.com/pin/522699100503500453/>

Spring Fashion Looks Better Together (Fotografi). Hämtad 15.08.2022 från <https://fi.pinterest.com/pin/689895236683245444/>

Inspiration (Fotografi). Hämtad 15.08.2022 från <https://fi.pinterest.com/pin/689895236683135676/>

Channelling Fashion Inspiration (Fotografi). Hämtad 15.08.2022 från <https://fi.pinterest.com/pin/689895236683135526/>

Kendall Jenner (Fotografi). Hämtad från 15.08.2022 från <https://fi.pinterest.com/pin/689895236680536839/>

Antix – Avokkaat (Fotografi). Hämtad 15.08.2022 från <https://www.zalando.fi/raid-antix-korolliset-avokkaat-orange-rad11b04r-h11.html>

NMALMOND DAD PANT – Tygbyxor (Fotografi). Hämtad 15.08.2022 från <https://www.zalando.se/noisy-may-tall-nmalmond-dad-pant-tygbyxor-pastel-lilac-nob21a01p-i11.html>

NMKATE ALMOND - Kort kappa / rock (Fotografi). Hämtad 15.08.2022 från <https://www.zalando.se/noisy-may-tall-nmkate-almond-blazer-pastel-lilac-nob21g010-i11.html>

Bandana-Scarf (Fotografi). Hämtad 15.08.2022 från <https://www.zalando.se/esprit-bandana-scarf-orange-red-es151g0r6-g11.html>

Overall/Jumpsuit (Fotografi). Hämtad 15.08.2022 från <https://www.zalando.se/na-kd-overall-jumpsuit-blue-naa21t01v-k11.html>