

## Elus esinevad asjad

### Popkunst lääne eeskujul argipäeva dokumenteerijana

Anneli Porri

#### Teesid

1960. aastatel tõusis Läänes popkunst jõuliselt esile. Popkunstnikud keskendusid igapäevase eluolu ja tarbekaupade detailsele kujutamisele. Neid takistasid ja soodustasid poliitika, majanduse ja kultuuri mehhanismid, mis mõjutasid stiilipuhta popkunsti väljaarenemist Nõukogude Eestis 1960.–1970. aastatel, keskendudes igapäevase olme ehk kujutusobjekti probleemidele. Lääne ja Eesti NSV popkunst kõrvutuvad hea ja halva maitse, naiseliku-meheliku, realismi-soovmõtlemise, avangardi ning ametliku, kultuuri- ja majanduspoliitika kategooriates. Popkunstile omast küllusekriitikat asendas Nõukogude Eestis kasinusekriitika. Eesti NSV popkunstile on omane avaldumine nn väikestes meediumides (graafiline disain, lavakujundus, animatsioon, noorteajakirjade illustratsioon). Suletud ühiskonna püüe matkida Läänt viis äraspidise popkunsti mudeli tekkimiseni, eelkõige repropopi avaldumiseni kodukujundusajakirjas Kunst ja Kodu, noorteajakirjas Noorus jm.

**Märksõnad:** 1960. aastad, avangard, Nõukogude Eesti, hüperrealism, Kunst ja Kodu, popkunst, tarbekaubad, SOUP 69

*Asju viia vastavusse nende nimedega;  
märgata, et märgatav on vahe  
õigekirjutuse ja  
õige kirjutuse vahel.*

Jüri Üdi

Eha Komissarov on osutanud Eesti 1960. aastatele kui elulaaditeatritele (Komissarov 1997). Õigustatud võrdlus peegeldab mitmekesisist lavapilti, mille kulissid on ideoloogia, poliitika ja majandus ning raudne eesriie. Lava ise on nii kultuurielus kui ka kitsamalt kunstis samaaegselt erinevate suundade ja põlvkondade päralt; väga kiiresti tõusevad esile kunstnikud, kes sõnastavad kardinaalselt Eesti kunstimõtet muutvad laused, nende hulgas ka *pop-arti* Eesti versiooni põhitõed. Järgnevalt vaatlen, kuidas suhestus Eesti NSV popkunst igapäevase elulaaditeatriga, eelistades või hüljates kujutamiseks välja pakutud argiümbrust.

<http://haldjas.folklore.eeltagused/nr29/porri.pdf>

Anneli Porri

Õpikulause popkunsti kohta ütleb, et kujutati igapäevast banaalset argipäeva ja tarbeobjekte nende esteetilisele alamusele tähelepanu pööramata. Siit kaks küsimust: milline oli argipäevabanaalsus Eesti NSVs ning kas ja kuidas jõudis see popi väljendusvahendeid kasutades kujutavasse kunsti? Valvsaks teeb Thomas McEvilley tähelepanek, et pildi lugemine on kultuuriliselt tingitud harjumus ja see iseenesest ei tähenda, et pilt sarnaneb objektiivse tegelikkusega (McEvilley 1995: 35). Popkunsti puhul märkas kõverpeegli efekti ka John Coplans: tarbimisühiskond reageerib vaid ostma ja konsumeerima kutsuvatele visuaalsetele ärritajatele ja seetõttu on “tavaliste esemete uus kunst” tagasiside samadele ärritajatele ega oma mingit sarnasust tegelikkust kirjeldava realismiga (Coplans 1997 (1962): 44). Eesti oludesse seda mõtet üle kandes peab märkima, et isegi sotsialistlikul realismil, rääkimata popist, ei olnud eriliisi kokkupuutepunkte tegelikkust kirjeldava realismiga.

## **Mis teeb tänapäeva kodud nii eriliseks, nii meeldivaks?**

Kunstiajaloolased on popkunsti tähistava murranguna üksmeelselt välja toonud Richard Hamiltoni kollaaži “Mis teeb tänapäevased kodud nii eriliseks, nii meeldivaks?” 1956. aastast. Väike (26 x 21,1 cm) paberile kleebitud ajakirjaväljalõigete kogum oli mõeldud reklaamimäätust “See on homme”. Maalikunstnikud R. Hamilton ja John McHale ning arhitekt John Voelcker püüdsid väljapanekuga esitada arhitektuuri ja kujutavate kunstide võimalikku koostöövormi, selleks olid nad kombineerinud omavahel muutmata kujul erinevaid reklaammaterjale: pudelikujuline öllereklaam, Marilyn Monroe’ hiiglaslik foto ja tohutu suur fantaasiakoletis, kes kannab kätel traditsiooniliselt minestanud blondiini (Lynton 2001: 286).

1960. aastate lõpuks jõudis popkunst visuaalse stiilina ka Eesti kunstnike ja disainerite töösse. Esimesi märke võib näha 1967. aastal asutatud rühmituse Visarid eripalgelises loomingus, SOUP 69 kunstnikud kasutasid juba puhtaid popikujundeid. Eeldused pärast pikka kultuurilist ja poliitilist suletust Läänest vähem kui kümneaastase hilinemisega sama stiili läbimängimiseks lõi Hruštšovi-aegne sula. Kommunistliku Partei XXII pleenum 1961. aastal seadis sihiks 1980. aastaks Ameerika Ühendriikidest ettejäudmise eluoluliste hüvede poolest. Selline väide iseenesest tõestab ainult Nõuko-

gude Liidu teadlikkust oma mahajäämusest. Lääneriikide majandusliku edu ja kodanike koduse heaolu säilitamine olid ühtlasi mõjusaimad vahendid ka Lääne ühiskonnas elujõulise kommunismiidee vastu võitlemisel kogu külma sõja vältel. 1959. aastal sai Moskvast teoks nn Ühendriikide rahvusnäitus, s.t Ameerika elu kujutatav väljapanek, kus USA asepresident Richard M. Nixon ja NLKP I sekretär, ühtlase NSV Liidu Ministrite Nõukogu esimees Nikita Hruštšov pidasid oma kuulsat “köögiväitlust” (*Kitchen Debat*). R. Nixon osutas eksponeeritavatele majapidamisseadmete näidistele ja leidis, et kui vaid rikkad saavad endale selliseid moodsaid kodumasinaid lubada, tuleb rikaste hulka arvata ka miljonid Ameerika palgatöölised. Asepresidendi teine demagoogiline argument oli, et Ameerika kapitalistlik süsteem on elanikkonna tarbekaupadega varustamisel loonud tõelise klassivaba ühiskonna (Whiting 1997: 54–55).

## Hea ja halb maitse

Richard Hamiltoni kollaaži võisid kerge vaevaga lugeda ja mõista väga vähese kunstikogemusega vaatajad, küll aga tekitas see vastuvõturaskusi kogenud silmaga publikus. Kollaažil on kujutatud interjööri ja vaadet aknast tänavaruumi, toas haarab pilk kõigepealt jõulist atleeti, kellel käes sürrealistlikult suur pulgakomm, diivanil eksponeerib ennast rinnakas *showgirl* ning neid ümbritsevad erinevad banaalsed tarbeasjad lintmagnetofonist ja singikonservikarbist kuni ekstrapika imemistoruga tolmuimeja ja hiiglasliku koomiksikaaneni, mis varjutab seinal kuldraamis esivanema portreed. R. Hamiltoni võtted plakati loomisel on vastandlikud – ta kasutas äärmiselt ebatraditsioonilisi materjale ja võtteid, et luua pika kunstitavaga kompositsioon. Esiteks meenutab see renessansiajastu viie meelega kujutamist, teiseks Madalmaade 17. sajandi žanrimaale, kus võib näha abielupaari koduses miljööös, teenijat toimetamas ning aknast paistvat urbanistliku linnakeskkonna vaadet (Lynton 2001: 287).

Põhjus, miks R. Hamiltoni kollaaž Suurbritannias ja Ameerikas rikkaliku elukeskkonnaga harjunud inimestele šokeerivalt mõjus, oli hea ja halva maitse piiri jõhker ületamine. Nimelt oli suure osa publiku arvates kunsti ülesanne igapäevaelu tavalisusele ja argisele vastandumine, esteetilise pelgupaiga pakkumine ja kunsti mõistva-

Anneli Porri

te hea maitsega erudiitide suletud ringi hoidmine. Hea maitse oli vaieldamatult sotsiaalse positsiooni küsimus, selle kultiveerimiseks ilmus perenaistele ohtralt kirjandust, milles julgustati neid väljendada oma personaalset maitset mõistuse ja tunnete ehk 18. ja 19. sajandi sentimentaalsete naisteromaanide laadis. Nii leidis Ameerikas aset 1950.–1960. aastate sisekujunduse tõlkimine feminiinsesse süsteemi (Whiting 1997: 58–59). Hea maitse ületasid oma interjöörivaadetega nii R. Hamilton kui ka näiteks Tom Wesselmann, sest nende kunstiteosed nägid välja nagu koduperenaise unistused või toidureklaamid ajakirja *Life* vahel, mida ei vaata keegi – mitte keegi, välja arvatud naistarbijad. Sellised arvustused sõnastasid hukkamõistu ja olid kantud maitse diskursusest, mis eeldas kvalitatiivset erinevust modernistliku kõrgkunsti ja tarbijakultuuri vahel (Whiting 1997: 60). Hoolimata R. Nixon kinnitusest, et loodud on klassivaba ühiskond, liigitasid nii tarbekaupade kui ka neid reklaamivate plakatite tarbijad, s.o perenaisted, kes hoidsid äärelinnas peret ja majapidamist korras, samal ajal kui ülikonnastatud mees linnas raha teenis, ühiskonna halva maitse alamasse klassi (Whiting 1997: 60–64).

1956. aastal ajakirjas *Iskusstvo* ja 1957. aastal *Sirbis* ja *Vasaras* ilmunud Aleksandr Saltõkovi artikkel “Maitsest igapäevases elus” laseb vaadelda sama probleemi käsitlust idablokis, loomulikult lähtudes kehtivast ideoloogilisest baasist. Autori positsioon on ülididaktiline ning *a priori* õige ja väljaspool kahtlust. Tähelepanuväärselt ei too kirjutaja esile soolist eristust ning räägib nii moodsa rõivastuse valikust ja kodu sisustamisest kui ka inimlikest tegevustest, milles lihtsalt avaldub hea või halb maitse. Maitse defineerib ta kui *võime eraldada ilusat inetust, tõelist ilu võltsist ilutsemisest* (Saltõkov 1957). Võimudele omast dogmaatilist retoorikat kandev otsus taandab kõik sotsrealismile esitatud esteetilised ja moraalsed nõudmised maitsele. Maitset aga patroneerib võim. Selline argumentatsioon joonistab tautoloogilise lõpmatusemärgi: ühel pool ideoloogiliselt puhtad ja seetõttu ka arenenud hea maitsetunnetusega Nõukogude kodanikud, teisel pool nõrga maitsega ebausaldusväärsed tüübid, kellele ta küll ei viita kui reeturitele, aga loob positiivse ja negatiivse näite vastanduse abil ettekujutuse neist kui vähearenenud moraalikoodeksiga inimestest, kes võivad kergesti hälbida õigelt rajalt.

Sellistel kaugelearenenud halva maitsega sisevaenlastel oli nõukogude ideoloogilises töös asendamatu positsioon ja nad jäid ka ni-

metuse muutudes näpuga näitamise märklauaks. 1960. aastate lõpul oli õelaim sisevaenlane natsionalist ja vähemõel, ent märksa levinum väikekoodanlane. Väikekoodanlast sai pilgata, sest ta haris oma aiamaad ja sai turul saadusi müües lisateenistust (Vahtre 2002: 87). See tähendab, riigi poolt pakkumata jäänud heaolutaotluse elluviimine oli väikekoodanliku ehk nõukogudevaenuliku elulaadi esimene märk. Vastukaaluks pildike sama mündi teiselt küljelt: riigi (olemasolevate) hüvede aktiivse tarbimise ideaalid nii nõukogude võimuringkondade kui ka rahva väärtusteadvuses andsid Herbert Marcusele alust nimetada Nõukogude Liitu kodanlikuks ühiskonnaks (Kangilaski 1997: 4). Inimese asendit poliitika ja majanduse suletud pehmeseinalises paranoiatoas iseloomustab Paul-Erik Rummo definitsioon *homo soveticusest* kui inimesest,

[...] *kes tajub selle võimu ja süsteemi ebameeldivust, aga alahindab selle eksistentsiaalset ohtlikkust ja lihtsalt püüab oma lühikeses perspektiivis võimalikult kenakesti toime tulla, hästi läbi vingerdada* (Kapilinski & Kross & Rummo & Kesküla 2001: 157).

Tavakodaniku ja tarbija seisukohalt muudab järgnev dialoog maitseküsimuse ja maitsekäitumise mahasõiduta ringteeks:

*“Mis on maitse?” küsis Pierre Cabanne.  
“Harjumus,” vastas Marcel Duchamp<sup>1</sup> (McEvelley 1995: 35).*

## Aja kandvad ideed või värvilisema elu igatsus?

Kunstiideoloogia maitse muutumist illustreerib Krista Kodrese osundus Jaak Kangilaski ettekandele nõukogude esteetika realismi mõiste probleemi kohta:

*Nimelt moderniseeriti vastavalt Hruštšovi sõnastatud uutele eesmärkidele 1960. aastate alguses ka sotsialistliku realismi doktriin – nüüd tähendas sotsialistlik realism mitte enam mineviku ideaalide (vormide, stiilide) peegeldamist, vaid vastavust kaasaaja kandvatele ideedele ja eesmärkidele* (Kodres 2002: 137).

Ta lisas, et tolle aja kandev idee Nõukogude Liidus oli ülesehitustöö kapitalismist ettejäudmiseks.

Põhimõtteliselt oli ülesehitustöö taandatav linnastumise forseeerimisele sissesõitnute arvel ja majanduslikult ebaefektiivsele

Anneli Porri

tootmisele sissesõitnuid rakendavates tehastes. 1960. aastate lõpuks oli ettejäudmise-retoorika tänu süvenevatele kontaktidele lääne-riikidega ja propagandast looritamata heaolu nägemisele niivõrd devalveerunud, et ärksam vaim tegeles pigem iseseisva ja sõltumatu paralleelse arengu saavutamiselega. See tähendab, et vaim uuendas ennast kas legaalselt või kontrapandina Eestisse jõudnud erialaajakirjade abil. Eha Komissarov keeldub säärast tegevust avangardiks nimetamast ja tõrjub “luule avangardismist”:

*Tegelik materjal kõneleb üksnes meeleheitlikust katses luua 1960. aastatel pisutki euroopalikule kunstile lähenevat korrastust, kus oleks stiilide mõiste, mingid kunstivoolud ja korralik eluruum isiksusele. Kuna sotsialistlik kunst seda kõike tõrjus, võib meie püüdlusi minugi poolest avangardiks nimetada (Komissarov 1997).*

Lauri Vahtre kirjeldab igatsust värvilisema elu järele närimiskummikultuse kaudu. Nõukogude Liidus ideoloogiliselt põlu all olevat nätsu said tublid komnoored sugulaste saadetud pakkidest, mere-meeste eripoodidest ja turistide kohvritest, samal viisil jõudis Nõukogude Liitu ka mõni pudel “imperialistlikku nõiajooki” kokakoolat. Selliselt kättesaamatuse läbi tähtsustatud nätsupaberid said laste seas ihaldatud kogumis- ja vahetusobjektiks (Vahtre 2002: 69; Paulus 2002: 51). Niisugune igatsus värvilisema elu järele toitus kunstikirjanduse puudusest. Siiski hakkas ka seda (algul salakaubana) riiki imbuma ja mõju kunstnikkonnale oli tohutu. Näiteks Lucy Lippardi 1966. aastal ilmunud *Pop Art*i odav väljaanne jõudis Eestisse Ungari tudengite kaudu ja ungarikeelsena, mis ei vähendanud teose mõju (Komissarov 2001). Täiesti ametlikult sai Eesti Riikliku Kunstiinstituudi (ERKI) raamatukogu 1960. aastate alguses, veel enne “Eesti-Soome toru” (kui parafraaseerida 1980. aastate lõpul ansambli J.M.K.E. repertuaaris olnud Villu Tamme sõnadega laulu pealkirja) avanemist ajakirja *America*, vastutasuks käis USAsse Soviet Union. Kunstiinstituudi üliõpilaste sekka värsket kunstimõtet ja ettekujutust ameerikalikust elulaadist kandnud ajakirja soovitas rektor Karl Leht aga õige pea lugeda ainult õppejõu vältimatul juuresolekul (Põllu 2004). Sellegipoolest oli lääne kunst suletud kultuuriruumis tugi, eeskuju ja partner.

Kõige lähem Lääs oli Soome, mille suunas Hruštšovi sula eesriiet paotas. 1960. aastate algul vahetati vastastikku tarbekunsti- ja disaininäitusi, mis tekitas Eestis täiesti uue kujundusideaali (Kalm 2002: 168–169). 1965. aastal avati 25-aastase vaheaja järel

laevaliiklus Helsingi ja Tallinna vahel, samuti laiendas Põhja-Eesti vaatajate silmaringi Soome televisioon, mille vaatamist hakkasid võimud pärssima alles 1980. aastate venestuslaine ajal üksikjuhtudel koguni suurelamute katustelt katustelt antenni eemaldades. Soome ei pannud küll oma programmidesse otseselt nõukogudevastaseid saateid, kuid

[...] maailma uudised pildis ja üldrahaliku elatustaseme peegeldus ning sel ajal veel moes olnud pikemad poliitika- ja kultuuri-saated olid vaieldamatult tubli annus vastumürki nõukogulikule propagandale (Tarand 2001: 146).

Leonhard Lapin on omakorda täheldanud sidet ühe inimese isiklike kogemuste ja silmaringi avaratumise ning üleriigilise olme muutumise vahel:

Hruštšovi USA-reisi järel hakati tootma rohkem majapidamis-masinaid: radiolasid, magnetofone, külmkappe ja televiisoreid. Sinnamaani oli sellise kraami omamist peetud kodanlikuks igandiks, nagu ka enese ehtimist, värvimist ja riietega edvistamist – kõiki tahtis võim näha ühesugustena, nagu tinasõdureid (Lapin 2003: 140).

## Lääne koopiad ja Tšehhi botikud

Arhitektuuris tõi sula kaasa stalinistliku akademismi väljavahetamise modernismi vastu, mille väljanägemise pidi andma tehase-line tootmine (Kalm 2002: 161). Uued tehases toodetud ehitusdetailid ja ka olmedisain olid Läänes toodetu koopiad:

Ameerika (pro Lääne) mudelite kopeerimine arhitektuuris ja disainis (erinevalt kujutavatest kunstidest) oli täiesti aktsepteeritud, isegi eeldatud (Helme & Kangilaski 1999: 159).

Sellised võtted olid Soome mõjutuste kõrval üheks kvaasiläänes-tumise põhjustajaks: *Tasapisi konstrueeriti endale nõukogude eest-lase identiteet, mis peamiselt seisnes vastandumises kõigele nõukogulikule, õigemini sellele, mida osati nõukogulikult pidada ning see väljendus püüdes käituda ja riietuda teistmoodi, enda meelest läänelikult* (Kalm 2002: 162). Et tegu oli eristuva ja lääneliku inimesega, võis sageli teada vaid eristuja ise, sest

Anneli Porri

[---] riietusele avaldas sageli mõju turumajandusele tundmatu faktor: mingi suhteliselt kvaliteetse kauba ainuvalitsev positsioon. Nii näiteks kattis Eesti elanike enamik 60ndate lõpu talvedel oma pea teatavat sorti jänesenahkse läkiläkiga ja mingi perioodi jook-sul olid naiste ainumõeldavateks jalanõudeks tšehhi botikud. Nende ja teiste seesuguste kaupade nimel seisti tundide kaupa sabades ning pandi mängu kõik tutvused (Vahtre 2002: 67).

Tarbijad esemete ja elukeskkonna läänestumisest täit mõnu kätte ei saanud – just magusam pool jäi riigile, sest kättesaadavuse ja/või kättesaamatuse kaudu olid ka hüved riigistatud. Muu hulgas on M. Kalm rõhutanud, et kommunismi püüdega varustada kogu elanikkond korteritega kaasnes tegelikult kümnete miljonite varustamine ühesuguse eluga ühesugustes majades, mille abil okupatsioon oma võimu suurepäraselt visualiseeris (Kalm 2002: 164). Jüri Üdi lisab nõukogude kaubandusvõrgu iseärasustele viidates:

*Näiline on see kodumugavus – sageli kätte võidetud ebamugavuste hinnaga* (Üdi 1974: 44).

Kõige huvitavam on jälgida tarbekaupade teekonda tootmisest kodudesse ja igapäevasest ümbritsevast keskkonnast omakorda kunstiteosesse. Silma paistavad kolm punkti, kus asjadel oli võimalik kaduda, ja nad kadusid. Tehasest jõudis kauplusse vaevalt murdosa Nõukogude tööstuse mitmekordsest plaanitaitmisest, kaupluses oli ostjal omakorda väiksem valik tooteid, kui sinna jõudis, ning kujutamiseks jäid vaid erilised banaalsused. Karin Paulus on märganud vastuolu erinevates representatsioonikanalites: kirjanduses räägitakse esemete ajakohasusest, kvaliteedist ja *konkureerimisest välismaa parimate näidistega (sic!)*, ent ideoloogilises plaanis portreeteris enamik nõukogude dokumentaalfilme töövõite sooritavaid töölisi, nende valmistatud esemeid üldjuhul kõrvale jättes (Paulus 2002: 51–52).

## Popkunsti omadused

Selliseks kujunenud majanduslik-sotsiaalne olukord on Läänes popkunsti esile kutsunud situatsiooni idapoolne vaste, loomulikult sealsesse kultuuritraditsiooni ja majandussüsteemi tõlgituna. R. Hamil-



toni loetelu popkunsti karakteristikutest – rahvaomane (kujundatud massitarbimiseks), põgus, ära kulutatav, odav, masstoodetav, noor, teravmeelne, seksikas, pettev, glamuurne ja ärieduline (Read 1974: 299) – ei ole võimalik Eesti oludesse üks ühele üle kanda ega tõlkida. Tuleb interpreteerida. Mõlemad Eestis poppi viljele- nud rühmitused märkisid sedasama: Visarid rõhutasid oma ma- nifestis korduvalt, et nad ei jäljenda Lääne kunstivoole, kuid ei eita nende mõjuvälja (Helme 1997: 9), ning SOUPi seisukohalt popp

*[--] ei olnud teadlik laen, viide ameerika popkunsti kummarda- misele, eeskujude jäljendamisele. Ameerika pop artist võeti omaks vaid printsiip – levikulise, banaalse ning argipäevase kasutamine kunstiobjektina (Lapin 1997 (1985): 22).*

Lääne popiga oli sarnane ka visuaalne, rõhutatult kahemõõtmeli- ne kujutamisaad, mida Jean Baudrillard iseloomustab kui sügavu- se visiooni hülgamist ja perspektiivi lõppu ning ütleb, et *ei ole enam objektide olemuslikku või tähenduslikku privileegi kujundi üle. Kõik objektid eksisteerivad koos in extenso ja funktsioneerivad märki- dena* (tsit: Varblane 2000: 65). Märkidena ongi kõige parem kasu- tada sotsiaalses plaanis kindlapiirilisi objekte, mis reguleerivad suurte inimhulkade käitumist, rakendades selleks varjatud ala- teadvust manipuleerivaid meetodeid. Thomas McEvelley viitab popkunsti sisutunnusele, mis tuleneb vasturääkivatest sisuastme- test:<sup>2</sup>

*Popkunst lausa afišeeris seda: ikoonilikku kujutamisi viisi narriti kujutatava enda ilmalikkusega [--] Üldiselt kasutati popkustis puhast hard-edged-kujutamisi viisi. Selle varjatud tähenduseks on ontoloogiliselt terviklik maailm, mis koosneb fikseeritud ja teada oleva identiteediga olemustest (McEvelley 1995: 38).*

Esemete selgepiiriline identiteet sõltub nende sümbolistatuse mää- rast, mis omakorda sõltub kultuuri suunitlusest. Sellega käib kaa- sas vastavalt sümboliseeriv või desümboliseeriv lugemisseadumus – esimene lubab võtta sümbolina fragmente, mis algselt ei ole selliseks vastuvõtuks mõeldud, teine madaldab sümboli harilikuks teateks (Lotman 1999: 225). Seda arvesse võttes võib väita, et nõu- kogude võimu tingimustes kehtis ametlikult selgelt desümboli- seeriv suunitlus, kus indiviidil oli eluõigus vaid mingi kindlapiiri-

Anneli Porri

lise rühma esindajana, asjadel millegi juurde kuuluvana või soodsat majanduslikku potentsiaali tõestava märgina. Samal ajal toimisid popkunsti alged tugevalt sümboliseerivana, osutades asjadele, mis ei olnud mõeldud osutamiseks väljaspool "õiget" konteksti, suurendades ja raamides neid, trükkides ja maalides. Näiteks plakatikunstile annabki elu ainult sümboliseerimine, see on ainus viis luua odavat kergesti liigutatavat ja täielikult vaataja suvale alluvat lühiajalist teost. Et popp ja plakat on ühtviisi sümboliseerivad, märgib popkunsti kujutusviisi ülimalt sageli epiteet "plakatlik".

## Kasinusekriitika väikestes meediumides

Johtuvalt popkunsti pildikeelest ja teemavalikust oli see eksimatult seostatav Lääne ja kapitalistliku ühiskonnaga, lääne popp tundus olevat ühiskonnakriitilistest nootidest hoolimata nõukogude ideedeõpetuse suur ketser ja antipood. Siiski leidis võimalusi, kuidas panna ebaõige paistma õigena: popkunsti tasapinnalist ja transparentset (s.o plakatlikku) esteetikat oli kõige sobivam ja valutum kasutada n-ö väikestes meediumides, kunstihierarhiast välja jäävatel perifeersetel kunstialadel, kujutades muu hulgas popkunstile omaseid igapäevaseid asju. Lavakujundus (Leonhard Lapin), noorteajakirjade illustratsioonid (Ando Keskküla, Andres Tolts) ja joonisfilmid (L. Lapin, A. Keskküla, Rein Tammik) olid andekatele disaineritele ja arhitektidele sobivaimateks ja ulatuslikemateks sublimeerimiskanaliteks (Trossek 2003: 10 jj). Tallinnfilmis aastatel 1972–1978 valminud multifilmide popilikku võttepagasisse kuuluvad lokaaltoonides laiad värvipinnad, fotokollaazid, filmitud ja stiliiseeritud kaadrid, nii fantastilised disainmasinad kui ka argiagre-gaadid.

Ka selle võttestiku ja meediumi ühendamises viivad jäljed vahe-tule kontaktile ühe lääne popkultuuri nurgakiviga. Tallinnas linastus Briti kultuuripäevade raames kinos Kosmos George Dunningi animafilm "Kollane allveelaev" (1968). Andreas Trossek toob välja Priit Pärna kunstnikutööga joonisfilmi "Pühapäev" (režissöör Avo Paistik) popkunsti esteetika põhjusena võimaluse piiramatult eksponeerida kõike läänelikku – masinaid, reklaame, filmikatkendeid ja striptiisistseene. Film oli ametlikult vormistatud "kapitalistliku tarbimishiskonna ideoloogide kiidetud ideaali" kriitikana, kuid olu-

korras, kus tavaelus tunti puudust ka elementaarsematest tarbe-kaupadest, kukkus selline kriitika vastupidiselt välja. Animafilms tundub läänelikkuse kriitika-apologetika ja kodumasinat-eemete kujutamine kompenseerivat nende puudumist tavaelus.

Veel üks silmapaistvaid poptaieseid on taas A. Paistiku režii ja R. Tammiku kunstnikutööga “Tolmuimeja” (1978). Ideoloogilises plaanis räägib see õpetliku loo sellest, kuidas tehnika, s.o suurde plaani isikustatud ja tuhandetes kodudes leiduv tolmuimeja võtab võimust inimese üle, kunstiliselt oli väljakutseks hoopis hüperrealism. Peategelane konstrueeriti R. Tammiku nooremast vennast tehtud fotode põhjal, tema passipilt vilksatab kaadris koos ka R. Tammiku ja A. Paistiku omadega (Trossek 2003: 49–51).

Passipildiga samakaaluliste märkide ritta lükib R. Tammik ka oma maalist maali korduva punaseruudulise laudlina ja täpilise kohvikruusi. Selle mõtte algus on juba 1971. aastal, kus tondomaal “Autoportree” kujutab rinnal ristatud kätega (särgi ja kella järgi eksimatult) meeskodanikku, ent näopiirkonda (mille järgi kujutist üldse autoportreeks saab nimetada) asendab punasemummuline tass.

## Ajakiri kodustest asjadest

Eestis tegeles esemelise ja kodukeskkonna kajastamisega venekeelse üleliidulise paralleelväljaandega kodukujundusajakiri Kunst ja Kodu. Ootuspäraselt jõudis Kunst ja Kodu popkunsti viljelemiseni oma veergudel alates 1960. aastate lõpust, peamiselt muutus kujundus- ja teemakeel pärast Andres Toltsi toimetajaks saamist 1974. aastal (Kaljundi 2002: 33–39).

Kõnealune kodukujundusajakiri märgib sama aja või pisut varasematest Lääne analoogidest erinevat tendentsi: kui Ameerika kodukujundus oli teisejärguline ja feminiinne, siis Kunst ja Kodu rääkis hoopis maskuliinses keeles elamuehitusest, suurtest kunstiajaloolistest stiilidest, Kaug-Ida filosoofiast ja üldistest loovatest protsessidest. Peamiselt tuleneb see väga maskuliinsest seltskonnast, milline 1970. aastate algul kunstiinstituudi lõpetas ja kunstielus aktiivseks muutus.

Uus kujunduskeel põhines Kunsti ja Kodu “põhiideoloogide” A. Toltsi, L. Lapini ja A. Keskküla disaineri- ja arhitektiharidusel – nimelt olid need erialad ainsad, mille õppeprogramm ei nõudnud

Anneli Porri

tundide viisi akadeemilist joonistamist, vaid pööras tähelepanu abstraktsele kompositsioonile.

## Repropop

Kunsti ja Kodu popkunst ei ole mingil juhul vaadeldav otseste väljautlemiste ega sõnaselge pildikeelena, vaid seda võib teatud reservatsioonidega kutsuda ka reproavangardiks, mille algne tähendus on eesti ja lääne kunsti vahelisest nihkest põhjustatud uuenenud visuaalse grammatika juurutamine. See tähendab, et uute meediate puudumisel tuli näiteks keskkonna- või videokunst, millest jõudis teave Eestisse välismaistes kunstiajakirjades reprodutseeritud kaadrite kaudu, lõuendil või paberil kahemõõtmeliselt läbi mängida (Helme & Kangilaski 1999: 184). Kunst ja Kodu saavutas avangardse tulemuse, reprodutseerides tarbekunstnike toodangut ja esitades fotodel erinevaid sisekujundussoovitusi.

Tekstiilikunstnik Leida Madissoni toimetusel jäi Kunst ja Kodu peamiselt rohkelt nõuandvaks kodukujundusalmanahhiks ja tarbekunstialaseks väljaandeks – et tarbekunst oli Nõukogude Liidus valitseva elujõulise akadeemilise hierarhia lõpus, oli kontroll tarbekunstnike loomingu üle hajusam. See võimaldas keraamikutel ning metalli-, tekstiili- ja klaasikunstnikel tegelda hoolsalt vormiuuendustega, mistõttu Kunsti ja Kodu tarbekunstileheküljed nägid välja läänelikumad ja värskemad kui ükski muu kunstiala seda endale võimaldada oleks saanud.

Kunstist ja Kodust veelgi progressiivsem oli ajakiri Noorus, millele tegid illustratsioone nii eelmainitud SOUPi initsiaatorid kui ka Visarite liikmed. Need kaks ajakirja annavad alust rääkida repropopist Eesti oludes.

Näited repropopist: arhitekt Udo Ivaski toimetatud Kunsti ja Kodu numbris on abiruume käsitlevas peatükis kaks fotot üsna teravast kujundusest, mida saadab kohustuslik täitetekst:

*Näidiseid värvitud mööblit, mis elustab nii mõndagi luitunud ruumi (Liive 1973: 44).*

Esimene foto on suurte puhaste pindadena punamustaks värvitud esikust, millele annavad aktsenti nagis rippuv punane PVC-mantel, moodne valge kübar ja valged kummikud. Samas kõrval avaneb intiimne vaade samuti punaseks värvitud tualettruumi, kus



Foto 1. Näidiseid värvitud mööblit. Rein Vainküla fotod ajakirjast *Kunst ja Kodu* 1, 1973, lk 44.

paakil kapiuste vahelt paistavad sinised kodukeemiapakendid. Tualettpoti kaas ja prill-laud on kaetud diagonaalsete valgete ja punaste triipudega. Sellise kombinatsiooniga tekkib ainult kaks allusiooni: liiklusmärk ja Ameerika Ühendriikide lipp. Rein Vainküla fotod jutustavad kummalisest esteetikatajust, mis kodukujunduslikult on omal kohal (püüd kaunistada kodu, püüd elada antud võimaluste piires võimalikult hästi), kuid foto reproduktsioonina hakkavad tööle erinevad vastandused esteetilisuse, banaalse ja üleva skaalal, avalik intiimsus ja meeldivusele apelleerimine. Lühidalt: need on täpselt samad mehhanismid, mida ekspuaterib oma interjöörivaadetes Tom Wesselmann.

1974. aastal alustas A. Tolts erinevate kodukujundustahkude käsitlemist, kus iga praktiline nõuanne on enne esteetiliselt põhjendatud. Nii õpetas ta esimeses numbris tegema dekoratiivseid tekstiilseadeldisi, olles enne lahti rääkinud mustrite omavahelise mõju võimalused ja põhjendanud tollaste banaalsete kirjulilleliste ja kehva trükiga kangaste kasutamist ruumis. Põhimõtteliselt löi

Anneli Porri



Foto 2. Kõikvõimalike siltide kuhjatis WC ja esiku seinal. Andres Tolts. Kunst ja Kodu 2, 1974.

A. Tolts ka alternatiivi: kui kauplusest ei ole kardina mõõtu sitsitükki saada, ärge muretsege, tekstiilseadeldiseks piisab ka vähest (Tolts 1974a: VI). Samuti soovitas ta panna seintele trüki-seid: Villu Järmuti ja Jaan Olliku plakatitega kaetud sein, õllesildid ja muud tarbetrukised tualetiseinale kleebituna on lihtsalt silmi-pimestav *pop art*. Peeter Urbla esineb emotsionaalse, ent põhjenda-tud artikliga paljundatud kunstiteose poolt. Läänes levinud *multiple'i*- (ehk hulgise- – A. P.) traditsiooni soovitab ta Eestis jätkama kom-binaati Ars, kes kindlustaks küllalt suure tiraaži juures püsivalt kva-liteetse teostuse ja varustaks kodusid professionaalsete kunstnike loodud taiestega (Urbla 1975: 36). Sellega kirjutas ta otseselt alla *Bauhausi*, William Morrise, Walter Benjamini, Victor Vasarely, Andy Warholi jt auravaba ja demokraatliku kunstiteose leviku taotlusele, mida popmaailm Läänes juba viisteist aastat oli ellu viinud.

Kõige lihtsam, igapäevasem, ent samas tolleaegses kaubandus-situatsioonis ja elulaaditeatris kättesaadavam hulgis on firmamär-gistatud rõivas ehk tooteetikett. L. Lapin meenutab 1960. aastate Pegasuse kohvikus koos käinud intellektuaale:

*Firmasildid, etiketid ja uued rõivad veel ei tõmmanud, siltide-kandmine oli õieti häbiasi: igaüks tahtis olla omaise (Lapin 1997 (1985): 22).*

Seevastu Andres Toltsi soovitus 1974. aastal räägib juba uut keelt, milles võib näha muutusi silmaringis, kogemustes, kirjutaja ühis-kondlikus positsioonis ja sekkumisvalmiduses:



Anneli Porri

*Populaarne on kaubasiltide ja reklaammärkide kogumine. Inimesed armastavad neid oma autode armatuurlaudade ja tuuleklaaside, kapiuste ja voodipäitsite kohale kleepida. Nendega selt-sivad tihti ajakirjafotod. Kui seda labaseks peetud võtet aga äärmustada, kleepides mõne abiruumi seina tervenisti silte täis, saame kirju pinna... Nii et kui on kolleksionääri instinkti ja viit-simist, võib sellist mängulist võtet kasutada ja kleepida mõne seina (arvatavasti siiski mitte elutoas) täis etikette, pileteid, fotosid või ükskõik mida (Tolts 1974b: 33).*

Sellele sekundeerib transpop-kunstnik Kiwa 23 aastat hiljem:

*Just bad taste'i tulebki maniakaalselt fännida (Kiwa & Soans 1997).*

### Halvast maitsest saab hea *camp*

Halb maitse kui esteetiline hinnang viib pärast otsusekindla esituse läbimist *campi* juurde, sellest ka Leonhard Lapini järgmine teos, mis on ühtlasi seotud oma loova mõtte kaudu nii *bad taste*'i kui ka *ready-made*'i isa Marcel Duchampi valmisobjektidega. Diptühhonis 1970. aastast "Vaikelu – revolutsioon" on L. Lapin kasutanud kaht kõige levinumat diivanipatja, just sellist, millega sajad tuhanded kodud püüdsid luua väikekodanlikku hubasuseillusiooni. Tähelepanu väärib ristpistes tikitud "Vaikelu" kurioosne *vanitas*-motiiv silinderkübaras pealuu, mängukaartide, kokteiliklaasi, põleva sigaretiga tuhatooi ja seinakellaga, mis näitab seitsme pärast kaks-teist. Kõige selle üle valvab öökull. "Revolutsioon" on rüütehnikas



Foto 3. Leonhard Lapin. Diptühhon "Vaikelu – revolutsioon". 1970. Ready-made.

Anneli Porri

karvane veripunane padi. L. Lapini väitel on *teoses esitatud padjad uuesti kasutusel patjadena eri kodudes* (Lapin 2003) – see räägib *ready-made*'i tavalisest teekonnast hälbimisest, sest pärast tavaesemest kunstiks tõusmist taandatakse padjad jälle igapäevaseks tarbeasjaks. Teos on nutikas, odav, põgus ja pettev.

Vigase majanduse tulemus oli 1960. aastate lõpuks lakkav defitsiidikaubandus. Peamiselt viis see vahetegemisele Vene (*resp.* Nõukogude) ja importasjade vahel ning tarbeasjade kui selliste tugevale fetišeerimisele. Kaup muutus suuremaks kui elu ise. Ameerika popkunstnik Claes Oldenburg valmistas 1960. aastate keskel üleelusuurusi tarbekaupade (klosetipott, sigaretid) ja toiduainete (friikartulid, jäätis) pehmevormilisest vahtkummist ja vinüülist mulaaže. Harjumuspärast vormi ja suurust muutes võõrandas ta eseme tavaväärtuse ja rõhutas asjade võimuhaaravat positsiooni inimese *resp.* tarbija elus.

Villu Järmut andis oma sisemistele hirmudele järele, kujutades 1976. aasta tarbegraafika näituse plakatil üleelusuurust kolmnurkset piimapakki, mille tekstiosa oli asendatud näituseinfoga, kuid pakendi avamist ja kasutamist õpetavad piktogrammide all jäetud. Foto dokumenteerib 1960. aastate lõpu uute pakendite lainet. Püramiidjas piimapakk oli esimene alternatiiv paksust hõbepaberist korgiga piimapudelile, alles seejärel tuli kõigepealt Tartus, hiljem Tallinnas ja mujal müügile kilekotipiim (Vahtre 2002: 69). Oma sürreaalsuses meenutab plakat Jüri Okase fotot "Estonia" (1973), kus ooperiteatri ees pikutab hiiglaslik muna. Väga mitmetähendusliku ja nii mütoloogias kui ka psühhoanalüüsis olulise sümboli kasutamine on avangardiklassika, J. Okase juures šokeerib vaid muna toomine kõigile tuttavasse linnaruumi, nii linnaliikluse kui ka kultuurimaastiku füüsilisse sõlmpunkti. V. Järmuti kompositsioon on analoogne: taustal paistab mingi hoone, fassaadil halogeenkiri "TARTU" ning näha on sõidua autod GAZ 21 ja Pobeda. Sellega meelitab ta välja mõtte asendusest. Muna on asendatud kartongist piimapakiga, looduslik konstruktsioon tehnilikuga. Sümbol on asendatud sümboliga? Igatahes kuulub kirjeldatud plakat Eesti kunsti dadaismihuumori sektsiooni, mainitud Tartu-nimeline kauplus on tegelikult äravahetatud tähtedega Ararat (Järmut 2004).

Aasta varem esines V. Järmut koos Jaan Ollikuga näitusel Harju 75 teepakiinstallatsiooniga, kus laest rippusid alla ülisuured teekotiümbrised "Грузинский чай, цена 3 коп.", ja bussipiletiinstallatsiooniga, kus seinale olid riputatud märkimisväärselt suurendatud sõidudokumentid.





Foto 4. Jaan Ollik ja Villu Järmut. Installatsioon "Teepakkidega". 1975. Foto näituselt Harku 75.

Pakendeid on kasutanud Ando Keskküla puhta vormianalüüsi eesmärgiga maalil "Miljöö pakkidega" (1973). Steriilne fotorealism vastandab suuri erineva materjaliga kaetud seinapindu ja valge linaga kaetud lauda, millele on asetatud läbisegi erinevad pakendid: kolm

Anneli Porri



Foto 5. Vello Vinn. Kollaažkompositsioon. 1976. Detail.

püramiidjat piima- ja keefiripakki, kannu ja nugade pakkeümbris ning neli muna. Laua kõrval seisab pingelises ärevuses tardunud tütarlaps, kes tõenäoliselt viib ühe piimapakiga läbi tasakaalueksperimenti: kohe-kohe lauaservalt maha kukkuv püramiid on maali absoluutne pinevuskese ja tähelepanuhoidja.

Hüperrealistlik maal kui popkunsti loogiline edasiarendus, Eestis ka mõneti samade kunstnike loodud (hüperrealismi esimene laine (Laanemets 2000)), on tegelikult läikima löödud karm argipäevapilk. Kui tavapopp on irooniline, distantseerunud, ihadele rõhuv, valiv ja mänguline, siis hüperrealism näib oma hüperkriitilisuses olevat kunstniku alla neelanud ja temast roboti teinud, see on nii haarav, et ei lase kunstnikul taganeda ega distantsi saavutada. Urmas Pedaniku elektrikilp, Jaan Elkeni kollane Ikarus, Ando Keskküla halogeenlambid ja “Kuiv t. 6a” ning Ilmar Kruusamäe roosad trussikud on juba uued asjade vaatamise ja markeerimise viisid.

Thomas McEvelley algul viidatud hoiatusele võib pärast põgusat popkunsti ekskursiooni lisada, et lisaks pildi vaatamisele on ka pildi loomine kultuuriliselt tingitud harjumus ja see iseenesest ei tähenda, et pilt sarnaneks objektiivse tegelikkusega. Kunstiteoste näol igapäevadokumendid on olemas, kuid nagu näha, pidid kunstnikud mööda murdma hüvede riigistatuse takistusest ja üldisest olustiku desümboliseeritusest ning jälgima puhtformaalse kujutusviisi võimalikku konteksti (tarbekunstiajakiri *versus* näitusesaal).

Oma töödes kasutasid kunstnikud pigem abstraktseid kui konkreetseid väärtusi, pigem sümboleid ja ümberütlemist kui kindla piirilisi ikoone. Tugevamate esitatud märkidena võib loetleda busipileteid, piimapakki, tolmuimejat, patju ja supipurki.

Popkunst ei teeninud Eestis tegeliku ümbruse kajastamise eesmärki. Hoolimata Visarite ja SOUP 69 liikmete kinnitustest püüdis popkunst Eesti NSVs rääkida Läänega mitte ainult samadest asjadest, vaid ka samas keeles.

Sellele vihjab ka esimese SOUP 69 Pegasuse kohvikus eksponeeritud näituse Leonhard Lapini kujundatud supipurgiga plakat. Andy Warholilt kaaperdatud purk on avatud ja ülevalt ligineb avale lusikas. Et sisu välja võtta? Tundub, et siinses olustikus muukisid noored kunstnikud Campbelli lahti tegelikult selleks, et sinna sisse pääseda ja näha lõpuks kõiki neid asju, millest räägivad pildiajakirjad teisel pool eesriiet.

## Kommentaariid

<sup>1</sup> Harjumus Nõukogude Eestis on aga omaette teema: näiteks harjumus võrkkotti igaks juhuks taskus kaasas kanda, piimapakendeid pesta ja puhtana alles hoida või enne oluliste asjade ütlemit häält tasandada ja uksetagust kontrollida.

Anneli Porri

<sup>2</sup> T. McEvelley nimetab muusträsta (ehk kunstiteose tähenduse) kolmeteistkümne vaatamisviisi hinnanguobjektidena kujutavat aspekti, kunstniku-poolseid verbaalseid lisandusi, žanri või vahendeid, materjali, mõõtmeid, ajalist kestvust, töö konteksti, töö suhet kunstiajaloo, töö saatust ajaloo käigus, osalust mingis ikonograafilises traditsioonis, töö formaalseid omadusi, suhtumise (vaimukus, ironia, paroodia jne) väljanäitamist, puhtbioloogilist või füsioloogilist reageeringut kunstiteosele või kognitiivset teadmist sellise reageeringu olemasolust (McEvelley 1995: 35–37).

## Kirjandus

Coplans, John 1997 (1962). The New Paintings of Common Objects. Madoff, Steven Henry (toim). *Pop Art: A Critical History*. The documents of twentieth-century art. Berkley: University of California Press.

Helme, Sirje 1997. Kunstirühmitus Visarid. Põllu, Kaljo (koost & toim). *Kunstirühmitus "Visarid": Tartu, 1967–1972: Näituse kataloog: Tallinna Kunstihoone Galerii, 27. novembrist – 14. detsembrini 1997 = The "Visarid" artist's group: Tartu, 1967–1972: Exhibition catalogue: Gallery of the Tallinn Art Hall, November 27 – December 14, 1997*. Tallinn: [Tallinna Kunstihoone], lk 4–11.

Helme, Sirje & Kangilaski, Jaak 1999. *Lühike Eesti kunsti ajalugu*. Tallinn: Kunst.

Järmut, Villu 2004. *Anneli Porri vestlus Villu Järmutiga 1. mail*. Märkmed autori valduses.

Kaljundi, Linda 2002. Kodu ja kunsti juurest elukeskkonnani: Almanahh Kunst ja Kodu 1970. aastatel = From Home & Arts to the Life Environment: Almanac "Kunst ja Kodu" in 70s. *Kunst.ee* 3, lk 33–39.

Kalm, Mart 2002. Saunapidu suvilas: Nõukogude eestlased Soome järgi läänt mängimas. Sarapik, Virve & Kalda, Maie & Veidemann, Rein (koost & toim). *Kohandumise märgid*. Collegium litterarum 16. Tartu: Underi ja Tuglase Kirjanduskeskus, lk 161–177.

Kangilaski, Jaak 1997. Paradigma muutus 1970-ndate aastate Lääne kunstis ja selle kajastus Eesti kunstielus. *Rujaline roostevaba maailm: Näitus Tartu Kunstimuuseumi Kivisilla Pildigaleriis, 28.II–27.IV 1997, seminar "1970-ndate aastate eesti kunst"*. Tartu: Tartu Kunstimuuseum, lk 3–8.

Kaplinski, Jaan & Kross, Jaan & Rummo, Paul-Erik & Kesküla, Kalev 2001. Vastupanu, skepsis ja nõukogude inimene: Mõttevahetus. Bertricaud, A. [= Subernat, Jean-Jacques] (koost) & Listra, Lore (toim). *Eesti identiteet ja iseseisvus*. Tallinn: Avita, lk 152–166.

Kiwa [= Kivaste, Jaanus] & Soans, Hanno 1997. Propaganda. *Kultuuri-  
maa*, 27. august.

Kodres, Krista 2002. Modernismi kehtestamine ja klassikaline retoorika. Sarapik, Virve & Kalda, Maie & Veidemann, Rein (koost & toim). *Kohan-  
dumise märgid*. Collegium litterarum 16. Tartu: Underi ja Tuglase Kirjan-  
duskeskus, lk 128–144.

Komissarov, Eha 1997. Kuuekümnendad – elulaadi teater: Näitus “1960-  
ndate kunst. Fenomeni rekonstruktsioon” Eesti Kunstimuuseumis. *Eesti  
Ekspress*, 10. jaanuar.

Komissarov, Eha 2001. The Two Arrivals of Warhol. *Estonian Art* 1, Tal-  
linn: Estonian Institute, lk 1–4 (vt ka [http://www.einst.ee/Ea/1\\_01.html](http://www.einst.ee/Ea/1_01.html) –  
12. aprill 2005).

Laanemets, Mari 2000. The Fitful Arrival of Hyper-realism. *Estonian Art*  
2, lk 1–4 (vt ka [http://www.einst.ee/Ea/2\\_00.html](http://www.einst.ee/Ea/2_00.html) – 12. aprill 2005).

Lapin, Leonhard 1997 (1985). Startinud kuuekümnendatel. Lapin, Leon-  
hard. *Kaks kunsti: Valimik ettekandeid ja artikleid kunstist ning ehitus-  
kunstist 1971–1995* (*Kunst* 1 (68)). Tallinn: Kunst, lk 20–29.

Lapin, Leonhard 2003. *Avangard: Tartu Ülikooli filosoofiateaduskonna  
vabade kunstide professori Leonhard Lapini loengud 2001. aastal*. Tartu:  
Tartu Ülikooli Kirjastus.

Liive, I. 1973. Abiruumid. *Kunst ja Kodu* 1 (39), lk 42–45.

Lotman, Juri 1999. *Semiosfäärist: [Artiklivalimik]*. Avatud Eesti raamat.  
Tallinn: Vagabund.

Lynton, Norbert 2001. *Moodsa kunsti lugu*. Tallinn: Avita.

McEvilley, Thomas 1995. Sellest, kuidas kõnetada pilvi. *Kunst* 1, lk 34–  
40.

Paulus, Karin 2002. Sigri-migri ja sümbioos 1970ndate olmes. Helme,  
Sirje (toim). *1970ndate kultuuriruumi idealism: Lisandusi eesti kunsti-  
loole: [Ettekannete päev: 23. aprill 2002, Tallinn] = Idealism of the  
cultural space of the 1970s: [Addenda to Estonian art history: lecture day:  
23 April 2002, Tallinn]*. Tallinn: Kaasaegse Kunsti Eesti Keskus, lk  
50–57.

Põllu, Kaljo 2004. *Anneli Porri vestlus Kaljo Põlluga 29. aprillil*. Märkmed  
autori valduses.

Read, Herbert 1974. *A Concise History of Modern Painting*. The world of art  
library. History of art. London: Thames And Hudson.

Saltõkov, A. 1957. Maitsest igapäevases elus. *Sirp ja Vasar* 23 (7. juuni) &  
24 (14. juuni).



- Tarand, Andres 2001. Nõukogude aeg. Bertricaud, A. [= Subernat, Jean-Jacques] (koost) & Listra, Lore (toim). *Eesti identiteet ja iseseisvus*. Tallinn: Avita, lk 138–151.
- Tolts, Andres 1974a. Dekoratiivsed tekstiilseadeldised. *Kunst ja Kodu* 1 (42): Praktika, lk VI.
- Tolts, Andres 1974b. Trükised ruumis. *Kunst ja Kodu* 2 (43), lk 30–34.
- Trossek, Andreas 2003. *Eesti 1970. aastate joonisfilm: Kunstiavangardi sublimatsioon näilisse lastemeediumisse*. Bakalaureusetöö. Tallinn: Eesti Kunstiakadeemia. Käsikiri Eesti Kunstiakadeemia kunstiteaduse instituudis
- Urbla, Peeter 1975. Unikaalne või paljundatud kunstiteos. *Kunst ja Kodu* 1 (44), lk 34–39.
- Vahtrre, Lauri 2002. *Elu-olu viimasel vene ajal: Riietus ja mööbel, toit ja tarberüstad, sõiduvahendid, eluase ja muu*. Tallinn: Kirjastuskeskus.
- Varblane, Reet 2000. Malle Leis. Saar, Johannes (toim). *Eesti kunstnikud = Artists of Estonia 2*. Tallinn: Kaasaegse Kunsti Eesti Keskus, lk 64–73.
- Whiting, Cécile 1997. *A Taste for Pop: Pop Art, Gender and Consumer Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Üdi, Jüri 1974. Kodust. *Kunst ja Kodu* 2 (43), lk 44.