

Kõrgem Kunstikool Pallas

Fotograafia osakond

Portreefoto seeria "Sotsiaalmeedia mannekeen"

Lõputöö

Annabel Ritson

Juhendaja: Madis Palm

Tartu 2025

SISSEJUHATUS.....	3
1. ILU AJALUGU.....	5
1.1 Proportsioon, harmoonia ja kuldlõige	7
1.2 Iluideaalid.....	9
1.3 Tänapäeva iluideaalid	12
2. MANNEKEENI EFEKT	14
2.3 Virtuaalne mina vs päris mina.....	15
2.4 Snapchat düsmorfia	17
3. PRAKTILINE OSA	19
3.1 Ettevalmistused.....	20
3.2 Pildistamine	21
3.3 Töötlus	22
3.4 Fotoseeria esitlus	22
3.5 Analüüs.....	22
KOKKUVÕTE	24
SUMMARY	25
KASUTATUD ALLIKAD.....	27
LISAD	30
LISA 1. <i>Moodboard</i>	30
LISA 2. Grimmi Moodboard.....	31
LISA 3. Ajakava.....	33
LISA 4. Testpilt ja BTS	34
LISA 5. Portreefoto seeria ” Sotsiaalmeedia mannekeen ”	37

SISSEJUHATUS

Ilu on kultuuriline, kuid ka isiklik ja universaalne. Selle mõiste on saatnud inimkonda läbi sajandite ning selle tähendus on olnud pidevas muutumises. Esimesed mõtisklused ilu ja ilutajude üle pärinevad juba antiikajast, mil peeti iluideaaliks külluslikke kehavorme ja loomulikke jooni - omadusi, mis sümboliseerisid heaolu ja elu jätkusuutlikkust. Vana - Kreekas tõusis ilu arusaam uuele tasemele. Seal hakati ilu mõistma läbi sümmeetria, harmoonia ja proportsioonide, millest said esimesed sõnastatud põhimõtted. Need arvamused ei jäänud ajastule omasteks, vaid on kandunud üle ka tänapäevasesse ilutaju ja visuaalkultuuri.

Kui varasematel aegadel kehtisid selgemad ja ühtlasemad ilu standardid, siis tänapäeval on ilu pidevas muutumises ning märksa individuaalsem ja mitmekesisem. Rõhutatakse inimese individuaalsust ja isikupära. Tänu virtuaalmaailma arengule on tekkinud inimestel võimalus kõike jagada ja jälgida. Kuid paradoksaalsel kombel on see loonud olukorra, kus inimesed püüavad pigem sulanduda massi ning samastuda visuaalselt nn täiusliku elustiiliga. Ilu tajumine on sügavalt juurdunud ühiskondlikesse normidesse. Paljud inimesed saavutavad tänapäeval populaarsust oma välimuse või "täiusliku" elu kuvandi kaudu. Kuid selle fassaadi taga peitub sageli rohkem illusiooni kui reaalsust. Üha enam on hakanud iluideaale kujundama tehisintellekti poolt loodud näod ja filtrid, mis loovad ebarealistlikke standardeid. Oleme jõudnud ühiskonda, kus tekib vastasseis loomuliku ja digitaalse ilu vahel. Kas liigume autentsuse või digitaalse ideaali suunas?

Rohkem noori tunneb, et nad ei vasta sotsiaalmeedia poolt kehtestatud ilustandarditele, mistõttu kasutatakse järjest enam iluprotseduure ja filtreid. Digitaalne maailm on loonud iluideaali, kus Iga kulmukarv on täpselt paika sätitud, nahk on veatult sile ning täiuslikult viimistletud soeng, see kõik saavutatakse sageli fototöötluste ja filtritega. Loomulikku välimust näidatakse harva, kuna see tundub "ebapiisav". Fototöötlusrakendused võimaldavad inimestel kiirelt ja lihtsalt eemaldada kõik "ebatäiuslikkused", hägustades piiri reaalse ja digitaalselt loodud piltide vahel. Tehisintellekti areng on selle viinud veelgi kaugemale, võimaldades inimestel luua täiesti uus identiteet, mis võib reaalsusest drastiliselt erineda. Selle tulemusel on sotsiaalmeedia täis visuaale, mis mõjutavad sügavalt inimese enesehinnangut ja vaimset heaolu. Ühiskonnas on hakanud kujunema uus depressiooni vorm nagu sotsiaalmeedia depressioon, mis tuleneb pidevast võrdlemisest ja ebakindlast enesekuvandist.

Fotograafina, kelle igapäevatöö lahutamatuks osaks on pilditöötlus ja visuaalne esteetika loomine, olen hakanud üha enam mõtlema meedia rollile iluideaali kujundamisel. Ka meie valdkond kannab vastutust selle eest, et veatu ideaalistatud ilu on saanud normiks. Kuulsuste ja modellide fotod on põhjalikult viimistletud - iga joon on korrigeeritud, tulemuseks esteetiliselt "täiuslik" kujutis. Reklaamid ja ajakirjade kaaned on täis lummutavalt ilusaid, ebarealistlikult saledaid ja sümmeetrilisi modelle, kelle välimus on sageli saavutatud digitaalsete manipulatsioonide abil. Tänapäeva ilutrendid soosivad veatut ja siledat nahka, täidlaseid huuli ja sümmeetrilisi näojooni. Sellest esteetikast on saanud uus ilustandard, mis mõjutab tugevalt nii naisi kui mehi. Selle trendi massiline levik on viinud selleni, et paljud inimesed kohandavad oma välimust vastavalt sotsiaalmeedias domineerivatele ilutrendidele, mis omakorda vähendab individuaalsust ja muudab ilu üha ühtlasemaks. Mis sunnib meid otsima tunnustust väljastpoolt, selle asemel, et väärtustada iseenda loomulikku ja ainulaadset olemust?

Lõputöö eesmärgiks on paremini mõista, miks ühiskond eelistab üha enam kunstlikult loodud ilu, jättes tahaplaanile loomuliku ja tervisliku ilutaju. Samuti tahan tõsta teadlikkust loomuliku ilu väärtusest ja panna inimesi mõtlema, kui suurt rolli mängib sotsiaalmeedia nende enesehinnangus ja tarbimisharjumustes.

Lõputöö eesmärgi täitmiseks tutvusin esmalt iluajalooga ja erinevate ajastute iluideaalidega, et mõista, kuidas on need mõjutanud ühiskonda ja inimeste enesekuvandit. Seejärel keskendusin tänapäeva iluideaalidele ja nende mõjule kaasaegses ühiskonnas. Mis rolli mängivad selles filtrid ja fototöötlusrakendused ja kuidas see kõik mõjutab inimeste enesekuvandit. Süvenen ka "mannekeeni efekti" olemusse ning otsin vastuseid küsimusele virtuaalne mina vs päris mina - kas inimene loob sotsiaalmeedias täiesti uue identiteedi või säilitab siiski oma autentsuse?

Lõputöö praktilises osas loon portreefoto seeria "Sotsiaalmeedia Mannekeen", kus vastanduvad kaks iluideaali. Loomulik ilu selle kõige ehedamal kujul ja sotsiaalmeedia loodud võlts, kunstlik ja ebaloomulik ilu. Fotoseeria eesmärgiks on visualiseerida, kuidas sotsiaalmeedia mõjutab enesekuvandit ning kuidas digitaalselt loodud täiuslikkus erineb reaalsusest. Lõpuks analüüsin kogu praktilise osa protsessi, kirjeldan töö käigus tekkinud takistusi ning hindan, kas portreefoto seeria täitis oma püstitatud eesmärgi.

1. ILU AJALUGU

Filosoof Platon on öelnud ilu kohta, et ”kui inimene hakkab märkama oma armastatu ilu kõikjal enda ümber, mõistab ta, et ühe vormi ilu sarnaneb teisega. Lõpuks mõistab, et kõik iluallikad on omavahel seotud. Eksisteerib üks ja sama ilu kõigis asjades. Seda taipamist järgides kaob temas vajadus ihaldada üksikuid konkreetseid iluvorme. Ta liigub edasi, hinnates esmalt mitte enam keha, vaid vaimu ilu. Seeareng viis inimese mõttemaailma sügavamale - hakatakse märkama ilu, kui ka moraalsetes põhimõtetes ja seadustes. Lisaks ka abstraktsetes ideedes, eriti filosoofias. Mida targemaks ja kõrgemale ta vaimselt tõuseb, seda vähem köidavad teda madalamad iluvormid ja inimese mõtlemine suundub aina puhtama ja sügavama ilu poole” (Williams 2004: 27).

Ilu kui mõistet on erinevates ajastutes ja kultuurides määratletud mitmel viisil. Umberto Eco toob välja oma raamatus, et sõna ”ilus” on seotud väljenditega nagu ”kauni”, ”kena”, ”sulni”, ”üleva”, ”imelise”, ”suurepärase”, mida kasutatakse, kui soovime kirjeldada midagi meelepärast. Kuigi ilu tajumine on tugevalt seotud ka isikliku esteetikaga, on see alati olnud kultuuriliselt ja filosoofiliselt laiem küsimus, mis on mõjutanud kunstilist ja ühiskondlikku arusaama harmooniast ning proportsioonist (Eco 2004: 8).

Kõige varasemad naise ilu kujutised pärinevad umbes 25 000 aasta tagusest ajast, kui loodi nn ”Venuse” figuurid – need skulptuurid, mis rõhutasid naise keha ümarust ja viljakust. See viitab arusaamale, et tollal peeti iluideaaliks külluslikke kehavorme, mis sümboliseerisid viljakust, ellujäämisvõimet ja tugevust karmides elutingimustes. Vana-Egiptuses aga eelistati peeneid ja saledad kehatüüpe, mis peegeldasid graatsilisust ja rafineeritust. Naisi kujutati sageli raseeritud peadega, kandes õhukesi ja liibuvaid rõivad, et rõhutada kehajooni. Vana-Kreekas aga toimus esteetiline muutus, mis avaldas sügavat ja pikaajalist mõju kogu lääne kunsti- ja iluajaloo arengule. Sealne iluideaal põhines sümmeetriast, harmooniast ja proportsioone rõhutaval kontseptsioonil (Visagemedart 2017).

Ajastul, mil Ateena tõusis sõjaliselt, majanduslikult ja kultuuriliselt oluliseks jõuks, kujunesid välja ideaalse ilu ja kehakuvandi käsitletused. Maalikunst ja skulptuur muutusid tähtsaks meediumiks, mille kaudu hakati kujutama ilu ja kehavorme. Erinevalt Egiptuse kunstist, kus järgiti rangeid ilu kaanoneid ja kujutati keha staatiliselt, tõsteti Kreeka kunstis esiplaanile individuaalne nägemus ja esteetiline täiuslikkus. Kreeka kunst ei keskendunud abstraktsele iluideaalile, vaid püüdis leida ilu inimkeha loomulikust kooskõlast ja liikumisest. Kreeka kunstnikud hakkasid esmakordselt eksperimenteerima anatoomiliselt täpsete figuuridega,

loomulike poosidega ja dünaamiliste kehahoiakutega, et saavutada elutruum ja emotsionaalsem kujutis (Eco 2004: 42).

Ilu filosoofiline käsitlus ulatub samuti antiikajast tänapäevani. Filosoofid on pikka aega arutlenud, kas ilu on midagi universaalset ja objektiivset, mida saab mõõta ja hinnata või pigem subjektiivne kogemus, mis sõltub tajujast, kultuurist ja kontekstist. Üks varasemaid süstemaatilisi käsitlusi ilust pärineb filosoofidelt Sokrateselt ja Platonilt. Nende teooriad on kujundanud Lääne filosoofilist ilutaju sajandeid. Sokratese arvates võis ilu jagada kolme kategooriasse: ideaalne ilu, mis kujutab loodust kui terviklikku ja harmoonilist kooslust. Vaimne ilu, mis väljendub hinge kaudu ja mida saab tajuda pilgu ning tunnetuse abil. Kasulik ilu, mis on funktsionaalne ning on seotud praktilise kasutusega (Eco 2004: 48).

Platoni käsitlus ilust on natukene keerukam ja abstraktsem. Tema arvates eksisteerib ilu iseseisva ja absoluutse ideena. Mis ei sõltu vaataja tajust, vaid eksisteerib omaette ideaalses maailmas. Platon eristab kahte ilu määratlust, mis on mõjutanud esteetika arengut. Ilu, kui harmoonia ja proportsionaalsus, mis tekitab osade vahelise tasakaalu tulemusel. Ilu kui toredus, mis väljendub silmapaistvuses ja suursugususes (Eco 2004: 48). Tema peamine huvi oli seotud ilu ja tõe omavahelise seosega, mitte füüsilise ilu olemuse üksikasjaliku uurimisega. Moodus, mis aitaks kunstnikul luua kaunis pilt või kuju (Williams 2004: 27).

Lisaks Platonile ja Sokratesele käsitles ilu põhjalikult ka Pythagoras, kes sidus ilu matemaatika, kosmoloogia ja esteetikaga. Tema arvates on arv kõigi asjade alus ning matemaatilised seadused määravad nii maailmakorra kui ka ilu olemuse. Pythagorase esteetiline matemaatiline universumikäsitlus põhineb arusaamal, et ilu eksisteerib seetõttu, et see kajastab korda ja proportsiooni, mis on loodusesse sisse kodeeritud (Eco 2004: 61).

1.1 Proportsioon, harmoonia ja kuldlõige

Iluga on tugevalt seotud ka proportsioon, harmoonia ja kuldlõige. Neid on peetud ideaalse esteetika ja tasakaalu aluseks. Alaetes antiikfilosoofiast kuni kaasaegse disainini on levinud arusaam, et ilu tuleneb tasakaalust, sümmeetriast ja matemaatilisest korrast. Olles kunsti, arhitektuuri ja inimeste kujundamisel keskne põhimõte. Proportsioonilisi ja sümmeetrilisi nägusid peeti tervislikemaks, geneetiliselt puhtamaks ja seostati parema sotsiaalse staatusega. Vana-Kreekas samastati ilu proportsioonidega ning tasakaal, sümmeetria ja harmoonia olid määravad tegurid objektiivse ilu mõistmisel. Kreeklased uskusid, et ilu ei ole juhuslik, vaid allub kindlate matemaatilistele seadustele, mis loovad visuaalse tasakaalu. Müüdi järgi olevat Zeus andnud igale olendile sobivad mõõdud ja kindlad piirid, kujundades seeläbi maailma matemaatilisel harmoonial põhinevaks süsteemiks (Eco 2004: 50).

Jumalikku proportsiooni ehk kuldlõiget tähistatakse Kreeka tähega Φ (phi). Seda sageli seostatakse esteetika ja iluga. Selle tähtsus kunstis tuleneb võimest luua visuaalselt köitvaid ja tasakaalustatud kompositsioone. Kuldlõige tekib, kui sirgjoon jagatakse kaheks osaks nii, et tervikpikkuse ja pikema osa suhe on võrdne pikima ja lühema osa suhtega. Usutakse, et see proportsioon toob esile harmoonia ja loodusliku ilu tunde, olles visuaalselt meeldiv inimesilmale. Kunstnikud ja disainerid on seda kasutanud tööriistana, et saavutada esteetiliselt nauditavad ja visuaalselt mõjuvad tulemusi. Paljud kunstnikud ja filosoofid on omistanud vaimset või metafüüsilist tähendust, nähes selles jumaliku või universaalse korra kehastust (1st-art-gallery 2023).

Ka tänapäeval mõjutavad tugevalt ilu tajumist proportsioon ja harmoonia. Inimesed peavad neid omadusi väga oluliseks ilu hindamisel, pidades kauniks sümmeetrilisi nägusid. Seda eelistust näeb ka paljudes erinevates kultuuride iluideaalides. Näosümmeetriat tajutakse ilu ja atraktiivsuse märgina. Sümmeetrilist nägu peetakse usaldusväärsemaks, intelligentsemaks ja sõbralikumaks. Uuringud on näidanud, et isegi tööintervjuudel või esimestel kohtumistel eelistatakse sümmeetrilisi inimesi rohkem ning neid hinnatakse kõrgemalt. See tähendab, et sümmeetria annab inimestele teadvustamata positiivse esmamulje, mis võib mõjutada nende sotsiaalset edu (ScienceDirect 2021).

Uuringus „*Normality mediates the effect of symmetry on facial attractiveness*” uuriti, kuidas näo sümmeetria mõjutab ilutaju. Selles uuringus osalejatele esitati erinevaid sümmeetriatasemega näopilte ning paluti hinnata nende atraktiivsust ja normaalsust. Analüüsiti, kas tajutud normaalsus vähendab sümmeetria mõju atraktiivsusele. Uuringus selgus, et

näosümmeetria suurendab atraktiivsust peamiselt seetõttu, et sümmeetrilist nägu tajutakse nn normaalsena (ScienceDirect 2021).

Näiteks Dr. Julian De Silva tegi uuringu kuulsuste nägude atraktiivsuse kohta, kasutas kuldlõiget. Analüüsi tulemusena kuulutas ta välja, et näitleja Anya Taylor – Joy on kõige kaunim naine, kuna tema näojooned vastasid kõige rohkem kreeklaste täiuslikkuse ideaalile. Taylor-Joy saavutas näiteks silmade asukoha täiuslikkuse hindamisel skoori 98,9%, mis on vaid 1.1% kaugusel ideaalist (Foto 1). See kinnitab, et Vana-Kreeka proportsiooniteooriad on endiselt kehtib ka tänapäeval, isegi kui kaasaegne esteetika tunnustab suuremal määral subjektiivseid ja kultuurilisi erinevusi (The Sun 2024).

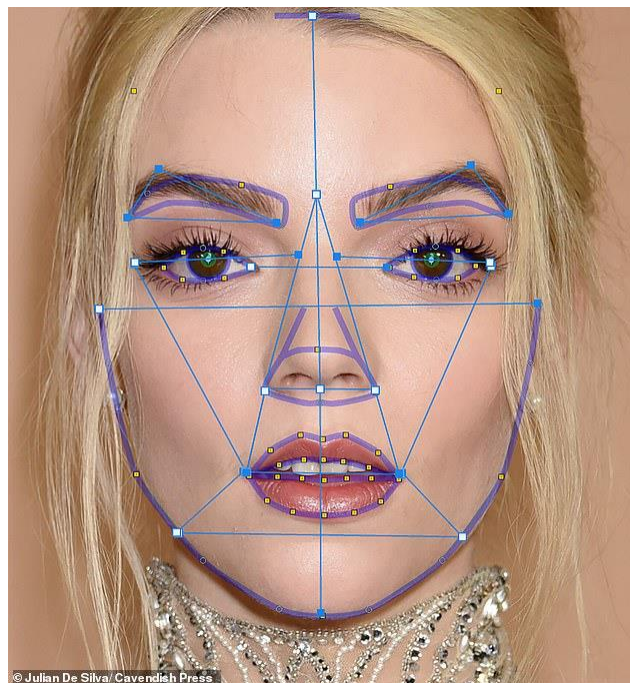


Foto 1. Anya Taylor-Joy, 2024 Pildi autor: Julian De Silva

Kokkuvõttes on Vana-Kreeka iluideaali jätnud püsiva jälje esteetikasse, mõjutades kunsti, arhitektuuri ja inimkeha kujutamist läbi sajandite. Kuldlõige ja matemaatiline proportsioon on läbi ajaloo olnud ilu täiuslikkuse sümbol. Kuigi tänapäeva ilutaju on palju mitmekesisem ja individuaalsem on paljude inimeste jaoks oluline proportsioonid ja sümmeetria. Inimest kellel on sümmeetriline nägu, peetakse rohkem atraktiivsemaks ja tasakaal ning harmoonia on ilu määravateks alustaladeks.

1.2 Iluideaaliid

Iluideaaliid ei ole kunagi olnud staatilised, need on ajastu peegel, mis kajastab kultuurilisi, majanduslikke ja sotsiaalseid tegureid. Kui antiikajal seostati ilu tasakaalu ja loomulikkusega, siis hilisematel perioodidel hakati ilu määratlema sotsiaalse staatuse, rikkuse ja poliitiliste muutuste kaudu. Hea ülevaate iluideaali arengust annavad renessansiajastu ja barokk ja rokokoo, mis on jätnud sügava jälje lääne ilukäsitlusse. Nendel ajastutel toimusid suured muutused ilu tajumises, kus ilu polnud pelgalt loomulik omadus, vaid ühiskondliku positsiooni ja identiteedi väljendus. Kui renessansiajal oli ilu seotud harmoonia ja proportsioonidega, siis baroki ja rokokoo ajastul muutusid iluideaaliid liialdatumaks, rikkalikumaks ja teatraalsemaks.

15.-17.sajand toimus naasmine platonismi juurde, mille käigus hakati uurima ja väärtustama korrapäraseid platoonilisi kehi. Ilu käsitleti algselt kui looduse jäljendamist kindlaksmääratud reeglite järgi, kuid hiljem hakati seda nägema ka kui silmale tajumatut täiuslikkust, mis ei ole maisuses täiel määral avaldunud. Ilu oli kui ülevuse ja staatuse sümbol. Selle ajastu iluideaaliid olid tugevalt mõjutatud antiikajast, kus rõhutati sümmeetrilisust, pehmeid näo jooni ja aristokraatlikku hoiakut. Ilu hakati esitama idealiseeritult ja sümboolselt, mille tulemusena levis kunstis uus perspektiivikäsitlus (Britannica 2025).

Renessansiaeg oli naiste jaoks aktiivne ja ettevõtlik ajastu, kus nad dikteerisid moeseadusi ning osalesid ühiskondlikus elus. Õukonnad määrasid moe ja luksuse standardeid, mis peegeldas aristokraatlikku staatust ja võimu. Mehed seevastu asetasid end maailma keskpunkti, lastes end kujutada jõuliste ja enesekindlate figuuridena, mis sümboolseerisid ilu tajumist läbi autoriteedi ja kõrge staatuse. Meeste ilutrendid rõhutasid maskuliinsust, kuid samas säilitati sümmeetrilisus ja tasakaalusatud näojooned. Rõhutati tugevaid, kuid pehmeid ja harmoonilisi jooni (Eco 2004: 177).

Kõige ihaldusväärsemad iluideaaliid olid kahvatu jume, kõrge laup ja kuldsed lokid. Ilu nimel nähti palju vaeva, kasutades erinevaid meetodeid, millest paljud olid tervisele kahjulikud või isegi ohtlikud. Näiteks sisaldasid mitmed selle ajastu ilutooted mürgiseid aineid nagu plii, mis võisid põhjustada tõsiseid tervisekahjustusi. Sellest hoolimata olid naised valmis riskima, et vastata ühiskonna poolt kehtestatud ilustandarditele.

Valge ja portselanjume saavutamiseks kasutasid kõrgklassi naised verekaanide ravi, valget pliipulbrit ja äädika segu, et muuta nahk võimalikult kahvatuks. Kuna kahvatus viitas sellele,

et inimene kuulus kõrgemasse sotsiaalsesse klassi ega pidanud tööd tegema. Naised lõhnastasid oma juukseid roosiveega või vürtsidest keedetud tömmistega, et saavutada aristokraatlik lõhn. Blondid ja punakad juuksed olid kõige ihaldusväärsemad (Foto 2).

Kasutati safranit, sidrunimahla ja isegi uriini, et juuksed heledamaks muuta. Karvade eemaldamine oli samuti oluline osa ilurituaalidest. Kulmude eemaldamine ja juuksepiiri korrigeerimine olid kõige levinud tavad. Selleks kasutati segu, mis sisaldas punast arseeni, sipelgamune ja luuderohuvaiku. Sageli raseeriti või kitkuti kulmud hõredaks ning juuksepiiri kergitati, et saavutada kõrgem laup. See sümboliseeris intelligentsust ja jõukust. Samuti järgiti kosmeetilisi norme, kus liigset meikimist peeti pigem pahaks ning tulemus pidi jääma loomulik ja õrn. Huuli värviti õrna roosa või punase tooniga, et rõhutada väiksemat ja sümmeetrilist kuju. Silmi väga ei tumendatud, kuid mõned naised tilgutasid endale silma belladonna taime mahla, et pupillid laieneksid ja pilk oleks võrgutavam. (Leidenmedievalistsblog 2020)

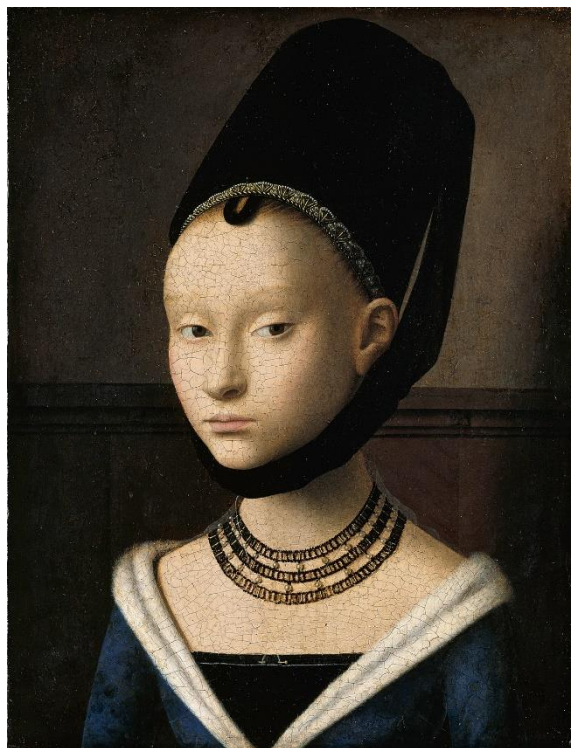


Foto 2. *Portrait of a Young Girl* , c. 1465. Pildi autor: Petrus Christus

Barokki ja rokokoo ajastu seevastu (17.-18.sajand) tähistas monarhia ja aristokraatia võimu tipphetke, kus ilu muutus võimu, rikkuse ja staatuse sümboliks. Kui varasemad iluideaalsed olid lähtunud ratsionaalsusest ja tasakaalust, siis selles ajastus domineerisid teatraalsus, luksus ja

liialdused. Iluideaalid ei olnud enam loomulikumad, vaid kunstlikud, kus oluline roll oli kosmeetikal, rõivastusel ja parukatel.

Barokk ja rokokoo ajastut on sageli kujutatud kui ratsionaalsuse ja distsipliini ajastut. Kuid tegelikkuses oli see täis tormilisi emotsioone, metsikuid kirgi ja esteetilisi liialdusi. Baroki ja rokokoo ilu, mida võimendas uusklassitsismi mõju, segas omavahel ekstravagantse ja range esteetika. Samal ajal arenes uusklassitsism, mis vastandas ennast rokokoo ekstravagantsusele, tuues tagasi klassikalised iluprintsiibid nagu harmoonia ja proportsioon (Eco 2004: 237).

Baroki aja filosoof Immanuel Kant rõhutas, et ilu kogemine peaks olema erapooletu ja mõistetest sõltumatu, kuna esteetiline elamus põhineb subjektiivsusel ja isiklikul tunnetusel, mida mõistus ei saa täielikult kontrollida (Eco 2004: 275).



Foto 3. Marie Antoinette with a Rose, 1783. Pildi autor: Elisabeth Louise Vigée Le Brun

Barokiaegsete naiste sensuaalsed ja dramaatilised poosid asendusid vabama ja kergema kehakeelega. Naiste iluideaal oli mänguline ja flirtiv, kus olid eelistatud õrnad ja pisut idealiseeritud näojooned. Nägu kaeti tugeva puudriga ja roosaka põsevärviga, et saavutada portselanvalge nahk justkui nukul (Foto 3). Roosakad põsed ja huuled, sümboliseerisid tervist ja nooruslikkust. Näkku lisati ka kunstlikud sünnimärgid, et rõhutada aristokraatlikkust.

Juuksed olid peidetud kõrgete keerukalt kaunistatud parukate alla, mis olid ehitud sulgede, pärlite ja lindikestega. Meeste ilutrend oli samamoodi üsna naiselikud. Moes oli kanda kõrge kontsaga kingi ja valgeid sukki. Näkku pandi tugevat puudrit, põsepuna ja võlts sünnimärke, et saavutada rafineeritud ja aristokraatlik välimus. Pikad, lokkis parukad, olid kohustuslikud mees aristokraatide seas. Rikkalikud tikandid, pitsid ja kuldehted olid staatuse sümbolid. Rõivad olid väga pidulikud ja suurejoonelised, mis eristasid aadlikke tavakodanikest (Digiõppevaramu 2017).

Barokiliku ilutaju mõjutusi näeb tänapäevalgi, kus nukulik ilu on taaskord hoo sisse saanud ja kogub meeletut populaarsust. Suured silmad, lopsakus ja nooruse sära on pikka aega püsinud tänapäeva iluideaalis. Aristokraatia kasutas ilu eneseväljenduse ja võimu välja näitamise vahendina. Mõlemad ajastud kujundasid olulisi moe- ja ilutrende, mille mõju võib näha tänapäevalgi.

1.3 Tänapäeva iluideaali

Tänapäeva ilu ei ole enam loodusliku harmoonia peegeldus. Vastupidi – tänapäeva visuaalkultuur provotseerib meid nägema maailma läbi teistsuguste vaatenurkade. Me elame ajastus, kus ilu ei ole enam ühtne ega universaalne. See on killustunud – kultuurivaheline, hübriidne ja sageli vastuoluline. Nagu Umberto Eco ütleb oma raamatus: ” meil tuleb alistuda ”tolerantsiorgiale” – mitmetähenduslikkuse, sünkretismi ja esteetilise polüteismi ajastule, kus kõigel on potentsiaal olla ilus, isegi kaosel ja absurdsusel” (Eco 2004: 428).

1997. aastal ilmus USA ajakirja Elle'i kaanele sudaanlanna Alek Wek, tähistades globaalset muutust iluideaalides. Oma sametise tumeda naha ja afroga esindas uhkelt ilu, mis erines traditsioonilisest valgest ja euroopalikust ideaalist. Tänapäevaks on iluideaaliid veelgi rohkem avardunud. Me liigume tasakesi ilu poole, kus kõik on teretulnud ja kõik võivad olla ilusad (Nationalgeographic 2020).

Praegune ajastu on ajastu, kus kultuurid, stiilid ja väärtused segunevad ja sulanduvad vabalt. Me elame esteetilise sünkretismi ajastul, kus ei kehti enam üks ja ainus ilu tõde, vaid ilu on muutunud mitmetähenduslikuks, isiklikuks ja subjektiivseks. Kunst ja esteetika ei järgi enam kindlaid norme ega reegleid, vaid kutsuvad inimesi kaasa mõtlema, tundma ja tõlgendama.

Kaasaegne iluideaal on mitmekesine, pidevalt arenev ja tugevalt mõjutatud meediast ning kultuurilistest protsessidest. Erinevalt varasematest aegadest, kus kehtisid ühed samad ilu standardeid, on tänapäeval iluideaal oluliselt varieeruvam. See sõltub piirkonnast, platvormist ja individuaalsest identiteedist. Mitmekesisust ja kaasatust on hakatud senisest rohkem väärtustama. See suundumus on reaktsioon mineviku kitsastele ilunormidele, mis välistas palju inimesi ainu üksi nende välimuse või tausta põhjal. Nüüd hinnatakse laiemat spektrit nahatoonidest, kehatüüpidest, etnilisest päritolust ja sooidentiteetidest. Üha enam peetakse ilusaks omadusi, mida varem peeti "ebatraditsioonilisteks" – näiteks tederäppe, hambavahet, pluss-suuruses kehasid ja naha arme. Sellele aitab positiivselt kaasa ka sotsiaalmeedia ja ilutööstus. Kosmeetikabrandid ja ilutööstus on hakanud rohkem rõhutama oma kampaaniates autentsust ja ehtsust. Kaasatakse erinevaid nahatoone, kehatüüpe ja erinevate taustaga modelle. Suur rõhk on ka looduslikel ilutoodetel, mis toetavad loomulikku ilu.

Tänapäeva ilu on tihedalt seotud ka heaolu kultuuriga. Ilusa välimuse all mõeldakse tervislikkust, elujõulisust ja aktiivset eluviisi. Fookus on tasapisi nihkunud väliselt ilult sisemise heaolu suunas. Tervislik lähenemine hõlmab nii vaimset, kui ka füüsilist tervist, rõhutades tervislikku toitumist, piisavat und, stressi maandamist ja üldist elustiili, mis peegeldub ka välimuses. Populaarne trend on naturaalne välimus ehk "meigita meik" – soov näidata end loomulikult ilusana. Särav ja veatu, sile nahk, tihedad ja loomulikud kulmud ning tagasihoidlikud huuletoonid. Kuid selle "loomulikkuse" taga peitub tihti kosmeetiline sekkumine. Tänapäevane iluideaal on muutunud kaasavamaks, mitmekesisemaks ja paindlikumaks. Paraku kaasneb sellega siiski ka tugev surve, eriti just sotsiaalmeedia ja ilutööstuse poolt. Välised ootused ja võrdluspildid varjutavad inimese enda loomulikku välimust või olemust. Aga mis siis on parim tänapäeva iluversioon? See ei ole üheselt määratletav ega kõigile sobiv standard. Tõeliselt väärtuslik ilu on see, mis tähendab autentsust, individuaalsust ja eneseväljendust, mitte allumist mingi kindla, ideaalselt stiliseeritud vormi raamidesse. Just see vabadus olla sina ise peakski olema tänapäeva iluideaal.

2. MANNEKEENI EFEKT

Mannekeeni efekt on nähtus, kus inimesed püüavad vastata ebarealistlikult täiuslikele iluideaalidele. See põhineb nukulikul- või perfektselt viimistletud välimusel. Justkui oleks inimene elav mannekeen. Mannekeeni efekt esineb enamasti sotsiaal- ja tavameedias, kus kujutatakse ilu ideaalse, veatu ja staatilisena. Kasutatakse filtreid, meiki ja digitaaltöötlust, et saavutada veatu välimus. Inimestel on tekkinud soov end näidata ideaalsena. Olla staatiline ja nn kontrollitud nagu emotsioonitu nukk. Selle kõige tagajärjeks on tekkinud inimestel identiteedikriis, kus nad ei tunne end ära ilma digimaskita. Kõik see tekitab ärevust ja pidevat soovi end parandada, söömishäireid ja kehapildi häireid.

Tänapäeval on ühe näpuliigutuse kaugusel kogu juurdepääs sõprade, kui ka võõraste maailmale. Inimesed puutuvad igapäevaselt kokku miljoni erineva postitusega ning selle järgi nad kujundavad ka oma väärtused ja arvamused ilust. Instagram, mis on üks populaarsemaid pildipõhiseid sotsiaalmeediaplatvorme, on üle 500 miljoni igapäeva aktiivse kasutaja üle maailma (neist umbes 20% USA-s). Iga päev postitatakse sinna ligikaudu 95 miljonit pilti, millest suur osa aitab kujundada ettekujutust sellest, mis on ilus, ihaldusväärne. (Vikerkaar, 2018, Katrin Tiidenberg)

Inimesed ei adu tihtipeale, et see mida nad sotsiaalmeedias näevad, ei ole kõik päris ning enamus on lavastatud või digitaalselt muudetud. Nii tüdrukud, kui ka poisid näevad üha rohkem vaeva, et eakaaslaste sotsiaalmeedia kuvandiga sammu pidada ja täita ebarealaalseid ootusi ja seetõttu unustavad iseenda loomulikkuse ja individuaalsuse. Mida rohkem sotsiaalmeedias aega veedetakse ja ennast pidevalt teistega võrreldakse, süvendab see üha enam probleemi. Noortel on langenud enesehinnang ning ei julgeta ega taheta endast pilte jagada. Arvates, et nad ei vastandu kehtivale standardile.

Viimastel aastatel on tehisintellekt (AI) arenenud niivõrd kiiresti, et see suudab genereerida täiesti uue inim kujutise, samas säilitades olemasoleva inimese sarnased tunnused. Sellised pildid on tihti visuaalselt veenvad ning raskesti eristavad tegelikkusest. Kuna inimesed on harjunud sotsiaalmeedias nägema filtreeritud ja esteetiliselt viimistletud pilte. Üha enam muutub hägusamaks piir loomuliku ja AI-ga loodud tehniliku ilu vahel. Viimastel aastatel on aina rohkem välja tulnud sotsiaalmeedia kasutajaid, kes oma välimust on moonutanud või eksitava identiteedi loonud. See on pannud inimesi mõtlema autentsusele ja inimeste

usaldamisele sotsiaalmeedias. Kuigi paljud on saavutanud populaarsuse oma välimuse või „täiusliku„ elu kuvandi kaudu, on selle fassaadi taga peidus tihtipeale rohkem illusiooni kui reaalsust.

2.3 Virtuaalne mina vs päris mina

Ilufiltrid on eriti levinud sotsiaalmeedia platvormidel instagram, snapchat ja tiktok, kus kasutajad jagavad enda pilte ja videoid. Teadlased veel ei oska täpselt öelda, kui suurt kahju avaldab liitreaalsuse (*augmented reality*) kasutamine. Kuid kahjuks on selge, et sellega kaasnevad riskid ja eriti haavatavas seisus on noored. Nad oleksid justkui osa eksperimentist, mis näitab, kuidas tehnoloogia võib muuta identiteedi kujutamist, eneseesitlust ja suhteid teistega.

Ilu filtrid on sisuliselt automatiseeritud fototöötlusvahendid, mis kasutavad tehisintellekti ja arvutinägemise tehnoloogiat, et tuvastada ja muuta näojooni. See analüüsib, mida kaamera näeb ning kohandab seda vastavalt reeglite järgi, mille on määranud filtri looja. Nutiseade tuvastab näo ja katab selle nähtamatu „näomalliga„. Sellele saab lisada igasuguseid graafilisi elemente – tulemuseks võib olla alates silmavärvi muutmisest kuni end multikategelaseks loomiseni (Technology review, 2021).

Ilu filtrid on suhteliselt uus tehnoloogiline areng, kuid selle juured ulatuvad Jaapani „Kawaii” kultuuri, kus sai hoo sisse fotoautomaadid. Nendes sai oma portreepilte kaunistada ja idealiseerida. 1999. aastal andis Jaapani elektroonikafirma Kyocera välja esimese mobiiltelefoni, millel oli esikaamera ja nii hakkas levima *15elfide* kultuur. Tänapäeval on saanud filtrid igapäevaseks osaks sotsiaalmeedias. Pea igas pildipõhisel platvormil saab erinevate vormide ja funktsioonidega filtreid kasutada. Facebook ja instagram väidavad, et rohkem kui 600 miljonit inimest on kasutanud vähemalt ühte AR-efekti (augmenteeritud reaalsus) (Technology review, 2021).

Snapchat on üks populaarsemaid filtrite kasutamise platvorme. Ettevõtte esindaja sõnul kasutab iga päev üle 200 miljoni aktiivse kasutaja filtreid. Isegi Zoomi videokõnedel on funktsioon „silu mu välimust”, mis muudab naha siledamaks ja pehmendab üldilmet. Paljud platvormid ei soovi jagada täpseid andmeid selle kohta, kui suur osa filtritest keskendub üksnes välimuse

muutmisele ja parandamisele, võrreldes meelelahutuslike või kunstiliste filtritega. Facebooki esindaja sõnul kuulub “*Appearance*” (välimus) kümne kõige populaarsema kategooria hulka (Technology review, 2021).

Filtrid ja AR-efektid pakuvad rõõmu, nii kasutajatele kui ka loojatele. Claire Pescott, kes on Lõuna-Walesi Ülikooli teadlane, uurib eelteismeliste käitumist sotsiaalmeedias. Tema fookuspunktiks on sooline erinevus filtrite kasutamises. Uuringu läbinud poiste arvates on filter lõbus ja meelelahutuslik, kuid tüdrukute arvates, kes olid 10-11 aastased nägid liitreaalsuse AR-filtreid peamiselt ilu parandamise tööriistadena. Üks laps oli talle öelnud: „Ma soovin, et ma kannaks ka päris elus filtrit ”(Pescott, 2021).

Hiinas peetakse sõbrast töötlemata pildi postitamist lausa sotsiaalse normi rikkumiseks. Filtriga töödeldud fotoga ilukirurgi juurde minemine on muutunud nii tavapäraseks, et selleni viivale meeleseisundile on omistatud termin “*Snapchat dysmorphia*” (Noba, 2022).

Sotsiaalmeedias näeb palju inimesi, kes kasutavad ilu filtreid pidevalt ning valetavad, et see on nende loomulik välimus. Nende peas on arusaam, et nad näevadki sellised välja. Heaks näiteks on filtri reklaam, kus loomulik ilu on kujutatud pigem ebapiisava või koledana ning vaatajat suunatakse seda varjama ilufiltri alla (foto 4). AR-filtrite ilukultuur on muutunud, kuna uus sisuloojate põlvkond tahab ainult kuulsust ja raha. Kõik keerleb ainult kuulsuse ja jälgijate arvu ümber. Asi ei ole ainult oma pildi filtreerimises vaid see on terve elu filtreerimine. Kuid see on veel alles algus, sotsiaalmeedia AR-filtrid on vaid osa kiiresti laienevast automaatsete digitaalsete ilutehnoloogiate maailmast. Õnneks on juba mõned platvormid märganud mure kohta ning on seadnud piiranguid. Näiteks Tiktok teatas hiljuti, et keelavad alla 18-aastastel kasutada filtreid, mis jäljendavad kosmeetilise kirurgija efekti.

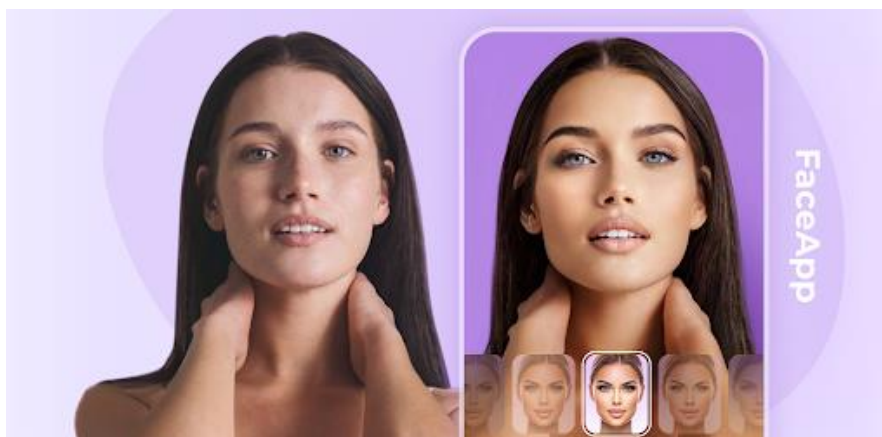


Foto 4. FaceApp: Perfect Face Editor, 2025

2.4 Snapchat düsmorfia

Seos sotsiaalmeedia kasutamise ja kosmeetiliste protseduuride sagenemise vahel on tugev. Süstemaatilise ülevaate annab Andreea Mironica 2024 aasta uuring. Kus viidi läbi 25 erinevat uuringut, milles osales kokku ligi 14 000 inimest. Selle eesmärk oli uurida sotsiaalmeedia mõju kehapildi ja kosmeetiliste protseduuride läbiviimise soovile. Tulemused näitasid, et eriti tugevalt mõjutab otsust sekkuda enda välimusse kosmeetiliste protseduuridega, Instagram ja Snapchat. Uuring rõhutas, et tugevalt on süüdi filtrite kasutamine ja ideaalsete kehakujutiste levitamine (Cureus, 2024)

Tänapäeval peab nooruk pidevalt kokkupuutuma kehakuvandi häbistamise ja anonüümsete küberkiusamistega sotsiaalmeedias. Küsimuse "Kuidas ma välja näen?" varjutab endis sügavamaid enesehinnangu ja identiteedi küsimusi. Juba noores eas hakatakse end võrdlema teistega ning selline pidev võrdlemine võib muutuda ajapikku kinnisideeks. Paljud noored on langenud selletõttu suurde depressiooni ja on tekkinud vastupandamatu soov enda välimust muuta. Viimased uuringud näitavad, et 70% noortest naistest ja 60% noortest meestest ei ole oma välimusega rahul (Psychology today, 2025)

See muret tekitav statistika langeb kokku kosmeetiliste protseduuride kiire normaliseerumise ja kättesaadavusega. Esteetilised protseduurid, nagu täitesüstid, *botox* või nahahooldus on muutumas üha tavapärasemaks osaks paljude inimeste igapäevasest ilurutiinist. Termin nagu "Snapchati düsmorfia" viitab nähtusele, kus inimesed, eriti noored, soovivad oma välimust muuta, et sarnaneda sotsiaalmeedia filtriga töödeldud piltidele.

Sotsiaalmeedia on tugevdanud ka kuulsuste mõju iluideaali kujundamisel. Näiteks pärast kuulsa sisulooja Kylie Jenneri avalikku ülestunnistust, et kasutab täitesüste huultes, kasvas Google'i otsingute arv dermal fillerite kohta plahvatuslikult (Psychology today, 2025). 2022 viidi läbi uuring, kus uuriti COVID-19 pandeemia mõju inimeste enesetajule ja huvi suurenemist kosmeetiliste protseduuride, eriti näopiirkonna protseduuride vastu. Uuringu läbiviijad märkisid, et videokõnede laialdane kasutamine suurendas inimeste teadlikkust oma välimusest ekraanil, mis omakorda tõi kaasa suurema huvi kosmeetiliste protseduuride vastu (Aesthetic Plastic Surgery, 2022)

Kosmeetilistes protseduurides pole iseenesest midagi halba, kuid probleemid tekivad siis, kui nende taga on sisemine ebakindlus ja pidev võrdlus teistega. Kahjuks on üha rohkem inimesi, kes ei suuda tõmmata piiri ilusoovide ja rahulolu otsingu vahel – tekib lõputu soov "end

parandada”, lootes saavutada rahulolu, mida väline muutus tegelikult ei suuda pakkuda. Sageli tehakse protseduure kergekäeliselt. Teinekord liialdatakse nii, et kaob loomulikkus ja tulemus ei too soovitud rahulolu, vaid hoopis rahulolematust ja võõrandumist iseendast. Kas me muudame siis oma välimust, et iseennast armastada rohkem või selleks, et teised meid rohkem armastaksid?

Heaks näiteks võib tuua ka Donatella Versace, kes on ikooniline moedisainer ja üks mõjukamaid ilutrendide tekitajaid. Ta on oma elu jooksul läbinud märkimisväärse muutuse, mis on pärvinud nii imetlust, kui ka väga palju kriitikat (Foto 5). 69-aastane Versace moemaja juht on tuntud oma platinablondide juuste ja dramaatiliste näojoonte poolest. Ta on avalikult tunnistanud botuliintoksiini (botoxi) kasutamist. Tema välimuse muutumine on esile toonud laiemat arutelu esteetiliste valikute tasakaalu üle iluprotseduurides. Vaatamata muutuvatele ilutrendidele ja avalikule arvamusele on Donatella säilitanud oma unikaalse stiili (The Sun 2024).



Foto 5. Donatella Versace, 2024. The US Sun

Kui inimene teeb väikse muudatuse oma välimuses selleks, et end paremini tunda ja see teeb ta õnnelikuks, siis miks ka mitte? Kuid kui sellised otsused tulevad hirmust, survest või sisemisest rahulolematusest, siis võib lahendus peituda mitte süstlas, vaid psühholoogilises toetamises ja enese aktsepteerimises. Väline ilu on küll meeldiv, kuid püsiv rahulolu sünnib seestpoolt.

3. PRAKTIINE OSA

Praktilise osa eesmärk on luua portreefoto seeria pealkirjaga “Sotsiaalmeedia Mannekeen”, mis käsitleb ilu kujutamise kahte vastandlikku lähenemist – loomulik ilu ja sotsiaalmeedia poolt kujundatud ilu. Idee sai alguse igapäevastest tähelepanekutest: märkasin, kui paljud inimesed suhtuvad endasse negatiivselt ja tunnevad rahulolematust oma välimuse suhtes ning väljendavad soovi seda muuta. Vastates siis sotsiaalmeedia poolt kujundatud iluideaalidele. Märksõnad nagu ebakindlus, enesekriitilisus ja püüd täiuslikkuse poole said aluseks minu praktilisele tööle.

Lõputöö teema seemneks olid inimesed minu ümber. Nende suhtumine iseendasse ja oma välimusse äratasid minus küsimusi: miks me peame välimust üldse nii oluliseks ja kuidas tänapäeval visuaalne kultuur, eriti sotsiaalmeedia, mõjutab inimese enesehinnangut ja identiteeti? Ilu on minu jaoks isiklik ja mitmetähenduslik mõiste. Kuigi tänapäeval räägitakse rohkem mitmekesisusest ja individuaalsusest, mõjutavad inimesi siiski tugevalt meedia poolt kujundatud visuaalsed normid.

Mina isiklikult ei tunne, et sotsiaalmeedia oleks mind nii tugevalt mõjutanud, kuid huvi, kuidas see mõjutab teisi - nende enesetaju ja hoiakuid, on olnud selle töö keskne tõukejõud. Soovisin mõista, kas inimesed ise tajuvad probleemi selles, kuidas sotsiaalmeedia ilu esitab või on see juba muutunud nii tavapäraseks ja omaksvõetud normiks, et küsimusi enam ei küsitagi.

Portreefoto seeria kaudu soovin visualiseerida ja esile tuua vastandust kahe ilu käsitluse vahel – loomulik, kordumatu ilu versus sotsiaalmeedia poolt loodud ideaal, mis tihti baseerub filtreeritud, töödeldud ja tehiskul kuvandil. Sotsiaalmeediapilt esindab „filtreeritud mina” kontseptsiooni – modelli kujutatakse kui digitaalselt kujundatud, isikupäratut ideaali: veatut, staatilist ja emotsionaalselt kaugenevat.

Loomuliku ilu portree seevastu kehastab autentsust ja enesega rahulolu. Modell on esitatud ausalt ja vahetult, ilma digitaalse manipulatsiooni või filtrita. Tema olekus peegeldub väärikus ja enesekindlus – vastandina sotsiaalmeedia esteetikale, mis tihti surub peale ideaali, millesse sobitumine eeldab loomulikkuse kaotamist. See on pilt inimesest sellisena nagu ta on, mitte sellisena, nagu teda soovitakse näha.

3.1 Ettevalmistused

Juba töö alguses oli mul kindel soov käsitleda ilu teemat, kuna see tekitab palju emotsioone ja ühiskondlikke arutelusid. Mõtteid oli alguses väga mitmeid, kuid koos juhendajaga Madis Palmiga koondasime need ühtseks fookuseks - uurida ilu kuvandit sotsiaalmeedia kontekstis. Huvitava kombel sai praktilise osa mõtted enne paika, kui kirjalik kontseptsioon üldse täielikult välja kujunes.

Töö esimestel etappidel kogusin palju erinevaid inspiratsioonipilte ja visuaalseid ideid. Tegin mitmeid jooniseid ja visandeid, et mõtestada, milline võiks välja näha praktiline osa. Selle tulemusel valmis ka esimene *Moodboard* (vaata lisa 1), mis sai töö aluseks ja suunajaks. Kui lõputöö kirjaliku osa teema lõplikult selgines, muutusid ka visuaalsed ideed selgemaks.

Modellide valikul oli minu eesmärk leida nn ehtsaid inimesi - neid, kes ei vasta klassikalisele iluideaalile ega ei ole professionaalsed modellid. Ma soovisin leida inimesi, kelle välimuses ja olekus peitub erilisus ja isikupära. Teadlikult jätsin kõrvale professionaalsed modellid, kuna nende nn "valmis" olek ja harjumus kaamera ees olla ei pakuks mulle kui fotograafile piisavat väljakutset. Soovisin rõhutada just loomulikkust ja inimese kordumatut välimust.

Sain peagi aru, et vajasin meeskonda - üksi ei oleks ma saavutanud seda tulemust, mida soovisin. Eriti oluline oli leida hea grimmikunstnik, sest sotsiaalmeedia temaatikat käsitlev portree vajab visuaali, mis viitaks digimaskile. Õnneks liitus minu projektiga äsja stilistika eriala lõpetanud Heliise. Koos koostasime igale modellile personaalsed *Moodboardid* (vaata lisa 2), kus olid inspiratsioonipildid poosidest, värvi valikud ja grimiinspiratsioonid. Lisaks hoolitses Heliise soengute eest ja aitas esile tuua loomuliku ilu parimal võimalikul moel. Minu meeskonda kuulusid veel kursaõed Elis ja Anette, kes toetasid mind assistentidena ja olid moraalseks toeks. Elis aitas mul rohkem stuudiovalgustuse paika sättimisega ja võtteplatsi ülesseadmisega. Anette toetas samuti tehniliselt, hoidis peamiselt reflektorit ja sättis vajadusel modeli.

Pildistamise ettevalmistamine oli pigem minimalistlik. Vaja oli juurde muretseda ainult taustakangas. Vajasin selleks läikivat siidist materjali, mis annaks edasi helendava telefoniekraani efekti ja looks seose sotsiaalmeediaga. Kanga leidsin Abakhanist, kust sain sobiva materjali, mis aitas luua soovitud visuaalse meeleolu. Et pildistamised saaksid ilusti toimuda, planeerisin koos grimeerijaga sobivad sessiooni ajad. Koostasid pildistamise ajakava, et kõik teaksid enamvähem arvestada kaua võib minna (vaata lisa 3).

3.2 Pildistamine

Kokku toimus kolm pildistamist, kõik erinevatel päevadel. Minu stuudiovarustus ja võtteplats olid küllaltki tagasihoidlikud, kuid läbimõeldud. Kuna tegemist oli portreesarjaga, piisas pildistamiseks ainult taustast ja valgusest. Kaamera ees kasutasin 85 mm objektiivi, kuna see on mu hetke lemmik stuudios portree pildistamis objektiiv.

Esimesena pildistasime loomulikku ilu. Koos Elisega sättisime paika tausta ja valgused, samal ajal kui Heliise toetas meigiga modelli loomulikku ilu – värskendas jumet, ilma üleliigse meigita. Enne põhivõtteid tegime paar testpilti, et saavutada parim tulemus (vaata lisa 4). Kasutasin selle pildi puhul pehmet valgust, selleks kasutasin *softboxe*. Kuid tausta taga oleva valguse eesmärk oli pigem, et kanda kangatoon edasi ka modellile, tekitades visuaalse ühtluse.

Teise etapina toimus grimmiga pildistamine. Selleks kasutasin kunstlikumat valguslahendust – kolme stuudiovälku. Ühe stuudiovälgu eesmärk oli lüüa valgus läbi siidise materjali ja looks helendava efekti, mis viitab telefoniekraanile. Teised kaks välku suunasin otse modellile, vältimaks varje ning saavutamaks staatilist tulemust – eemaldades loomulikkuse. Suurimaks väljakutseks osutus taustakangas. Kangast tuli mitu korda sättida, et tekiks soovitud voldid ja maaliline pind. Kokku kasutasin kolme eri värvi taustakangast: fuksiaroosa, lillat ja oranži. Valisin värvi vastavalt konkreetsele modellile, sobides tonaalsust inimese välimusega. Kõige keerulisem oli aga lillat kangast pildistada, kuna see oli ainuke, mille tekstuur erines teistes ning mille puhul ei saanud kasutada taustavälku. Taustavalgus oleks toonud liigselt esile kanga väreluse, mis oleks töötluses muutunud probleemseks. Seetõttu püüdsin kõik visuaalsed detailid paika panna kohapeal, vältimaks hilisemat järeltöötluskoormust.

Oluline oli ka modellide olek ja emotsioonid. Piltide kontseptsiooni keskne idee oli panna loomulik ja sotsiaalmeedia kuvandiga versioon üksteise vastu – justkui nad vaataksid teineteisele silma. Loomuliku ilu pildil pidi modell olema enesekindel, kerge muigega.

Sotsiaalmeedia pildil pidid aga vastupidi – melanhoolne, kurvameelne ja kadestav. Justkui igatseks ta seda loomulikkust, mida ise enam ei tunne. Lisaks selline emotsioonitu olek viitab hästi sotsiaalmeedia „digitaalse maski” kontseptsioonile.

3.3 Töötlus

Sotsiaalmeedia kuvandi foto puhul oli töötlus minu töös, üheks olulisemaks osaks – läbi tugeva töötluise tuleb sõnum kõige praemini esile. Sotsiaalmeedia puhul tekitasin mulje, et inimene upub visuaalsesse üleküllusesse – hajub tausta sisse. Efekti loomiseks kasutasin ülesäris ja intensiivse värvusega tausta. Üleküllustatud toonid rõhuvad sotsiaalmeedia ülefiltreeritud maailma. Pildile lisasin udustava-veniva liikumise efekti, mis hägustaks piire reaalse ja digitaalsete kihistuste vahel. Töötlesin ka modellide näod võimalikult sümmeetriliseks, veatuks ja nukulikuks, et rõhutada ebaloomulikkust ja ühte sulamist – kus kõik näevad välja „täiuslikud” ja samasugused.

Loomuliku ilu puhul hoidsin töötluise minimaalse. Kasutasin tausta korrigeerimiseks *Photoshopi* ja üldise toonitöötluise jaoks *Lightroomi*. Tulemus pidi jääma võimalikult loomulik.

Kompositsiooni osas on kõik modellid paigutatud kuldlõikelise printsiibi lähedale – kergelt vasakul, jättes paremale poole rohkem tühjust või liikumist.

3.4 Fotoseeria esitus

Esitan portreefoto seeria, kus on kõrvuti asetatud kaks ilu kujutamise viisi – sotsiaalmeedia mõjutatud ilu ja loomulik ilu. Seeria on eksponeeritud Pallas Galerii seinal, kus on välja pandud 6 suuremõõtmelist fotot (vaata lisa 5).

Piltide mõõtmed on 65 x 90 cm, mis tagab tugeva visuaalse kohalolu ning välistab liigse tühja pinna jäämise seinal. Fotod on trükitud peenekoelisele kanvaale. See materjal pakub suurepärase pildikvaliteedi ning sellel olev tekstuur lisab teosele maalilise ja pehme efekti.

3.5 Analüüs

Kogu portree seeria loomine oli minu jaoks põnev ja inspireeriv kogemus. Nautisin igat hetke stuudios. Meeskond oli abivalmis, innustunud ja osales rõõmuga projektis. Kindlust andis ka juhendaja toetus, kes oli kogu protsessi vältel alati olemas ja abiks. Olen lõpptulemusega olen rahul, kui ka modellid ja juhendaja. Algne hirm põruda sai ületatud ning saavutatud tulemus ületas hoopis ootusi.

Koostöö sujus kõigis etappides väga hästi – pildistamised kulgesid sujuvalt ja tõrgeteta. Oli tunda, et Andrus Kanneli stuudiotunnid on andnud tugeva tehnilise baasi. Tunnen end studios mugavalt ja mulle meeldib seal eksperimenteerida. Olulist tuge pakkusid eelnevalt koostatud *Moodboardid*, mille abil nii mina kui ka grimmikunstnik tulime studiosse kindlama visiooniga. Jagasin *Moodboardi* ka modellide ja juhendajaga, et kogu meeskond mõistaks ühist suunda ja eesmärki.

Grimmikunstniku kaasamine tegi kogu protsessi veelgi efektiivsemaks. Kuna ka tema on alles oma loomingulise tee alguses, oli projekt temale sammuti väljakutseks ja kogemuseks. Ühiselt õppisime, kuidas koostada sisukaid ja visuaalselt tugevaid *Moodboarde*. Arvestasime üksteise soovide ja võimalustega ning leidsime igale probleemile lahenduse.

Modellid olid piltidega rahul, eriti üllatas neid sotsiaalmeedia portree kunstiline lähenemine, mida nad alguses ei osanud oodata. Loomuliku ilu portree tekitas esmalt modellides õrnalt ebakindlust – olles ilma jumestuseta kaamera ees. Koostöö modellidega sujus väga hästi. Tänu varasemale stuudio kogemusele suutsin kiiresti luua turvalise ja toetava õhkkonna. Mõni modell oli esialgu tagasihoidlikum ja vajas kaamerahirmust ülesaamist, kuid kõik lõpuks avanesid protsessi käigus ning järgnesid rõõmuga juhendamisele. Ka tagasiside modellidelt on positiivne – nad tundsid, et said just enesekindlust juurde ja uusi tutvusi.

Fotograafina olen valminud seeriaga rahul. Lõpptulemus vastas minu algsele ideekontseptsioonile – portreefoto seeria edastab selgelt ja mõjusalt soovitud sõnumit ning kõnetab vaatajat nii visuaalselt kui sisuliselt.

Kõige rohkem arenesin just töötlusprotsessi käigus. Kuigi alguses oli mul selge visioon, kuidas pilte töödelda, avastasin end ootamatult loomingulises ummikus. Lõpliku lahenduseni jõudsin läbi mitme katsetuse.

Mind on alati saatnud küsimus: kui kaugele võib töötlusega minna ja kui palju inimese loomulikku olemust muuta? Selle lõputöö protsessi käigus leidsin enda jaoks sobiva tasakaalu – kuldse kesktee. Austades modelli loomulikkust, säilitasin inimese kohalolu, samas kui sotsiaalmeedia käsitlev pool võimaldas mul kasutada kunstlikkust ja esteetilist liialdust kui visuaalset võtet. Tunnen, et olen arenenud mitte ainult tehniliselt, vaid ka enesekindluses oma visuaalse käekirja ja loomingulise eneseväljenduse osas.

KOKKUVÕTE

Minu bakalaureusetöö „Sotsiaalmeedia mannekeen” käsitleb ilu olemust, selle tähendust ja mõjule inimese enesetajule. Töö keskendub sellele, kuidas iluideaali on läbi ajaloo muutunud ning millist rolli mängib sotsiaalmeedia tänapäeval ilutaju kujundamisel ja enesehinnangu mõjutamisel.

Teoreetilises osas annan ülevaate ilu käsitlusest alates antiikajast kuni digiajastuni, rõhutades proportsiooni, harmoonia ja kuldlõike tähtsust esteetikas. Samuti analüüsin, kuidas sotsiaalsed ja kultuurilised muutused on kujundanud arusaama ilust eri ajastutel. Töö keskmes on tänapäevane nähtus – mannekeeni efekt, kus inimesed püüavad vastata sotsiaalmeedias levivatele ebarealistlikele ilustandarditele, kasutades filtreid, digitaaltöötlust ja visuaalset manipulatsiooni.

Tuginedes viimastele uuringutele, tõstan esile noorte suureneva ebakindluse oma välimuse suhtes – 70 % noortest naistest ja 60 % noortest meestest pole oma välimusega rahul. See viitab murettekitavale arengule, kus eneseväärtustamine asendub visuaalse ideaali saavutamise survega. Töö järeldeb, et sotsiaalmeedia mõjutab tugevalt identiteeditunnetust ja psüühilist heaolu, nihutades ilu mõiste looduslikust harmooniast kultuuriliselt killustunud ja vastuolulisse suunda.

Tõeliselt väärtuslik ilu seisneb autentsuses, individuaalsuses ja eneseväljenduses. Kosmeetilised protseduurid ei ole iseenesest problemaatilised, kui nende aluseks on sisemine tasakaal. Probleem tekib siis, kui ilu saavutamise soov tuleneb ebakindlusest ja pidevast võrdlemisest teistega. Seega on oluline mõista, et püsiv rahulolu sünnib seestpoolt – mitte üksnes välimuse kaudu.

Praktilise osas kavandasin ja teostasın portreefoto seeria, kus vastanduvad loomulik ilu ja sotsiaalmeedia esteetikast mõjutatud kujutised. Modellideks valisin teadlikult mitteprofessionaalsed modellid, et rõhutada mitmekesisust ja omanäolisust. Iga visuaalne lahendus – valgus, kompositsioon, töötlus, olid läbimõeldud, et tuua esile kahe maailma kontrast.

Lõputöö käigus leidsin vastuse painavale küsimusele: kui kaugele minna töötlusega ning kui palju säilitada inimese loomulikku olemust. Selle töö protsess aitas mul leida kuldse kesktee ning kinnitas minu isiklikku visuaalset käekirja. Olen arenenud nii tehniliselt kui ka loominguliselt ning saavutasin tulemuse, mis ületas isiklikud ootused.

SUMMARY

Portrait photo series ‘Social media mannequin’

The bachelor’s thesis “*Social Media Mannequin*” explores the evolving concept of beauty and its impact on individual self-perception, with a focus on the influence of digital culture and social media. The theoretical part examines the historical development of beauty ideals – from the classical harmony of antiquity to today’s fragmented and hybrid aesthetic values – highlighting how cultural, social, and technological changes have redefined what is considered beautiful.

Central to the thesis is the phenomenon referred to as the “*mannequin effect*” – a condition where individuals strive to meet unrealistic, idealized beauty standards shaped by social media platforms. Through the widespread use of filters, editing tools, and algorithm-driven aesthetics, natural human features are often replaced with digitally altered perfection. Recent studies show that a significant portion of young people experience dissatisfaction with their appearance, with 70% of young women and 60% of young men expressing discontent, often starting at a very early age. This trend has serious implications for mental health, identity formation, and self-worth.

The thesis aims to raise awareness of the importance of natural beauty, encouraging critical reflection on how social media aesthetics shape body image and consumer behavior. It questions whether we are moving toward authenticity or surrendering to a digital ideal that prioritizes sameness over individuality.

The practical component of the thesis consists of a conceptual portrait photo series that juxtaposes two contrasting visual worlds: natural, unedited beauty versus highly stylized, filtered aesthetics influenced by social media. For the photo series, I deliberately chose non-professional models who do not fit conventional beauty norms, to emphasize diversity, realism, and individuality. The creative process included detailed planning of lighting, styling, and editing techniques to visually enhance the conceptual contrast between the two sides.

This project has allowed me to explore an ongoing question in my artistic practice: how far should one go in editing an image without compromising the subject’s natural identity? Through experimentation and reflection, I was able to find a balanced approach – a visual “golden mean” – that respects authenticity while acknowledging the power of digital tools. The final result

reflects my artistic vision and successfully communicates the core message of the thesis: that true beauty lies in self-acceptance, diversity, and being real in a world increasingly dominated by virtual ideals.

KASUTATUD ALLIKAD

Visagemedart (2017) The History of Feminine Beauty – Visagemedart [WWW] <https://www.visagemedart.com/brief-history-of-feminine-beauty/> (01.12.2017)

Zheng, R, Zhou, G. (2021) Normality mediates the effect of symmetry on facial attractiveness- Acta Psychologica[WWW] <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0001691821000615?via%3Dihub> (29.04.2021)

De Silva, J. (2024) World's most beautiful women according to the golden ratio - The Sun [WWW] <https://www.thesun.co.uk/fabulous/31021386/worlds-most-beautiful-women-golden-ratio/> (12.03.2024)

Reed.M. (2023) The Influence of Golden Ratio in Iconic Paintings – 1st-art-gallery [WWW] <https://www.1st-art-gallery.com/article/the-influence-of-golden-ratio-in-iconic-paintings/?srsId=AfmBOooYu-ThUO2OoHc1M22mG3wmRGujd0g3s0AcvhJnDX9lCmPtphBW> (06.04.2023)

Britannica. (2025) Renaissance art – Britannica [WWW]<https://www.britannica.com/art/Renaissance-art> (15.02.2025)

Hartog. M.D. (2020) Makeup and female beauty standards in Renaissance Italy - leidenmedievalistsblog [WWW] <https://www.leidenmedievalistsblog.nl/articles/makeup-and-female-beauty-standards-in-renaissance-italy> (10.07.2020)

Abiline. S. (2017) Rokokoo - Digiõppevaramu [WWW] <https://vara.e-koolikott.ee/taxonomy/term/4188> (27.10.2017)

Goldberg. S (2020) Why we're examining modern beauty—and how it matters for women - National Geographic [WWW] <https://www.nationalgeographic.com/magazine/article/from-the-editor-why-we-are-examining-modern-beauty-and-how-it-matters-for-women> (07.01.2020)

Tiidenberg. K (2018) Instagrammitav elu. Vaatamine ja näitamine võrgustatud maailmas – Vikerkaar [WWW] <https://www.vikerkaar.ee/instagrammitav-elu-vaatamine-ja-naitamine-vorgustatud-maailmas/> (04.05.2018)

Tate Ryan-Mosley (2021) Beauty filters are changing the way young girls see themselves
Technology review [WWW] <https://www.technologyreview.com/2021/04/02/1021635/beauty-filters-young-girls-augmented-reality-social-media/> (02.04.2021)

Pescott, C. (2020). Tweens' perceptions of selfies and filters on social media: A thematic analysis. Journal of Children and Media – Social Media + Society [WWW] <https://pure.southwales.ac.uk/ws/portalfiles/portal/4323504/2056305120965155.pdf>
(21.10.2020)

Rannula, K. (2022) Snapchat dystoopia – Noba [WWW] <https://noba.ac/et/naitus/kertu-rannula-snapchat-dystoopia/> (12.06.2022)

Mironica, A. (2024) Social Media Influence on Body Image and Cosmetic Surgery Considerations: A Systematic Review - Cureus[WWW] <https://www.cureus.com/articles/276677-social-media-influence-on-body-image-and-cosmetic-surgery-considerations-a-systematic-review#!/> (29.07.2024)

Padley, R.H. (2020) COVID-19 lockdown learning: The revolution of virtual teaching – JPRAS [WWW] [https://www.jprasurg.com/article/S1748-6815\(20\)30408-3/fulltext](https://www.jprasurg.com/article/S1748-6815(20)30408-3/fulltext) (28.08.2020)

Hall. L (2024) FACE OFF, Donatella Versace's face transformation over the decades, and why she's never believed in 'totally natural women – The Sun [WWW] <https://www.the-sun.com/lifestyle/13023273/donatella-versaces-face-transformation-over-decades/>
(05.12.2024)

KASUTATUD KIRJANDUS:

Eco, U. (2004). On Beauty: A History of a Western Idea. Secker & Warburg

Williams, R. (2004). Art Theory, an historical introduction

KASUTATUD FOTOD:

Foto1. Anya Taylor-Joy, 2024 Pildi autor: Julian De Silva - <https://kz.kursiv.media/2024-07-26/lfst-ttkn-golden-ratio/>

Foto2. Petrus Christus, *Portrait of a Young Girl*, c. 1465-
https://en.wikipedia.org/wiki/Portrait_of_a_Young_Girl_%28Christus%29

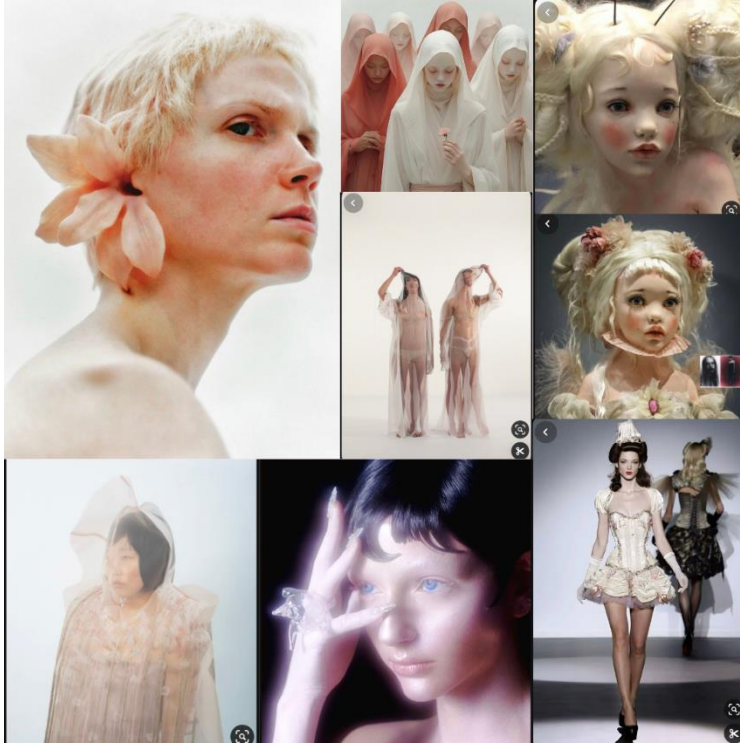
Foto3. Marie Antoinette with a Rose, 1783. Pildi autor: Elisabeth Louise Vigée Le Brun-
<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/656931>

Foto4. FaceApp: Perfect Face Editor, 2025
http://play.google.com/store/apps/details?id=io.faceapp&hl=en_SG&gl=US&pli=1

Foto5. Donatella Versace, 2024. The US Sun
<https://www.the-sun.com/lifestyle/13023273/donatella-versaces-face-transformation-over-decades/>

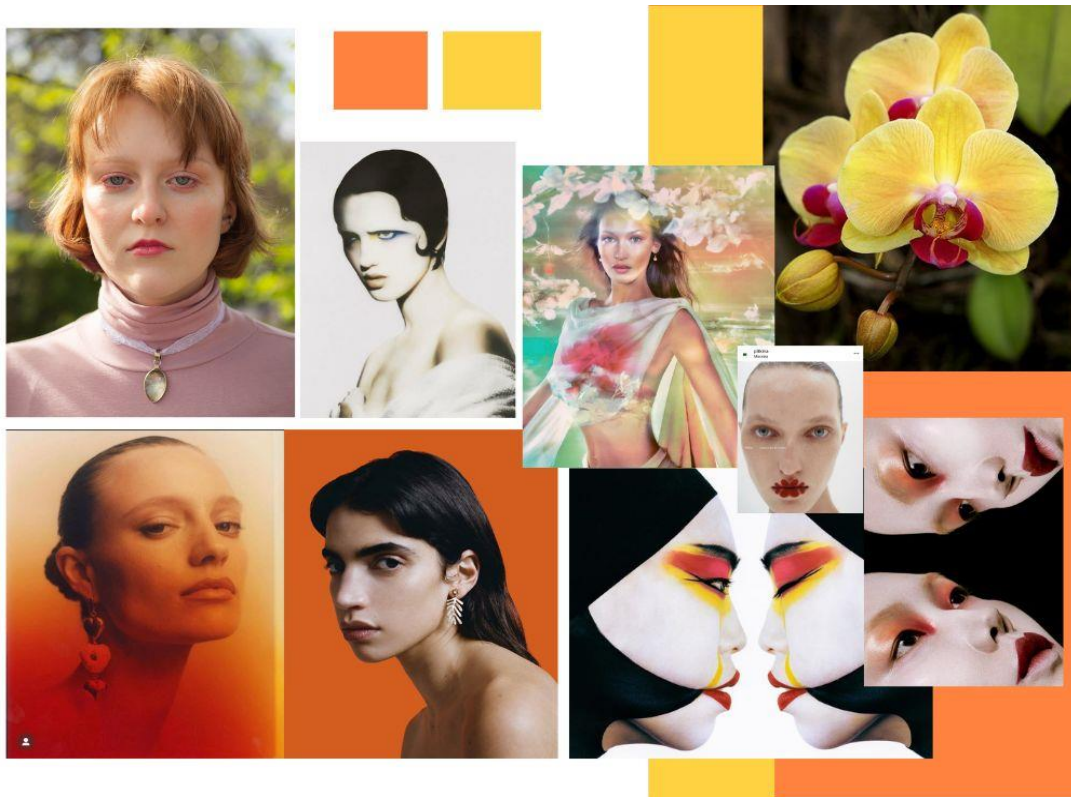
LISAD

LISA 1. Moodboard

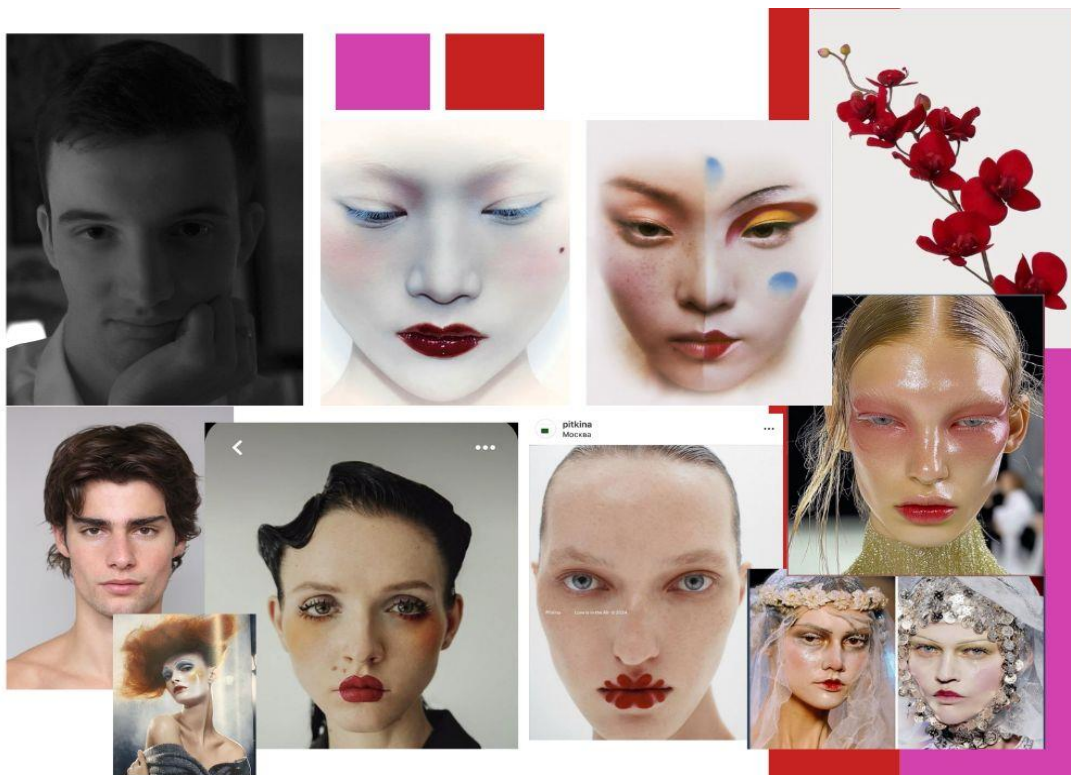


LISA 2. Grimm Moodboard

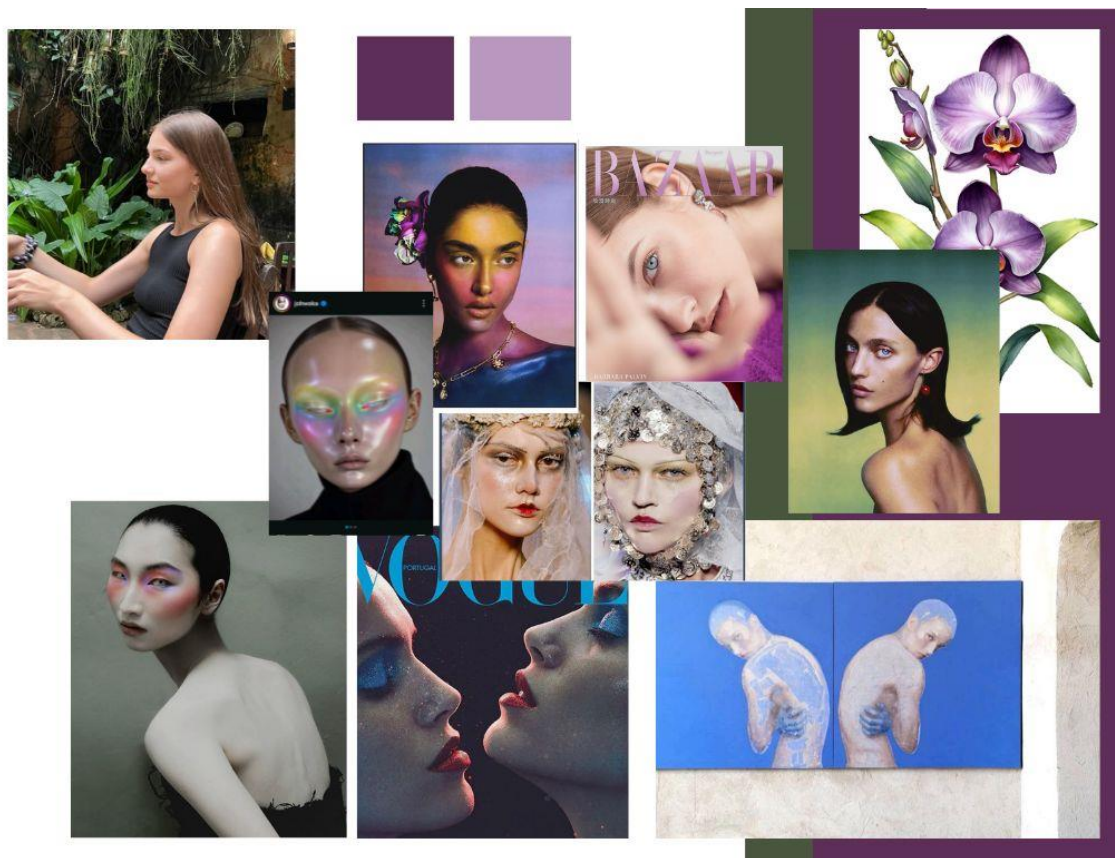
Moodboard 1 – Heliise, värv, grimmi inspo, poosid



Moodboard 2 – Helari, värv, grimmi inspo, poosid



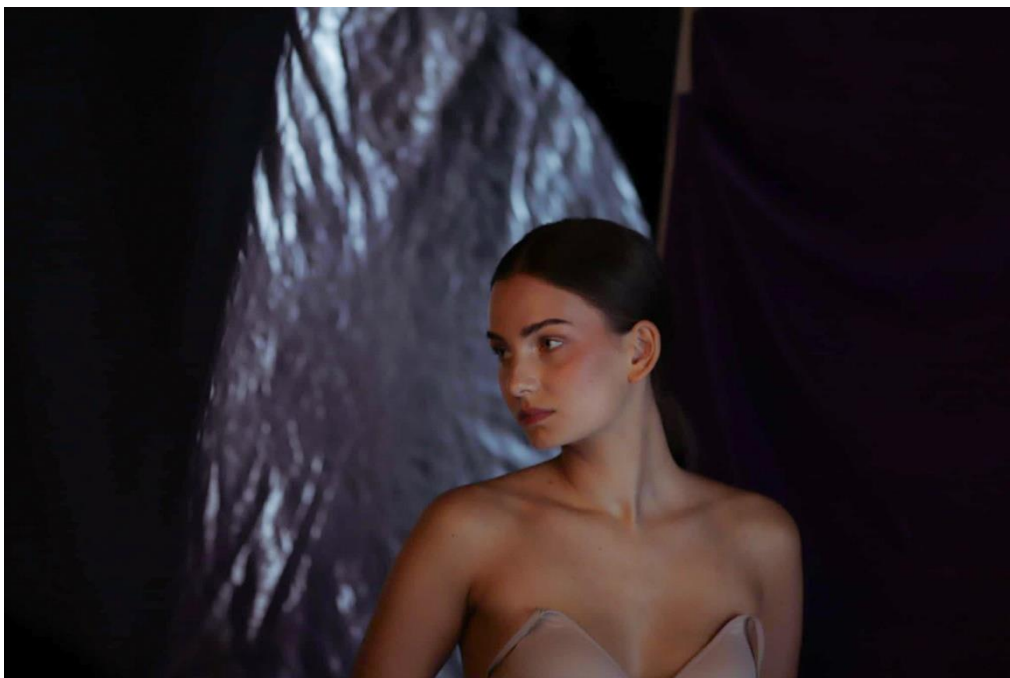
Moodboard 3 – Kärol, värv, grimmi inspo, poosid



LISA 3. Ajakava

12:00	Võtteplatsi paika sättimine/ grimmikunstniku valmis panek
12:30	Kerge jumestus
13:00	Loomuliku ilu pildistamine
14:00	Vana meik maha, grimm
15:00	Grimmiga pildistamine (sotsiaalmeedia osa)
16:00	Kokku pakkimine

LISA 4. Testpilt ja BTS







Pildid tegi: Elis Liik

LISA 5. Portreefoto seeria "Sotsiaalmeedia mannekeen"

