

# Kunstnik kui pop- staar. Raoul Kurvitz ja Mark Kostabi 1990. aastate Eesti meedia dis- kursustes

Margaret Tali

Artiklis analüüsitakse meeskunstniku kuvandit Eesti meedia diskursustes ning seda, kuidas kunstniku meediarepresentatsioonid nõukogude ajast kuni 1990. aastate keskpaigani on muutunud. Analüüsi objektiks on 1986–1996 Eesti ajalehtedes ja ajakirjades avaldatud materjalid Raoul Kurvitzist (s. 1961) ja Mark Kostabist (s. 1961).

## 1990. aastate massimeedia uued imperatiivid

Eesti taasiseseisvumisele 1991. aasta hilis-suvel eelnesid ulatuslikud ümberkorraldused kohalikul meediamaastikul. 1980. aastate lõpul asendus tsentraliseeritud ajakirjandus liberaalse meediasüsteemiga, mida hakkasid kujundama turusuhted. Range poliitiline tse-nsuur oli hakanud ajakirjandusest taanduma juba kaheksakümnendate keskpaigas, keelekasutus oli visam muutuma. Siiski kujunes meediast lühikese aja jooksul ühiskonna avalik sfäär, kus oli taas võimalik avaldada erinevaid arvamusi ning arutleda nende veenvuse ja kehtivuse üle. Meediateoreetikud pea-

vad kaheksakümnendate lõpuaastaid kogu Eesti ajaloo pressiringluse tipuks: keskmine eestlane luges regulaarselt 12 ajalehte ja ajakirja, aastatel 1988–1993 hakkas ilmuma ligi 500 uut meediaväljaannet.<sup>1</sup> Need radikaalsed muutused ühiskonnas süstisid inimestesse uut entusiasmi, kasvasid ka kultuuritarbimine ning osalemine ajakirjanduse diskussioonides.<sup>2</sup> Nõukogudeaegses meedias oli piltmaterjali tähtsus tagasihoidlik, ajalehtedes avaldatud mustvalged fotod olid väga väikesed ning halva kvaliteediga. Selle olukorraga võrreldes muutus 1990. aastate ajakirjanduses ka visuaalkultuuri tähendus. Päevalehtedesse ilmusid sellel pöörasel kümnendil mitmed uued rubriigid ja kolumnid. Meedia asus aktiivselt toetama uusi kunstiliike ja visuaalkultuurivorme ning noori kunstnikke.

Siinses artiklis käsitlen kunstniku muutunud positsiooni kiire ja radikaalse muutuse läbi teinud meedia kontekstis, keskendudes kunstniku meediakuvandi teisenemistele 1980. aastate lõpu ja 1990. aastate alguse Eesti meedias. Uurimuse objektiks olen valinud kaks vaieldamatult kõige nähtavamast kunstnikku selle ajajärgu Eesti ajalehtede ja ajakirjade veergudel: Raoul Kurvitz (s. 1961) ja Mark Kostabi (s. 1960). Hariduslikult taustalt on kunstnikud erinevad – Kurvitz õppis arhitektuuri ja jõudis visuaalkultuuri juurde pärast õpingute lõpetamist Eesti NSV Riiklikus Kunstiinstituudis, Ameerikas eesti pagulaste peres sündinud Kostabi alustas maalikunsti õpingutega, kuid jättis need lõpetamata. Kui esimene neist pälvis kunstikriiti-

1 P. Vihalemm, M. Lauristin, Estonia: The First Years in the Elementary School of Democracy. – Towards a Civic Society: The Baltic Media's Long Road to Freedom. Perspectives on History, Ethnicity and Journalism. Eds. S. Høyer, E. Lauk, P. Vihalemm. Tartu: Baltic Association for Media Research, Nota Baltica, 1993, lk. 263.

2 V.-I. Laidmäe, Kunstid meie elus. Sotsioloogiline uurimus. – Haridus 1992, nr. 2, lk. 12–15.

kute üksmeelse tunnustuse oma esimeste näitustega “Rühm T” kollektiivis, siis teine tekitas Eesti kultuuriringkondades elevust kaheksakümnendate lõpuaastatel ning ilmus kohaliku meedia rambivalgusesse “küpse staarina” 1990. aastate alguses. Mõlemad kunstnikud tegelesid kunstiliikide institutsionaalses hierarhias kõrgelt hinnatud kunstialadega. Mõlemad kuuluvad ühtlasi viimasesse põlvkonda, kus Eesti kultuuris domineerisid veel ülekaalukalt meeskunstnikud. Kultuurikriitikas ja sotsioloogide uurimustes on seda põlvkonda tihti nimetatud nn. võitjate põlvkonnaks Eesti ühiskonnas ning sageli mõistetakse seda kui võrdlemisi homogeenset määratlust. Püüan järgnevas esile tuua, et antud mõiste on ambivalentsem ning selle taustal on toimunud hulk institutsioonide lõhestumisi ja teisi murrangulisi sündmusi.

Analüüsitud artiklid on pärit nii päevalehtedest (“Eesti Päevaleht”, “Postimees”), nädalalehtedest (“Eesti Ekspress”, “Sirp”, “Kostabi”) kui ka ajakirjadest (“Eesti Elu”, “Vikerkaar”, “Kunst”), vaatluse all on niisiis eestikeelses ajakirjanduses avaldatud materjalid aastatest 1986–1996. Uurides kahe kunstniku kohta meedias avaldatut, huvitasid mind nii tekstilised kui ka pildilised muutused kunstnike kujutamisel Eesti meedias. Kasutades diskursuse- ja representatsiooni-analüüsi, võtan vaatluse alla need tekstid ja piltmaterjalid, mis loovad ja taastoodavad ühiskonnas ringlevaid teadmisi kunstist. Mark Kostabist kõneldes teen järgnevas ka mõningaid viiteid Ameerika meediadiskursustele.<sup>3</sup> Samas on aga ka minu kui uurija käsitlus nendest kunstnikest samade diskursuste produkt, mida olen järgnevas analüüsinud.

## **Uued ühiskondlikud identiteedid ning tähenduste tootmine**

Massimeedia jõuline tulek ühiskondliku elu kujundaja ja taastootjana õõnestas 50 aastat

kestnud nõukogude perioodil tsentraliseerituna toimunud kunsti välja paljudel erinevatel tasanditel. Kõige paremini tulevad toimunud meediamuutused esile uutes nädalalehtedes ja ajakirjades, mis ilmusid 1990. aastatel kunsti- ja kultuurikriitikas pikka aega domineerinud “Sirbi ja Vasara”<sup>4</sup> kõrvale. Kõige olulisemaks kujunes kahtlemata “Eesti Ekspressi” (1989) kultuurilisa “Areen”<sup>5</sup> ning ajalehega kaasnenud kuukirjad (“Magneet”, “Anne”, “Metro” jt.).

1980. aastate lõpul avardus liberaalse massimeedia tulekuga oluliselt kultuuritegijate ring ning kultuurisfäär tervikuna, mida nõukogude ajal oli piiranud hoolikale kontrollimehhanismile allutatud institutsioonide raamistik. Kommunikatsiooni- ning kultuurimehhanismide muutumist seoses massimeedia ilmumisega on kahe maailmasõja vahelistel kümnenditel uurinud ka mitmed Frankfurti koolkonnaga seotud teoreetikud. Walter Benjamin jälgis oma tuntud essees “Kunsti teos mehaanilise reprodutseerimise ajastul” (1936) (analüüsides kunsti muutunud positsiooni seoses fotograafia tulekuga) seda, kuidas rubriigi “kirjad toimetajale” ilmumine päevalehtedesse pakkus suuremale hulgal inimestele võimaluse olla “autor” ning sidus seeläbi tihedamini ka lugejate ja kirjutajate positsioonid.<sup>6</sup> 1960. aastatel kasvas huvi au-

3 Raadio “Vaba Euroopa” arhiivimaterjalide kasutamise eest olen tänu võlgu Heie Treierile.

4 1989 nimetati “Sirp ja Vasar” ümber “Reedeks”, 1991–1994 avaldati ajalehte “Sirbi” nime all. Aastatel 1994–1997 sai sellest ajutiselt “Kultuurileht” ning alates 1997. aastast antakse ajalehte taas välja “Sirbi” nime all. Järgnevas viitan ajalehele selguse huvides, vastavalt enne ja pärast 1989. aastat, kas nime all “Sirp” või “Sirp ja Vasar”.

5 Esimestel “Eesti Ekspressi” väljaandmise aastatel olid kaheksast leheküljest kaks pühendatud tervenisti kultuurile. Nendest kasvas välja kultuurilisa “Areen”. “Sirp ja Vasar” püsis 20 lk-lisena.

6 W. Benjamin, *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. – W. Benjamin, *Illuminations*. Tlk. H. Zorn. London: Pimlico, 1999, lk. 225–226.

tori muutunud positsiooni vastu poststrukturealistide kirjutistes. Roland Barthes ja Michel Foucault käsitlesid autorit erinevate diskursiivsete praktikate kogumina, kes paratamatult sõltub ümbritsevatest ühiskondlikest oludest ning sotsiaalsetest tingimustest.<sup>7</sup> Samamoodi olen siinses artiklis käsitlenud ka kunstnike ja kriitikute rolli meedias.

Kriitikute ja kunstnike leeri oli nõukogude ajal piiritletud erialane haridus ning seda reguleerisid kunstiinstitutsioonid eelkõige riiklike tellimuste ja tsensuuri kaudu. Meediaturu tekkimisel kadusid koos tsenseerimisega ka varasemad sotsiaalsed hierarhiad.

Üheks tähtsamaks muutuseks 1990. aastate meedias tervikuna kujunes ajakirjanike, fotograafide ja teiste kaastöölise põlvkondade kiire vahetumine. 1990. aastatel kaasati ajakirjadesse palju noori kunstnikke, kes asusid vastloodud meediaväljaannetes tööle fotograafide, kujundajate või vabakutseliste kaastöölisena. Eestikeelsed ajakirjandusväljaanded kujundasid niisiis uusi võrgustikke, mis asusid vormima kohalikku kultuurielu, millest muukeelne meedia jäi kõrvale. Ajalehtede juurde loodi 1990. aastate keskel kunstikriitikute ametikohad, mis enamasti täideti noorema põlvkonna kunstiajaloolastega, kes pidid kiiresti kohanema avardunud meediaturu nõudmistega.<sup>8</sup> Niisiis domineerisid kriitikute ja ajakirjanike hulgas kunstnike põlvkonnakaaslased. Jagades ühiseid kultuurilisi väärtusi, anti kunstnikele võimalus julgeks enesepromoks, valitud kunstnikest said *yuppies* ja rokkstaarid ning kollase ajakirjanduse lemmikud. Nende näitustega avati galeriisid ja neile pühendati ajakirjade personilugusid, nende töödest kujunesid tarkava kunstituru müügiartiklid.

Nõukogudeaegne kultuurikriitika soosis stiilikeskset lähenemist kunstile ning kunstniku isiksus kriitika subjektina oli tekstidest

taandatud. Sloveenia kunstiajaloolane Zdenka Badovinac on osutanud, et just kunstituru ning laiema avalikkusega kommunikatsiooni puudumise tõttu pöördus Ida-Euroopa kunst 1970. aastatel enesesse ja hakkas kasutama oma autonoomset keelt.<sup>9</sup> Kunstikriitikat avaldati ka Eestis vähe ning see toimus teistest meediadiskursustest võrdlemisi eraldatuna, intervjuusid kunstnikega ilmus harva ning kriitikas puudusid viited ühiskondlikule kontekstile, loomingu ning esitamise institutsionaalsele raamistikule. Kunstiteoste analüüs lähtus pildilisest kujutamisest, palju tähelepanu pöörati 1980. aastate kriitikas ka näituste kujundustele. Kirjutajateks olid professionaalse ettevalmistusega kunstiajaloolased. Siin avaldub kunstidiskursuste oluline muutus: kriitika muutus iseisvuse tulekul eelneva kümnendiga võrreldes oluliselt individikesksemaks, staarikultus võimendus kogu 1990. aastate ajakirjanduses ning ka kunstikumütoloogiad omandasid meediaturu kontekstis uue tähenduse.

Hasso Krull on oma enesekriitilises essees "Supermodell ja vagabund" (2002) reflekteerinud konflikti kultuurituru tuleku ja traditsiooniliselt autonoomseks peetud kunstivälja vahel sellel kümnendil, samuti meedia tähelepanu erinevat rolli kirjanikuks ja kunstnikuks olemisel. Krull võrdleb kaasaegset kunstnikku supermodelliga, kes peab pidevalt tähelepanu pöörama sellele, et oma vä-

7 R. Barthes, Teostest tekstini. – R. Barthes, Autori surm. Valik kirjandusteoreetilisi esseid. Koost. M. Tamm. Tallinn: Varrak, 2002, lk. 117–125; M. Foucault, Mis on autor? – Vikerkaar 2000, nr. 11/12, lk. 156–172.

8 1990. aastate kunstikriitika põhjalikku analüüsi vaata: V. Sarapik, 1990. aastate eesti kunst ja postsemiootiline pööre. – Ülbud üheksakümnendad: probleemid, teemad ja tähendused 1990. aastate eesti kunstis. Toim. S. Helme, J. Saar. Tallinn: Kaasaegse Kunsti Eesti Keskus, 2001, lk. 281–314.

9 Z. Badovinac, Body and the East: From the 1960s to the present. Exhibition catalogue. Ljubljana: Moderna Galerija Ljubljana, 1998, lk. 15–16.

limust müüa, arvestades pidevalt, kuidas avaliku arvamuse liidrid kirjeldavad tema käitumist.<sup>10</sup> Kunstniku elukutse ekstsentrilisust rõhutas ka 1990. aastate alguse kriitika. Näiteks Heie Treier on paljudes artiklites käsitanud Eesti kunstnike enesekuvandit “võitjatenäna”, mida kriitik näeb avalduvat eelkõige noorema põlvkonna loomingus.<sup>11</sup> Samas Treieri 1990. aastate kunstikriitika just toetas võitjate diskursust, mis taastootis meedia kaudu ühe põlvkonna enesekäsitlust võitjatenäna. 1990. aastate alguses kehastasid kunstnikud uusi ühiskondlikke identiteete ning uute staaride loomise indu peegeldavad ka erinevad meediadiskursused.

### Maskuliinsed meediavõrgustikud 1990. aastate eesti kultuuris

Nii eesti kui ka välismaised kultuuriuurijad on rõhutanud, et naiste marginaliseerimise mehhanismid nõukogude ühiskonnas toimisid peenelt, kuid vankumatult ning nende olemasolu ei saa vaatamata ametlikule võrdsuseretoorikale siiski kahelda.<sup>12</sup> Iseseisvuse tulekul muutusid mitmed eelnenud kümnendite jooksul kujunenud suhetest massimeedia loodud võrgustike kaudu eriti nähtavateks.

Meediauurija Barbi Pilvre on oma uurimustes näidanud, kuidas 1990. aastate Eesti ajakirjandus soosis meeskangelasi. Analüüsid “Eesti Ekspressi” portreelugusid aastatel 1993–1999, selgus, et üksnes 18% “persoonidest” olid naised.<sup>13</sup> Naised moodustasid selge vähemuse ka ajalehtede toimetajate ringis ning seisis eemal teistest kultuurlistest eneseväljenduse vormidest.

1980. aastatel kunstnikemüüte feministlikult positsioonilt uurinud kunstisotsioloog Janet Wolff ja kunstiajaloolane Griselda Pollock on näidanud, et geeniusekultus läbib diskursusena kogu kunstiajalookirjutust, see on praktiliselt alati olnud meestekeskne ning seega dominantsest ajaloo narratiivist kõr-

vale jätnud paljud võimekad naiskunstnikud.<sup>14</sup> Samasugustest Lääne kultuuri diskursiivsetest praktikatest lähtus 1990. aastate alguses ka Eesti kunstikriitika. Tuntud naiskunstnikke on selle ajajärgu eesti kujutavas kunstis võrreldes meestega võrdlemisi vähe, olgugi et institutsionaalne statistika võib esmapilgul kinnitada vastupidist. Näiteks oli 1988. aastal Eesti Kunstnike Liidu liikmetest mehi vaid veidi enam kui kolmandik (521 liikmest vastavalt 337 naist ja 184 meest).<sup>15</sup> Samas kuulusid naiskunstnikud EKL-is peamiselt tarbekunsti erialaliitusesse, nagu nahakunst, keraamika, klaasikunst. Essees “Meestekunst ja naistekunst” märgib ka kunstnik Maarja Kross (Undusk), et naistel on olnud märksa keerulisem ennast tõestada intellektuaalsetel kunstialadel, nagu maalikunst ja skulptuur.<sup>16</sup> Essee pealkiri viitab sooliste hie-

10 H. Krull, Supermodell ja vagabund: kunsti ja kirjanduse lahkulöömine? *Allegooriline pildike*. – Looming 2002, nr. 1, lk. 86.

11 H. Treier, Võitja *imago*. – Favoriit 1994, märts, lk. 15; idee edasiarendus vt. H. Treier, Mida teha Viktoriga? Võitja fenomen. – Saaremaa biennaal 1995. Konverentsi tekstikogumik. Koost. E. ja P. Linnap. Tallinn, 1995, lk. 14–21.

12 Vt. nt. B. Pilvre, Construction of Gender in the Cover-column “Persoon” in the Estonian Weekly “Eesti Ekspress”. Magistritöö, Tallinna Pedagoogika-ülikooli psühholoogia osakond. Tallinn, 2000; M. Buckley, Victims and Agents: Gender in Post-Soviet States. – Post-Soviet Women: From the Baltic to Central Asia. Ed. M. Buckley. Cambridge: Cambridge University Press, 1997, lk. 5–15.

13 B. Pilvre, Construction of Gender in the Cover-column Persoon, lk. 71. Pilvre uurimuse objektiks olid “Eesti Ekspressi” rubriigis “Persoon” aastatel 1993–1999 avaldatud lood.

14 Vt. nt. G. Pollock, Artists Mythologies and Media Genius, Madness and Art History. – Media Representations of Visual Art and Artists. Ed. P. Hayward. London, Paris: John Libbey, 1988, lk. 50; J. Wolff, The Social Production of Art. London: MacMillan, 1985, lk. 120–121.

15 Eesti Kunstnike Liit 1987–1989. Lühiülevaade tegevusest. Tallinn, 1989.

16 M. Kross, Meestekunst ja naistekunst. – Uued põlvkonnad. 1. vihik. Tallinn: ENSV TA Ajaloo Instituut, Kunstiajaloo sektor, 1988, lk. 110–112.

rariiate olemasolule, mida autor on artiklis käsitletud ajaloolise paratamatusena. Tarbekunst kujuneski 1990. aastate alguse meeste-kesksetes meediapraktikates kunstiliikide sotsiaalses hierarhias võrdlemisi marginaalseks.

Sugude vahel eksisteerinud hierarhiad ei kadunud ka 1990. aastate alguses kuhugi, laienedes institutsionaliseerunud kunstipraktikate kõrval uutele kunstiliikidele (*performance*, video- ja installatsioonikunst). Näiteks “Rühm T” liikmete kollektiivi naiskunstnike kujutas meedia enamasti siresäärsete muusadena või võluvate objektidena (ill. 1–2). Võluva, ent vaikiva naiskunstniku kuvandisse tõi 1990. aastate keskpaigas muutuse alles Mare Tralla, kelle “ilge naisterahva” kuju muutus samuti meedia lemmikuks. Siinse uurimuse käigus läbi töötatud materjalidest selgus, et 1990. aastate meedias tegutsesid kirjutajate ja fotograafidena ülekaalukalt mehed.

Vaatamata valitsenud soolisele ebavõrdsusele peeti soolist diskrimineerimist võõraks, Lääne ühiskonna mureks.<sup>17</sup> Kuigi feministlikult positsioonilt lähtuv kriitika ilmus kunstikriitika tekstidesse juba üheksakümnendate esimesel poolel, jätkasid mitmed meeskriitikud varasemate uskumuste taastootmist sooliselt võrdsesse ühiskonnakorraldusse Nõukogude Eesti ühiskonnas: “Naiseestlane, kes töötas tehases või kontoris nagu meeski, osales võrdväärselt meeseestlasega partei- ja ametiühingukoosolekutel, võttis ja sai sõna kõigil mõeldavatel foorumitel ning elas kirglikult kaasa sookaaslaste – naiskosmonautide taevaendudele.”<sup>18</sup>

Kunstdiskursuste üheks selgemaks diskrimineerimise mehhanismiks on jäänud kõnelemine “kunstnikest”, viidates sellega vaid meesautoritele, sest samas räägitakse rõhutatult “naisautoritest”. Professionaalsed naisfotograafid puudusid sellel ajajärgul Eesti meedias sootuks. Sotsioloog Ivi Masso tõdeb 1990.

aastate Eesti ühiskonnast kirjutades, et kõige kasulikum oligi sellel kümnendil olla 35-aastane eesti mees.<sup>19</sup> Või mis kultuuriväljal veelgi kasulikum – väliseestlane.

### Kunstniku kuvand kui kaubamärk

1993. aastal ilmus vastsetlilmuma hakanud “Eesti Ekspressi” kuulisa “Magneet” esikaanel portreelugu eesti juurtega Ameerika kunstnikust Mark Kostabist (ill. 3–4). Kunstniku pilk on suunatud vaataja poole läbi trendikate päikesepillide, ta on rõivastatud puhvituid jopesse, tema juuksed on blondeeritud. Fotol kasutatud tumekollane valgus lisab kuvandile salapära, performatiivselt ristatud näpud viitavad kunstniku keerulisele loomusele.<sup>20</sup> See oli Kostabi *bad-boy look* 1980. aastate lõpust. Sama fotoseeria, mille autoriks oli ameerika fotograaf Ruedi Hofmann, avaldati algselt moeajakirjas “Vogue” 1988. aastal.<sup>21</sup> Nii nagu paljusid tõlkeid ja fotosid avaldati Eesti ajakirjanduses ilma välismaiste autorite loata, ei märgi ka “Magneedi” toimetajad fotode juures fotograafi ega nende valmimisaega.

Intervjuudes pidas Kostabi meedia tähelepanu köitmist oma kunstnikuidentiteedi oluliseks osaks. 1980. aastate keskel kunstimetropoli New Yorki kolinud kunstniku tihedat suhet meediaga peegeldavad Ameerika ajakirjanduses avaldatud manifestid, irriteerivad tööde pealkirjad, pidev figureerimine kollases ajakirjanduses ja päevalehtede

17 Vt. nt. A. Juske, Milline on feminism eesti kunstis? – Favoriit 1994, veebruar, lk. 17.

18 P. Linnap, Feministliku kunsti defilee Tallinna galeriides. – Pühapäevaleht 1. X 1994.

19 I. Masso, Vabaduse eufooria või postkommunisti pohmelus? – Ülbed üheksakümnendad, lk. 29.

20 P. Laurits, Kostabil pole Kostabiga midagi ühist ehk Mark Kostabi kõige olulisem kunstiteos on Mark Kostabi ise. – Magneet 1993, nr. 2 (juuni), lk. 8–16.

21 J. Diamond, Mark Kostabi: “Suckers buy my work,” says the ultimate ’80s artist. – Vogue 1988, Oct., lk. 113, 125–126.

kõmulehekülgedel ning skandaalsed teleesinemised. Kostabi kunstiga seotud kumu muutis kunstniku persooni Ameerika meedia diskursustes lahutamatuks osaks ka tema töödest kõneldes. Raoul Kurvitzil täitsid Eesti meedias samasugust rolli *performance*'id, mida kunstnik asus korraldama "Rühm T" esimeste näituste avamistel 1986. ja 1987. aastal. *Performance*'ite sünni kohta rääkis kunstnik ajakirjanikele arvukates intervjuudes müütilisi lugusid, sidudes neid juhtumistega isiklikus elus.<sup>22</sup> *Performance*'id tõid meediasse üha enam kunstnike fotosid, lisaks sellele avaldas Kurvitz ka ise kunstikriitikat ning tegi 1990. aastate keskpaigas telesaateid, milles autoril endal oli kahtlemata keskne positsioon.

Uued staarkunstnikud 1990. aastate meedias olid niisiis eelkõige mehed, lisaks Kostabile ja Kurvitzile võib siia lisada näiteks põlvkonnakaaslased Urmas Muru (s. 1961, ill. 5), Jaan Toomiku (s. 1961) ja Raul Rajangu (s. 1960). Kuid Kostabi ja Kurvitz käitusid meediaga suheldes neist kahtlemata kõige enesekindlamalt ja väljakutsuvamalt. Nad eksperimenteerisid oma meediakuvandis identiteediga ning tutvustasid ridamisi uusi urbanistliku ühiskonna identiteete: karsket eluviisi kuuluvat *yuppie*, keigarist paha poiss, rokkstaar, moeguru, intellektuaal ja boheemlane. Meediatööstus sidus selle ühiskonnas valitseva rahvusliku optimismiga ja nihutas kunstnikud kultuurikülgedelt ajakirjade esikaantele. Mõlema meeskunstniku edu oli seotud niisiis sellega, et etendades uusi ühiskondlikke identiteete, andsid nad põlvkonnakaaslastest kriitikutele ja ajakirjanikele võimaluse käsitleda kunstnikke võitjate ja kangelastena, kes vastandusid eelnevale nõukogudeaegsele kunstnikepõlvkonnale.

John Beynon on Lääne kultuuris uute maskuliinsete identiteetide ilmutumist analüüsides pidanud seda 1980. aastatel eelkõige kommerts-

likuks fenomeniks, mis oli seotud meesteajakirjade meediatuurule ilmumisega.<sup>23</sup> Ka postsotsialistlikus ühiskonnas asendus varem domineerinud *macho*-mehe ideaal kaheksakümnendate lõpus feminiinsema mehekujuga, mis avaldus identiteedimängudes uute naiste- ning populaarkultuuriajakirjade veergudel. "Magneedi" portreelugu "Kostabil pole Kostabiga midagi ühist" esitas samuti kunstnikku Hollywoodi meediakontsernide ja kunstituru kontekstis: "Tema kõige olulisem kunstiteos on staar Mark Kostabi. Aga kelle tema kunstiteos? Staar on toode, kaubamärk, mille valmistamisel ei saa publiku osa väiksem olla kui artisti oma. Staar saab olla üksnes publiku vastupeegeldus mingi nurga alt."<sup>24</sup>

Pildimaterjal ning loo kujundus ajakirjas (kokku 11 leheküljel!) toetasid sellest hoolimata kunstnikust müütilise kuvandi loomist. Peeter Lauritsa müüti lammutava tooniga artikli kõrval avaldas ajakiri kunstniku enda rõhutatult suures kirjas manifesteeriva kirjatüki "How to get your name in the paper or Mark Kostabi's 10 rules of publicity":

- 1) Jutustage reportereile pööraseid lugusid, isegi kui need ei vasta tõele.
- 2) Kui "New York Times" pöördub teie poole, ärge kunagi keelduge, isegi kui te ei tea absoluutselt midagi sellest, mida teilt tahetakse.
- 3) Ei maksa muretseda oma segaste või pööraste valede pärast. Head lugu eelistatakse alati tõele.
- 4) Olge alati valmis ohverdama tõtt iseenda kohta, selleks, et a) midagi olulist tões-tada või b) näha oma nime lehes.

22 M.-L. Arujärv, Kaotiline boheem. – Favoriit 1993, november, lk. 28–33, 73.

23 J. Beynon, The Commercialization of Masculinities: From the "New Man" to the "New Lad". – Critical Readings: Media and Gender. Eds. C. Carter, L. Steiner. Madenhead: Open University Press, 2004, lk. 204–205.

24 P. Laurits, Kostabil pole Kostabiga midagi ühist, lk. 10.

5) Laske end alati pildistada.

6) Siduge end alati kõikvõimalike heategevusüritustega. Nii satute lehte kõige väiksema vaevaga. Lisaks kutsutakse teid pidudele, kus harilikult on kohal ka fotograafid. Kui teilt nõutakse liiga suurt heldust, heitke see üritus Page Six'ile (N.Y.Post) hambusse.

7) Solvake avalikult kuulsusi. Nende ego on parasjagu nii väike, et nad helistavad reporteritele ja lükkavad teie sõnad umber. Nii satute lehte kaks korda: siis, kui teie seda ütlete, ja siis, kui nemad seda ütlevad.

8) Kui Morton Downey jr peaks kunagi uut teleshowd tegema, ja teid peaks sinna kutsutama, siis korraldage temaga selline rusikakaklus, et show kunagi teleekraanile ei satu. Võite olla kindel, et sellest kirjutatakse rohkem kui ühestki televisioonis näidatud showst.

9) Kui tahate intervjuus avaldada mainekale ajakirjanikule homofoobilist arvamust AIDSi, homoseksualismi või kunsti kohta, veenduge – juhul kui tsitaat ei peegelda täpselt teie tõekspidamisi – et olete väljendunud täiesti selgelt. Vastasel korral saate kõige õelama tagasilöögi osaliseks.

10) Olulisim on tunda pressi toimimisahtlat.”<sup>25</sup>

1990. aastal avaldati “Kostabi reeglid” eesti- ja ingliskeelsena kakskeelses ajalehes “Eesti Elu / Estonian Life”. Tookord oli lugu – tekst, pildid ning isegi kujundus – kopeeritud Ameerika ajalehest “Seven Days” (ill. 6–7).<sup>26</sup> Kui aga “Seven Days” toob ühes Kostabi manifesteeringuga mitmed Ameerika juhtivate ajalehtede kriitikute ja kolumnistide kommentaarid, kes väljendavad oma vastuolulisi tundeid ja skeptilist suhtumist Kostabi kuulsusse New Yorgi kunstimaailmas, siis “Eesti Elus” selgitavad kommentaarid puudusid. Kuigi enamik kunstniku tähelepanekute test olid seotud tema isiklike ämbrisseastumistega suhetes Ameerika meediaväljaannetega,

mõjusid Kostabi reeglid Eestis kontekstivaba lööklausete reana. Arrogantne suhtumine ning meedia ülemvõimu tunnistamine ühe kunstnikuarjääri tähtsaima osana sobisid Eesti ühiskonna varakapitalistliku vaimesusega.

1993 avaldas “Magneedi” konkurent ajakiri “Favoriit” kaaneloo Eesti kunstnikust Raoul Kurvitzist (ill. 8).<sup>27</sup> Reportaažlugu kunstnikust kandis pealkirja “Kaootiline boheem”. Kunstnik esitas ridamisi legende, mis toetavad *outsider*’i mütooloogiat, ja seda toetab ka pildimaterjal. Ka ajakirjade nimed “Magneet” ja “Favoriit” viitavad subjektikesksele lähenemisele ja kirjutuste provokatiivsele toonile. Kuigi tegelikkuses võisid romantilised kunstnikumüüdid olla vastuolus neoliberaalse ühiskonna ja kunstiväljaga ning noorte kunstnike elustiilis võis olla *yuppie*’dega väga vähe ühist, siis kunstnike meediakuvandid rõhutasid endiselt kunstniku autonoomset ühiskondlikku positsiooni. Loo juures avaldatud fotode autoreiks olid Kurvitz pölvkonnakaaslased kunstnikud Peeter Laurits, Herkki-Erich Merila ja Tarvo Hanno Varres.

Uue põlvkonna kunstnikke oli kunstielus pikisilmi oodatud. Kunstikriitikud olid Kurvitz positsioneerimises 1990. aastate algusest alates ühel nõul – teda tutvustati kui elegantset transvestiiti, jõhkrat dändit ja oma põlvkonna tundlikku kodeerijat.<sup>28</sup> Viitega Jackson Pollockile pidas Heie Treier 31-aas-

<sup>25</sup> M. Kostabi, [Kuidas sattuda ajalehte ehk Mark Kostabi kümme reklaamikäsku.] – Magneet 1993, nr. 2 (juuli), lk. 12–16.

<sup>26</sup> J. Van Meter, How to get your name in the paper or Mark Kostabi’s 10 Rules of Publicity. – 7 Days 11. X 1989; Kuidas sattuda ajalehte ehk Mark Kostabi Kümme reklaamikäsku. – Eesti Elu/ Estonian Life 11. XII 1990.

<sup>27</sup> M.-L. Arujärv, Kaootiline boheem.

<sup>28</sup> A. Juske, Jõhkrad dandid. – Eesti Ekspress 8. III 1991, lk. 26; H. Treier, Dessantlased on vallutanud kunstihoone! – Sirp 15. III 1991; S. Helme, Performance Eestis. Toim. M. Mälk. Eesti Televisioon, 1990 Video S. Helme erakogus.

tast Kurvitzit elavaks klassikuks.<sup>29</sup> Lugu illustreerib kunstniku portree, millel ta naudinguga mängib oma soolise imagoga: kunstniku juuksed on värvitud roosaks, mustad kontuurid silmade ümber on muudetud rõhutatult nähtavaks. Treier on kirjeldanud, kuidas noored kunstnikud oma tegevuse alguses igasugust meedia tähelepanu vältisid, hinnates üksnes elitaarse kultuurimeedia tähelepanu.<sup>30</sup> Selline suhtumine muutub aga peatselt. Nende järgnevate näitustega kaasenud manifestatsioonid avaldati olulistest meediapublikatsioonides, peegeldades kunstnike oluliselt muutunud suhet meedia tähelepanuse.

Massimeedia oli ekstsentriliste ja irratsionaalsete kunstnikukarakterite innukas vastuvõtja ja toetaja. Kurvitz ja Kostabi muutusid meedias “minevaks kaubaks” ning Kurvitzist kujunes hiljem ajalehe “Eesti Ekspress” erikangelane, kelle ideid ja tulevikuplaneerimisi tutvustati arvukates reportaažides ja intervjuudes.

“Tänapäeva kunstnik on uue maailma sensitiiv, maag, astroloog ja prohvet, kelle käest tuleks küsida toimumata maavärinate daatumeid ja tulevaste riigikukutajate nimesid,” manifesteeris ta 1994. aasta “Eesti Ekspressi” urbanistlikus vahelehes “Metroo”, mida toimetas Urmas Muru.<sup>31</sup> Selleks ajaks oli kunstnikust Eesti meedias kujunenud vaieldamatu staar. “Rühm T” liikmed, kes toimetasid telesaateid ja “Eesti Ekspressi” eriväljaandeid, avaldasid meedias intervjuusid ka üksiteisega. Tänu Kostabi manifestidele ja ajakirjanduses avaldatud autobiograafiatele kujunesid 1990. aastatel Eesti kunstnike hulgas populaarseks ka kunstnike intervjuud iseendaga. Uue ajajärgu kunstnik esitas küsimusi ja pakkus vastuseid. 1994 kirjutas Heie Treier: “Niisiis tasuks tegelikult vaevuda vaatama, mida Kostabil ka öelda. On tal ju ärimehe ja skandalisti rolli kõrval arvukalt teisi olulisi rolle – yuppie, töös-

tur, filosoof, kirjanik, pilvelõhkuja-arhitekt, kloun, futuroloog, kriitik, analüütik, kunstnik, lihtkodanik. Järsku on tal meile kõigile mingi sõnum, *message?*”<sup>32</sup>

### Ameerika unistus – rahvuslikud ja rahvusvahelised diskursused

Kui Kurvitzit püüti meedias esitada läbilöögivõimelise noore kunstnikuna, kelle tähetund maailmas on kohe algamas, siis Kostabi puhul rõhutab meedia enamasti tema eesti päritolu. Kunstnik võeti nii kunstikriitika kui ajakirjanike poolt kõhklemata omaks kui eesti kunstnik ja rahvusvaheline staar. Ainult veidi pärast seda kui Eesti ajakirjandusse olid jõudnud esimesed teated Mark Kostabist,<sup>33</sup> viis kohalik “kostabimaania” (kunstniku enda väljend) Eesti Kostabi Seltsi rajamiseni (1989) Tartus. See kirjastas rühmituse liikmete teoseid ning andis mõni aasta hiljem välja kultuurilehte “Kostabi” (1991–1993). Rahvuslikku ja rahvusvahelist diskursust toetasid ja kujundasid kunstikriitikas ja teistes meediadiskursustes kunstnike manipuleerimine nimedega ja pseudonüümide kasutamine. Kuigi Ameerika meedias oli Kostabi tuntud kui Mark Kostabi, tutvustas sinne meedia kunstnikku tema esimese Eesti külaskäigu ajal Mark Kalev Kostabina, järgmisel korral oli nimi muutunud Kalev Mark Kostabiks, mis andis aluse uuteks sõnamängudeks ja

29 H. Treier, Eesti kunsti uued mängud. Raoul Kurvitz – elav klassik? – Eesti Elu / Estonian Life 13. IV 1992.

30 H. Treier, Märkmed ettekandest konverentsil 1980ndate aastate kunstist. Tallinn, 9. XII 2003. Märkmed artikli autori valduses.

31 Vicomte de Guise-Fy, Kunst ja telepaatia. – Eesti Ekspress. Areen 8. IV 1994.

32 H. Treier, Tõde ja vale Kostabist. – Favoriit 1994, jaanuar, lk 55–63.

33 M. Raidma, Kostabist ja ta kunstist. – Mana 1987, nr. 56, lk. 53–55; S. Endre, Manhattanil, kus elab Kostabi. – Kultuur ja Elu 1989, nr. 9, lk. 42–49.



õhutas spekulatsioonidele “Kalevipoja koju-tulekust”.<sup>34</sup> Nimede varieerimine meedias võimaldas identifitseerida autorit rahvuslike diskursuste looja ning vahendajana.

Raoul Kurvitz kasutas kriitikuna tihti varjunime Vicomte de Guise-Fy. Kui 1992. aastal muutis kunstnik oma nime Kurvitsast Kurvitziks, avaldas “Eesti Ekspress” intervjuu tema Saksamaa reisimuljetest, mis ulatus üle kahe lehekülje. Ometi jäi mainimata nime-muutuse põhjus, või isegi see, et muutus oli toimunud. (Selle tingis Kurvitz vaimustus saksa kunstnike Baselitzi ja Lüpvetzi vastu<sup>35</sup>.)

Rahvusvahelisse kunstiellu kuulumist rõhutasid kriitikas Kurvitz *performance*’ite võrdlused eelmise põlvkonna Lääne-Euroopa kunstnikega. Samal ajal kui kultuurikirjandus muutus paremini kättesaadavaks, ilmus Eesti kunstikriitikasse üha enam ka “provintsluse” diskursus.<sup>36</sup> Mõlema kunstniku loomingus nähti võimalust provintsluse ületamiseks. Kunstikriitika käsitles Kurvitz kunsti rõhutatult rahvusvaheliste kunstipraktikate seas, näiteks kontekstualiseeriti seda avangardi ja transavangardi või *fin de siècle*’i ajajärkudes. Võõrkeelne terminoloogia varieerus tihti ning isegi ühe artikli sees kasutasid autorid vastuolulisi avangardidiskursusi. Võrdlused erinevate rahvusvaheliselt tuntud kunstnikega (Joseph Beuys, Anselm Kiefer, Viini aktsionism, Fluxus<sup>37</sup>) ning julged epiteedid, nagu ainus 1980ndate Eesti kunstnik, kes haakub rahvusvahelise kunstieluga ja kelle kunst kehastab *Zeitgeist*’i<sup>38</sup>, taastootsid subjektikesket lähenemist kunstile ning rõhutasid kultuuripraktikate rahvusvahelist konteksti.

Kostabi pakkus võimaluse identifitseerida Eesti kultuuri kõhklematult Lääne kultuuri kontekstis. Tema edust innustusid kunstikriitikud ja ajakirjanikud ning rahvusvaheline karjäär ei jätnud 1990. aastate keskpaiga kohalikus meedias kriitilisteks suheteks palju

ruumi. Ameerika meediadiskursused võeti enamasti üle ja Kostabi nimi muutus Eesti meedias juba 1980. aastate lõpus “eduka Eesti kunstniku” sünonüümiks, mis peegeldab avaramalt ühiskonnas valitsenud “vangistusest vabadesse pääsemise” eufooriat. Meediadiskursused nagu “meie New Yorgi kunstnik” tõendavad, et Kostabit nähti sidemena Eesti ja Lääne kunstimaailmade vahel. Kostabi kunstnikukuju ja looming esindasid pikka aega nõukogude ühiskonnas “põranda all” ülistatud Ameerika kultuuri. See representeeris meedia võimalust vabaneda stiilikesksest kunstidiskursusest, milles igapäevaelu oli taandatud: “Kostabis ja tema loomingus kehastubki võimas Ameerikalik ideaal, mis on selle maa tõstnud majanduslikult juhtivale kohale ... Laserpilku omades näeb Kostabi läbi inimesed ja nende kavatsused ning kontsentreerib oma elukogemuse siis maalidesse või kostabismidesse.”<sup>39</sup>

Tekstikatkend pärineb ajalehe “Kostabi” esimesest numbrist ja selle on kirja pannud Heie Treier, kes omandas Kostabi kunsti vahendaja positsiooni Eesti publikule. 1991 reisis Treier New Yorki ja tegi seal intervjuu Kostabiga ajalehele “Sirp”.<sup>40</sup> Kunstniku ise-

34 Nt. R. Sool, Kalev kodus. – Sirp 9. X 1992.

35 Autori intervjuu Raoul Kurvitziga 28. IV 2003. Märkmed autori valduses.

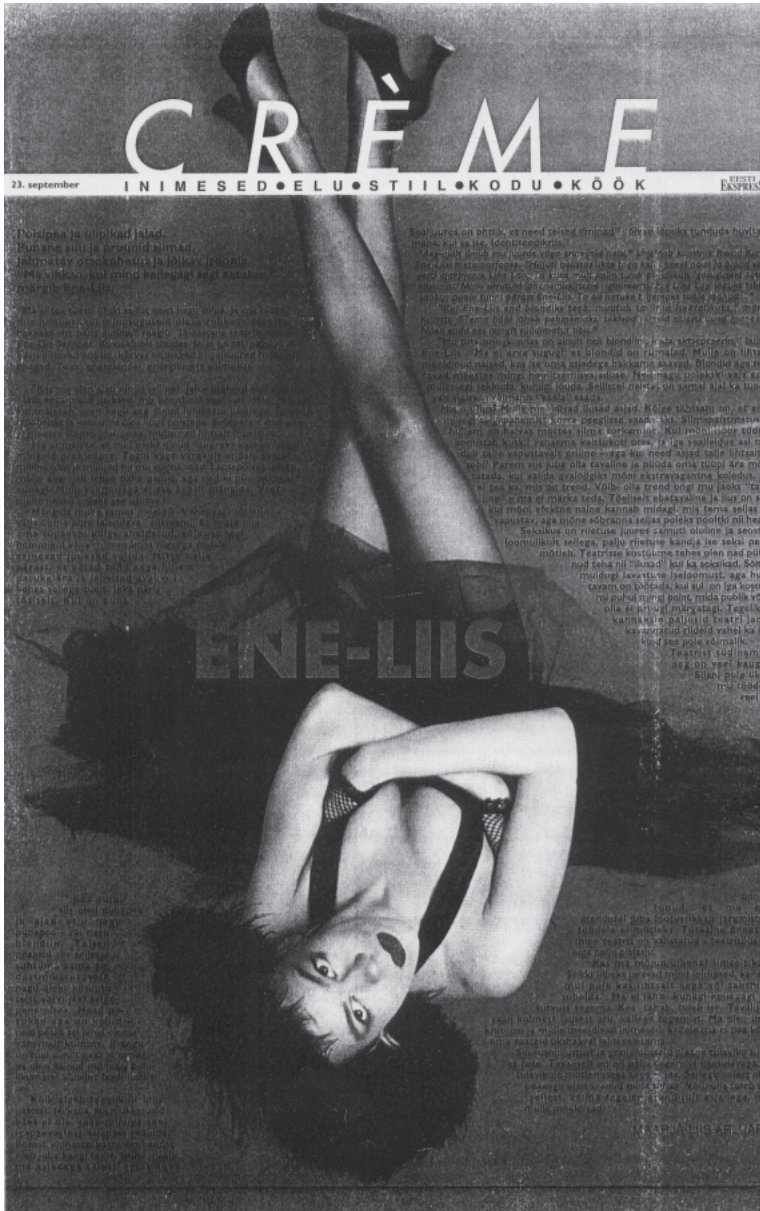
36 Vt. nt. E. Pihlak, Provintslilik eesti kunst. – Sirp ja Vasar 9. XII 1988; M. Kalm, Ma ei ole kunagi käinud New Yorgis. – Kunst 1989, nr. 2 (74), lk. 6–7.

37 E. Komissarov, Androgüünne mõistatus. – Eesti Ekspress 8. XI 1996, lk. B20; H. Liivrand, Vesi, valgus ja aeg. – Eesti Ekspress 27. III 1992, lk. 25.

38 H. Treier, Raoul Kurvitz hõbeilmutus. – Hommikuleht 30. VI 1993; A. Juske, Kurvitz ja *Zeitgeist*. – Vikerkaar 1992, nr. 5, lk. 34–35. Juske identifitseerib *Zeitgeist*’i rahvusvahelise fenomenina või “millegina õhus”, mis eelneval perioodil on kunstikriitikal jäänud kättesaamatuks.

39 H. Treier, Kommentaare Kostabi fenomenile. – Kostabi. Proovinumber 1991, nr. 1, [lk. 4].

40 H. Treier, Maailmamees Mark Kalev Kostabi – võrokene. Täiuslik maalija iial ei maali! – Sirp 1. III 1991.



1.  
 Maarja-Liis Arujärv, Ene-Liis  
 Crème. Eesti Ekspress 23. IX 1994  
 Foto Tarvo-Hanno Varres



2.  
Sümbol  
Areen. Eesti Ekspress 6. VIII 1993



3.  
Peeter Laurits, Kaks Kostabit. Kostabil pole  
Kostabiga midagi ühist (kaanelugu)  
Magneet 1993, nr. 6  
*Foto Vanity Press*



manipuleerimis-  
rahaliselt  
nia moder-  
oma kitsast

i, et kunst-  
ogemuste  
hierarhiate  
utul hulgal  
rapõlatud  
cohalt pole  
sriikas kui  
iplahvatus  
ssimeedia  
üle tege-

uju, met-  
ud ja 1990  
ig on hea  
ite aastate  
ühiskond-  
ihsamaks,  
õlpsamini

kõigil oma  
uuri. Ena-  
karikatuu-  
yman (iga-  
koos kaa-  
tmeid või  
asse kinni  
õlsuse eest  
iale. Kõu-  
puuride ja  
nud sellis-  
ue", MTV,  
e", "New  
ayboy" jt.  
ib 1989. a

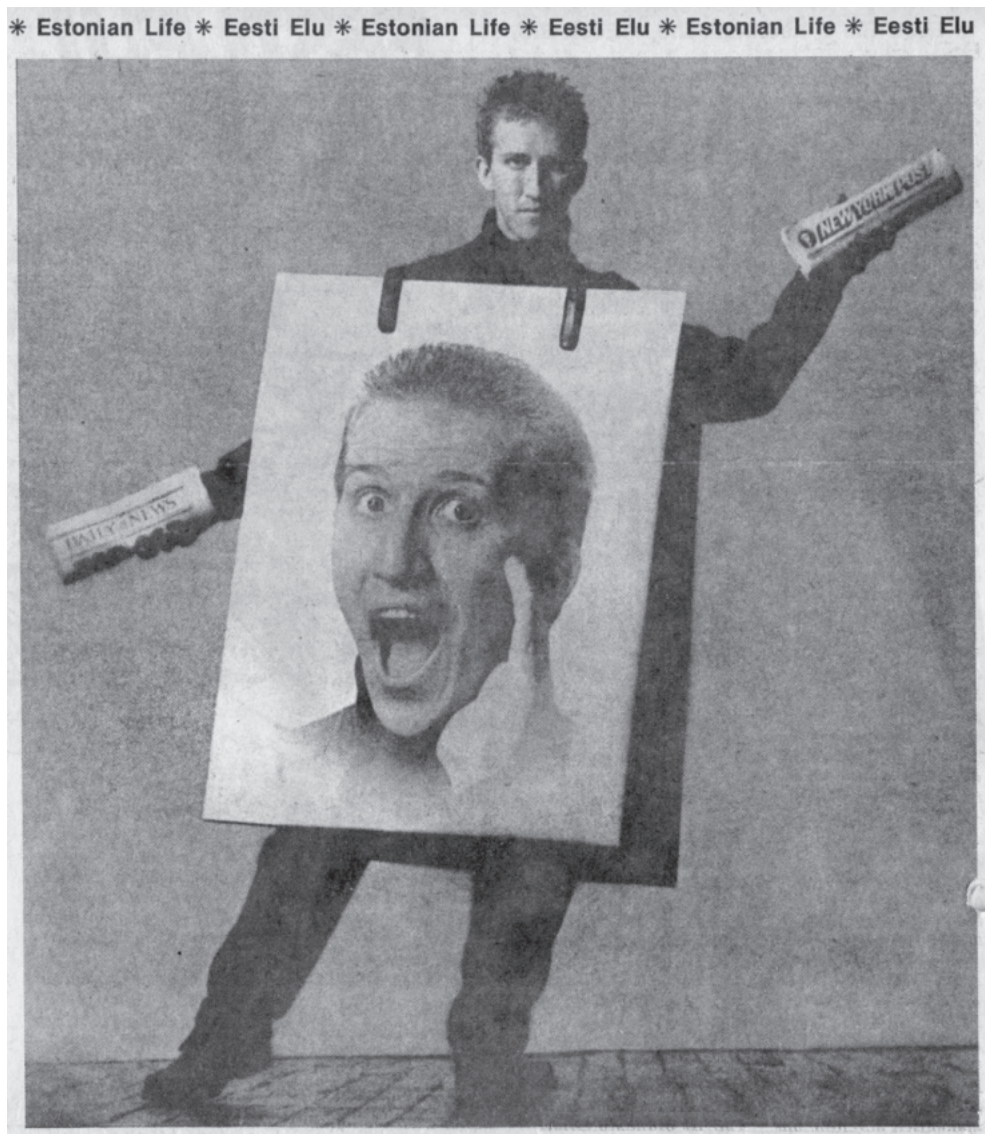
Vanity Press

13

4.  
Peeter Laurits, Kaks Kostabit. Kostabil pole  
Kostabiga midagi ühist (kaanelugu)  
Magneet 1993, nr. 6  
Foto Vanity Press



5.  
Vappu Vabar, Jutuajamine näituse "Olematu kunst"  
kuraatoriga  
Kultuurileht 9. XII 1994  
*Foto Tarvo-Hanno Varres*

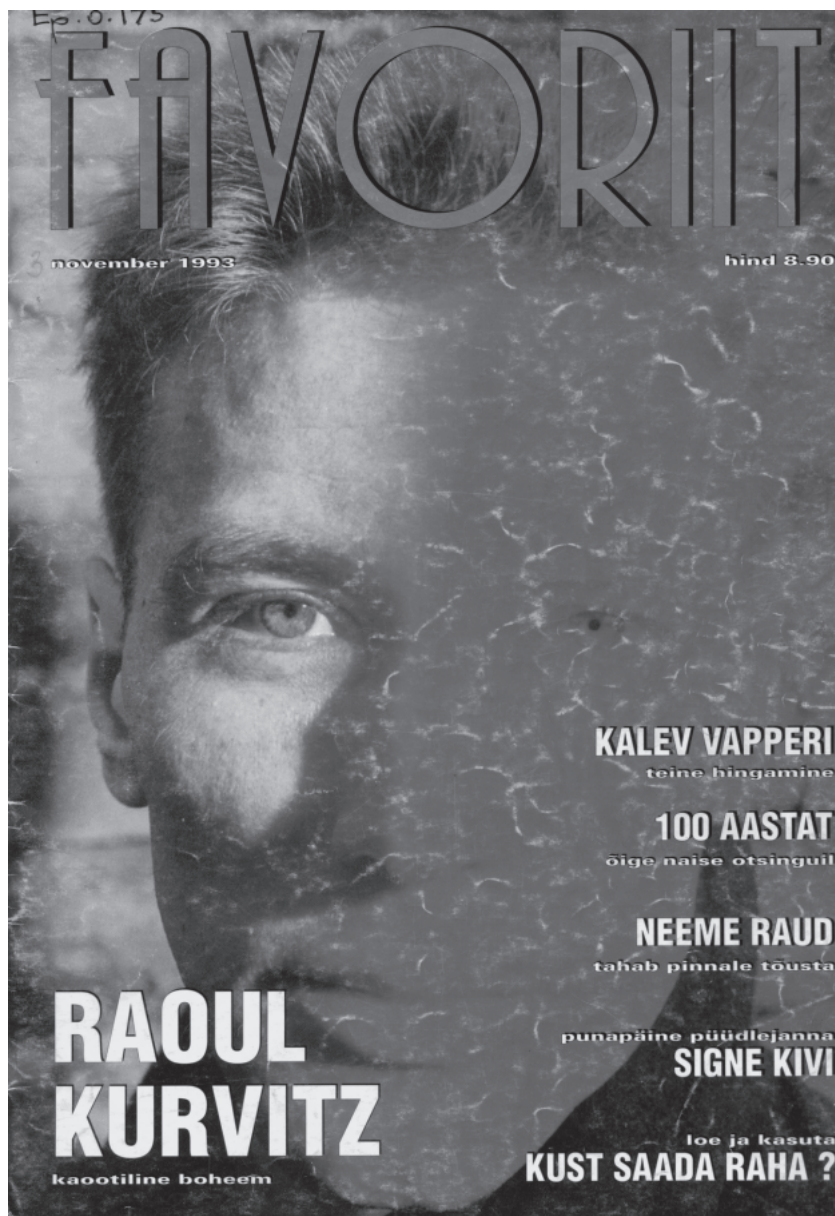


6.  
Kuidas sattuda ajalehte ehk Mark Kostabi Kümme  
reklaamikäsku  
How to Get Your Name in the Paper or Mark  
Kostabi's 10 Rules of Publicity  
Eesti Elu / Estonian Life 11. XII 1990  
*Fotograaf märkimata*



7.  
How to Get Your Name in the Paper or Mark  
Kostabi's 10 Rules of Publicity  
7 Days 11. X 1989  
*Foto William Duke*





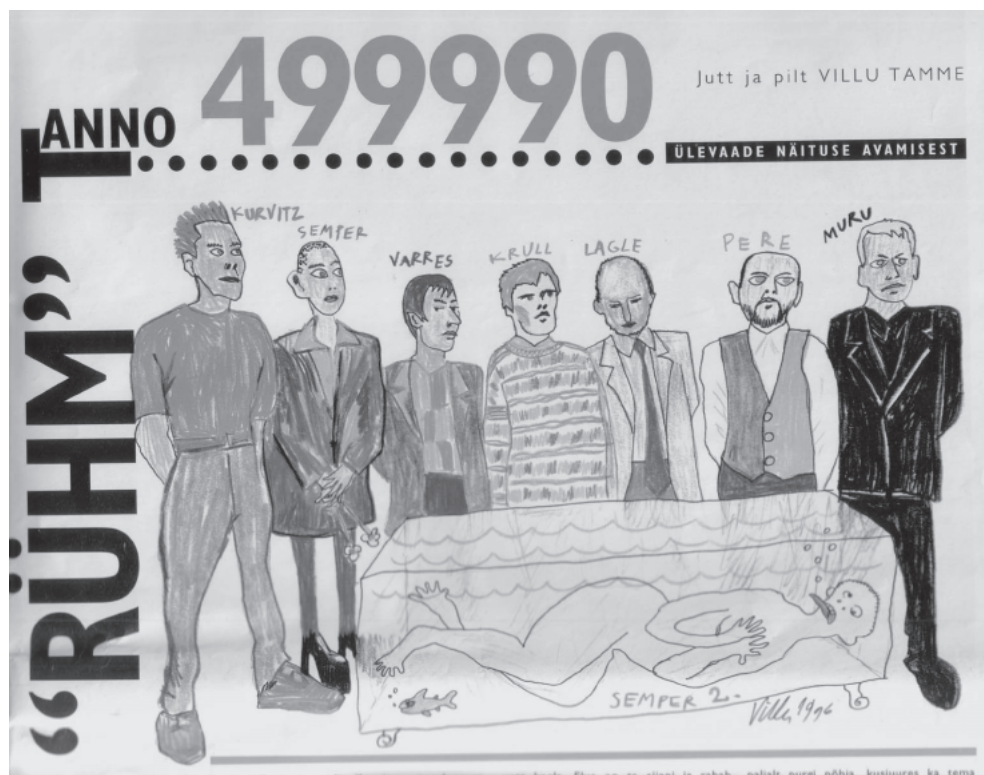
8.

Maarja-Liis Arujärv, Kaootiline boheem

Favoriit 1993, november

Fotod Peeter Laurits, Herkki-Erich Merila ja

Tarvo Hanno Varres



9.

Villu Tamme, Rühm T anno 499990

Areen. Eesti Ekspress 1. XI 1996

Illustratsioon Villu Tamme

loomustades tähendab kriitik: tema välimus ja kombed kuuluvad enam ärimehel kui kunstnikule. Kohaliku publiku ambivalentset suhtumist Kostabi kunsti ilmestas ka Treieri artikli retseptsoon. "Eesti Ekspressi" kriitik Harry Liivrand kutsus seda hiljem liigutavaks ülemlauluks Mark Kalev Kostabile.<sup>41</sup> Sellepöolest autasustas "Sirp" Treierit Ameerika kunstielust kirjutatud artikliteseeria eest aasta parima kunstikriitiku tiitliga.

Lisaks provokatiivsele käitumisele meedias avasid kunstnikud ajakirjanikele ka oma kodustuudiote (Kurvitz) ja ateljeede (Kostabi) ukсед, esitades kunsti köögipoolt ja väga isiklikke arvamusi ning tõekspidamisi ajal, mil kollane ajakirjandus ei olnud veel sündinud. Ühes intervjuus Urmas Muruga täheldab Kurvitz: "Sotsiaalses plaanis olen kindlasti konservatiiv. Mulle meeldivad head ülikonnad, kiired autod ja ilusad naised... See on taustsüsteem, milles on äärmiselt mõnus laiutada."<sup>42</sup> Kurvitz'i sõber, meediamagnaat ja ajalehe "Eesti Ekspress" omanik Hans H. Luik toetab samuti kunstniku isiku ja eraelu lahutamatus tema kunsti mõistmisest: "...Kurvitz on suutnud teha nii oma elust kui armulugudest kunsti. Nii nagu üks kontseptualismi isa kuulutas, seistes Seine'i kaldal, jõe kunstiks, on ka Kurvitz' elu "suur kunst"."<sup>43</sup>

Kostabi ateljees – "Kostabi Worldis" – tehtud fotodel esitatakse tema identiteeti kunstnikuna passiivselt aktiivsena, määndžeri rollis kunstnik ise aga leiab alati aega poseerimiseks arvukate maalijate (kunstniku mõiste – "inimpintslite") tegevuse taustal, keda kunstnik oli palganud oma töökotta kavandeid teostama. Kuulutused tööjõu leidmiseks oli Kostabi seadnud nii tähtsamatesse Ameerika päeva- ja nädalalehtedesse ("New York Times", "New Yorker") kui ka kunstiajakirjadesse. Kostabi räägib intervjuudes meeleldi oma tööde teostamise pikast ja keerulisest

protsessist: tööliste leidmisest, demokraatlikust kavandivalikust, kus otsustajaks on komitee, mille tegevuses kunstnik ise ei osale. Kunstniku stuudio on kujundatud performatiivse lavana, seintel ripuvad Kostabi remargid – meedias tuntud "kostabismide" nime all –, ühtlasi osutades ka teisele poolele kunstniku loomingust, milleks oli autobiograafia- ja kataloogide publitseerimine.

1992. aasta sügisel külastas Mark Kostabi esmakordselt Eestit seoses näituse avamisega Tartus "Sinimandria" galeriis. Artiklite hulk päeva- ja nädalalehtedes, milles jälgiti iga tema sammu, mõjub tänapäeval uskumatu ning vaevalt oleks ka Ameerika presidendi külaskäik Eestisse võinud pälvida Kostabi tulekust rohkem tähelepanu. Kunstniku Eestisse sõit ümbritseti salapäraga ning pikka aega avaldati selle kohta vaid spekulatsioonid. EK\$-i esindus oli isegi mitu korda kunstnikul lennujaamas Rolls Royce'iga vastas käinud.<sup>44</sup> Suurem osa meedias avaldatud artiklitest olid kantud rahvuslikust paa-tosest. Näitus tekitas vastuolusid ka kohalikul kunstimaastikul, kus Tartu kunstikorraldajatel õnnestus omavahel võistlevate kunstiareenidena Tallinna tärkavale galeriimajandusele sümboolselt "ära teha". Kolm kuud hiljem, kui sama näitus pandi välja pealinna tähtsas, "Vaal" galeriis, mis oli avatud vaid mõned kuud varem, jäi meedia selle vastu suhteliselt jahedaks.

Rahvusliku identiteedi ülesehitamise periood 1990. aastate alguses pani kultuurikriitikale mitmeid ootusi, mis tõid kaasa rahvusliku meelsuse domineerimise meediadiskur-

41 H. Liivrand, Ikka ilu piiril. M. K. Kostabi ja S. Isupovi Näitus "Vaal" galeriis. – Eesti Ekspress 18. XII 1992.

42 U. Muru, Kurvitz. Intervjuu Raoul Kurvitzaga. – Eesti Ekspress 6. III 1992, lk. 25.

43 M.-L. Arujärv, Kaootiline bohem, lk. 33.

44 H. Treier, Oh, Kalev! – Sirp 2. X 1992.

sustes. Idealiseeriti väliseestlasi, nende lood muudeti edulugudeks ja neid endid käsitleti rahvuskangelastena. Erinevalt Eesti kunstnikest, kellest kirjutati enamasti kultuurikülgedel, paigutati artiklid Kostabi näitustest Eesti uudiste hulka või elukülgedele, tihti ilmus lühike teade ja pilt ka ajalehtede esikaanel. Kostabi jäi rahvuslikule diskursusele vastates üllatavalt paindlikuks. Ühes EK\$-i manifesteeringus kirjutab Piret Viires: “Kostabi nimi ühendab endas maagilised polaarused: äri ja kunsti, Ameerika ja Eesti, show ja looming. Kostabi tähistab vaese kunstniku müüdi lõppemist, eneseväärtustamist. Ka luuletaja võib olla edukas ja rikas. Ja tööde tegelikku väärtust tähistab ta hind.”<sup>45</sup>

EK\$-i liikmed kasutasid meedias enesepromoks samalaadseid meetodeid: rühmituse kesksed liikmed Karl Martin Sinijärv ja Sven Kivisildnik kuulutasid ennast geeniusteks, tegid provokatiivseid avaldusi ja müstifitseerisid oma tegevust. Paari aasta vältel avaldati nädalalehte “Kostabi” (1991–1993, kokku 45 numbrit). Artiklid moodustasid kummalise segu teemadest, mis varieerusid rahvuskultuurist ja folkmuusikast subkultuuri liikumiseni muusikas ja kunstides. Ressurside puudumisel suleti ajaleht 1993. aasta suvel. Sellest hoolimata võib ajalehe sulgemist käsitleda ka üldise entusiasmi vaibumisenähtena. Skepsist staarkunstniku suhtes väljendas ka kasvavate kriitiliste nootide arv kunstikriitikas.<sup>46</sup>

Kohalikus kunstielus avaldus sama ambivalentne Ameerika unistus, mida jagasid mitu nõukogude ajal kasvanud ja õppinud kunstnike generatsiooni, ka ühel esimestest kureeritud, väljakutsuvalt pealkirjastatud näitustest 1989. aastal “Ma ei ole kunagi käinud New Yorgis” (1988). Selle pealkirja oli pakkunud välja üks näituse kuraatoritest Sirje Helme.

Mitmed Raoul Kurvitzi *performance*’ite

reproduktsoonidest avaldati ka Soome meedias. Esimene suurem eesti kunsti näitus välismaal “Struktuur ja metafüüsika” korraldati Pori Kunstimuseumis Soomes 1989. aastal (kuraatorid Marketta Seppälä, Jorma Hautala, Jaakko Lintinen ja Carolus Enckell). Näitust oli ette valmistatud kaua, see kandis ka poliitilist tähendust ja jätkas hiljem ringlemist mitmetes kunstimuseumides Läänemere regioonis. Meedia huvi selle vastu oli kõikjal suur, mitmetele eesti kunstnikele pakkus näitus võimaluse reisida esimest korda välismaale. 19 näitusele valitud eesti kunstniku seas oli ainult 3 naist. Noored kunstnikud esitasid näitustel oma *performance*-kunsti. Soome kunstiajakiri “Taide” avaldas erinumbri eesti kunstist (1984, nr. 4).

Kuid Eestis ei olnud kunstnik veel mingi tööline, kes oleks kuuletunud kuraatorite käskudele (kuraatori nimetuski ilmus eesti keelde alles 1990. aastate alguses). Kunst oli isikuvabaduse väljendus ning kunstnikud olid ülendatud staaride ja rahvuskangelaste staatusesse, kellele meedia pakkus võimaluse oma väljendusvabaduse manifesteerimiseks.

### Populaarkultuuri diskursused Eesti kriitikas

Kostabi loomingus ühinesid populaar- ja kõrgkultuur eelkõige kunstikirjutuses, Eesti meediasse jõudis see kunstniku enda sõnavara kaudu. Populaarkultuuri teoreetik John Storey on käsitletud populaarkultuuri ja kõrgkultuuri vahet just erinevate reprodutseerimisviiside kaudu. Massiliselt reprodutseeritud kommerts-kultuurile vastandab ta individuaalse loomingu akti.<sup>47</sup> Kostabi jaoks oli

45 P. Viires, Kõik on kokku “Siuru”. – Vikerkaar 1990, nr. 5, lk. 48.

46 H. Treier, Kostabi pakub kostabimaaniaga üle.

47 J. Storey, An Introduction to Cultural Theory and Popular Culture. New York, London: Harvester Wheatsheaf, 1993, lk. 8.

kunsti massiproductseerimine ja -tarbimine tema kunsti vahendiks ja objektiks, mille abil ta püüdis välja murda kunstiinstitutsioonide piiratud ringist. Kunstnik osales näiteks Levi'se teksafirma telereklaamides, kavandas Guns N'Roses albumi "Use Your Illusion" (1991) kaanepildi, maalis seeria portreid Hollywoodi superstaaridest, mida hiljem reproductseeriti portreedena ajakirjanduses või mis torkasid silma avalike institutsioonide interjöörivaadetes. Eesti meedia kontekstis seadis Kostabi töökojas productseeritud maalikunst küsimuse alla senini kunstis kehtinud esteetilised väärtushinnangud. Samuti tõstasid fotod kunstniku kasutatud abitoõjõust küsimuse kunstniku vabadusest: kunst ei olnud enam vaba ega autonoomne loova töö vorm, vaid rutiinne palgatöö. Siingi leiti abi võrdlustest Hollandi barokkmeistrite töökodades kasutatud meetoditega ning kunstiajaloo traditsioonile viitas Kostabi ka intervjuudes, et oma meetodit legitimeerida. Stiilikeskse kunstikriitika sõnavara ei sobinud Kostabi loomingu käsitlemiseks.

"Rühm T" kunstipraktikad olid 1980. aastate lõpus ennetanud mitmeid muutusi kunstikriitika keelekasutuses. Kuni 1990. aastate alguseni olid Lääne kultuuriteoreetikute käsitlused olnud raskesti kättesaadavad. Tegevuskunst oli erutav ja enneolematu kunstiliik. *Performance* kujunes oluliseks katalüsaatoriks subjektiivsema ja reflektiivsema kirjutusviisi ilmumisel kriitikasse ja teistesse massimeedia diskursustesse, sest selle käsitllemisel ilmnes selgemini kunsti lahutamatu seos aja ja ruumiga. 1990. aastate alguse revolutsiooniliste sündmuste kontekstis "Rühm T" tegevuskunsti käsitlused meedias praktiliselt puudusid.

Uutes kunstipraktikates omandas olulise positsiooni kommunikatsioon. 1980. aastate keskpaigani oli vaataja rolli tähenduste loojana peetud Eesti tegevuskunsti lühikeses

ajaloos teisejärguliseks. *Happening*'ide korraldajad 1960. aastate lõpus isegi hoidusid publikust. Noortel kunstnikel võimaldas *performance non-profit* kunstivormina vastanduda kunstimaailma traditsioonilistele hierarhiatele. Raoul Kurvitz alustas *performance*'ite korraldamist "Rühm T" koosseisus kollektiivi esimeste näituste avamisel 1986. ja 1987. aastal. Sellest hoolimata keskendus kunstikriitika näituste käsitlemisel maalidele ja näitusekujundusele. Küsimus kas ja kuidas kirjutada seejuures publiku ja kunstnike vahelisest kommunikatsioonist jäi vaieldavaks – korraga olid pädevad kunstist kirjutama ka igasuguse kunstihariduseta kultuuritegijad, mis tekitas kriitikute hulgas rahulolematust, kuid seadis erialasele kriitikale ka suurema vastutuse. Veel 1990. aastate keskel püstitas Ants Juske küsimuse "Kuidas kritiseerida *performance*'it?"<sup>48</sup> ning vaagis erinevaid võimalusi teemale lähenemiseks. Kriitik pseudonüümiga Marguerite rõhutas publiku uut rolli "Rühm T" *performance*'itest kõneldes: "Lõhutud on teatri "neljas sein", millega riigiteater on end nii hästi publikust eraldanud, kuid samas ei suru ta oma ideid vaatajale peale, pigem sisendatakse neid introvertse sugestiivsusega. Mängureeglid on demokraatlikud: vaataja võib vabalt tulla ja minna, istuda, seista, fotografeerida, suudelda, lapsi kaasa võtta."<sup>49</sup>

Ka avangardi mõiste ja diskursused jäid kriitikas püsima, seda peegeldab näiteks teiste kunstnike võtete laenamise avalik halvaksapanu. 1980. aastate lõpu suhe massikultuuri Eesti meedias oli mitmene: kriitika identifitseeris seda eelkõige Ameerika-keskse kultuurinähtusena, mille ekspansioonis kohali-

48 A. Juske, Kuidas kritiseerida *performance*'it? – Postimees 10. X 1995.

49 Teatrikriitik Marguerite, Teatrirevolutsioon Kunstihoones. – Eesti Ekspress 15. III 1991, lk. 22.

kule kultuurimaastikule tuli ettevaatlikuks jääda. 1980. aastatel võeti kultuurikriitikas üle Clement Greenbergi kitsi mõiste, mida Greenberg identifitseeris oma essees “Avangard ja kits” (1939) massikultuuri fenomenina, võrdsustades selle passiivse tarbimise ja kerge meelelahutusega, kuid kasutades seda ka totalitaarsete ühiskondade kunsti isoleerimiseks. Avangardi eesmärki käsitles Greenberg maailmaparanduslikuna: päästa see kergest meelelahutusest ja passiivsest tarimisest ning võimaldada kultuuril edeneda. Kits vastandus tema arvates kriitilisele ja reflektiivsele kõrgkultuurile, mis põhines originaalsusel.<sup>50</sup> Kostabi jaoks ei olnud maalikunsti passiivses tarbimises midagi halba ning kitsi mõistet kasutati eesti kriitikas 1990. aastate algul ka Mark Kostabi töödest kõneldes. Heie Treier peegeldas Kostabi kunsti vastuvõttu kohaliku kunstipubliku poolt: “Tartu (enamasti vanema põlve) kunstnik- ja kriitikkonda näis häirivat Kostabi loome meetodi kahtlane sarnasus 1950-ndate aastate nõukogude kunsti meetodiga (kollektiivne maalimine, ettekirjutused jne.). Seevastu Tallinna nn. avangardistide põlvkonna kunstnik- ja kriitikkonda näis häirivat sellise loome meetodi sarnasus Andy Warholi meetodiga (kunstniku ateljee kui vabrik, “Factory”). Enim elevust tekitas Kostabi näitus nähtavasti nooremas publikus ja põlvkonnakaaslastes, kellel puudub nii 1950-ndate stalinismi kui 1960-ndate popkunsti kogemus ja kes on seetõttu vabad eelarvamustest.”<sup>51</sup>

Ameerika meediadiskursustes oli Kostabi teeninud nime “Andy koolkonna kasvandik”,<sup>52</sup> Eestis võrreldi tema töömeetodit sotsialismiga ning originaalsuse ja uudsuse diskursusi tema kunstist kõnelemisel enamasti välditi. Kuigi kunstnikke ülendati popstaarideks, ei kadunud kunsti klassifitseerimine endiste mõõdupuude järgi: kriitika keelekasutus paljastab uute loominguprintsiipide

otsinguid, samuti kõneldakse jalgratta leiutamisest ja *chef-d’oeuvre*’itest. Formalistlikud ja originaalsusel põhinevad uskumused jäid kriitikas püsima. Harry Liivrand esitas ometi küsimuse, kas Kostabi kunst klassifitseerub üldse kunstina, leides, et formaalselt on Kostabi loomingul küll kõik kunsti tunnused, ent sellegipoolest jääb see eurooplase maitsele kuidagi tehniliselt kaugeks kunsti anomaaliaks.<sup>53</sup> 1990. aastate lõpuks avangardi diskursus taandus, selle asemele ilmusid trendide ja voolude loomise/loojate diskursused. “Rühm T” positsiooni nägid selles kesksena mitmed kriitikud: “...eesti kõrgkunst oli suletult elitaarne. Rühm T esindab uut lainet, kus panus tehakse üldmõistetavatele kategooriatele, seega väljutakse suletud elitarismist.”<sup>54</sup>

1990. aastate alguses tajusid paljud kunstnikud uue publiku leidmise tähtsust ja püüdsid leida uusi viise publikuni jõudmisel. Kunstnikuks olemise eelduseks ei olnud kõrgharidust tõendav diplom, vaid kunstiinstituutsioonide tunnustus ja kunstiteoste müümine, mille olulise osa moodustas meedia tunnustus. Raoul Kurvitzki juhitud telesarjas “Elustiilid” (1993–1995) tutvustas kunstnik uusi subkultuurilisi liikumisi, mida püüti esitada nende järgijate kaudu Eestis: teemasaated olid pühendatud nähtustele nagu *techno*, *camp*, feminism, romantism, intellektuaalid ja hippiliikumine, mis kuni 1990. aastate alguseni toimisid kultuurilise vastupanu väljenduste-

50 C. Greenberg, Avant-garde and Kitsch. – Pollock and After: The Critical Debate. Ed. F. Francina. London, New York: Routledge, 2000, lk. 48–60.

51 H. Treier, Kostabi esimest korda Eestis. – Kunst 1993, nr. 1, lk. 53.

52 Nt. J. Diamond, Mark Kostabi; J. Taylor, What’s it all about, Mark? – Smart 1989, nr. 11–12.

53 H. Liivrand, Ikka ilu piiril. M. K. Kostabi ja S. Isupovi Näitus “Vaal” galeriis.

54 H. Treier, Kunstnik: narr ja nomaad. – Kunst 1992, nr. 1, lk. 4–5.

na.<sup>55</sup> Saatesari koosnes peamiselt intervjuudest kunstniku meessoost põlvkonna kaastegaga. Kunstnike meediaaaksioone tunnistas kunstina ka kohalik kunstimaailm: lisaks publiku rünnakule meedia kaudu<sup>56</sup> televisioonis esitati saatesarja “Elustiilid” ka ka muuseumiruumides, 1994. aastal Eha Komissarovi kureeritud näitusel “Võnge”, Adamson-Ericu muuseumis.

### Võimu ja raha diskursused kriitikas

Kuigi paljudes selle ajajärgu kunstikriitika tekstides domineerib Kurvitz ja Kostabi kunstist kirjutamisel veel stiilianalüüs, siis muutis ühelt poolt vajadus olla lugejale mõistetav, teisalt ajakirjanike informatiivsed artiklid ja kunstnike endi kirjutised uutes meediaväljaannetes ka kunstikriitika keelt. Kunsti ilmusid terminid ärist ja poliitikast. Kunstikriitika muutus lühemaks, sõnavara lihtsus, pealkirjad muutusid lõõvateks: näituse pealkirjad asendati väljakutsetega lugejale (nt. “Kunstnik-militarist Raoul Kurvitz”, “Performance – praktika surm”, “Oh, Kalev!”, “Maailmamees-võrokene Mark Kalev Kostabi”). Tänu üha laienevale kollasele meediale muutusid kunstnike isikud lahutamatuks osaks nende teostest ja kunstipraktikatest, mis soodustas subjektikeskset lähenemist kunstis, kuid takistas ka uue sotsiaalsema kunstikäsitlemise tulekut Eesti meedias.

1980. aastate Ameerika kunstnikuna oli Kostabi meediapõlvkonna “loomulik” kasvandik: kunst oli osa kunstiturust, informatsioon ja teadmised kultuurist (aga ka stereotüübid) ringlesid teleseriaalides, muusika- ja reklaamitööstuses. Erinevat populaarkultuuri kogemust peegeldavad nii Ameerika kunstikriitika käsitlusviisi kui ka sõnavara. 1990. aastate alguses hakkas Eesti kultuur alles kohanema liberaalse majandussüsteemiga ning kapitalistliku ühiskonna toimemehhanismi-

dega. Kuigi sellele vastava meediasüsteemi ülesehitamine oli alanud juba eelneval kümnendil, toimusid Eestis tärnanud kunsti- ja populaarkultuuri turud endiselt vanade institutsioonide võrgustikes, mis taastootsid nõukogudeaegset “kõrgkultuuri” mudelit. Olu korras, kus varasem Kunstnike Liidu toetuste süsteem lagunes, kujunes Kostabi sõnumiks õpetada kunstituru toimimist kapitalistlikus ühiskonnakorralduses Ameerika populaarkultuuri kogemuse kaudu.

Ameerika meedias märgiti tihti Kostabi maalide hindu. 1992. aastal maksid Kostabi Eesti külastuse lennupiletid ja viibimise kinni Eesti ettevõtte “Continental” ja “Metropol”, kuludeks oli üle 150 000 dollari. Näitusel “Sinimandria” galeriis küsiti külastajatelt 7 krooni, mis oli Eestis enneolematu ning küllavas külastajate hulgas rahulolematust. Ajakirjanikud käsitasid seda ameerikaliku fenomenina, meedias levis kuuldus, et kunstnik küsib isegi intervjuu andmise eest sadu dollareid.<sup>57</sup> Raha ja tarbimisega seotud küsimused ning kunsti hind ilmusid seoses Kostabi kunstiga sagedamini kunstikriitikasse, ambivalentne suhtumine sellesse jäi kriitikas siiski alles. Kõrgkultuuri tegija staatuse tagas kunstnikule kriitikas eelkõige esinemine tunnustatud galeriides ja muuseumides. Kui 1996 korraldas Kurvitz näituse “Aqua” Tartus, FEB potipoes, siis enamik kriitiku otsustas sellest vaikida, need, kes kirjutasid, süüdistasid teda kommertsis ja väljendasid oma skeptilist suhtumist.<sup>58</sup>

<sup>55</sup> Elustiilid I–VII. R. Kurvitz, M. Mälk (toim.). Eesti Televisioon, 1993–1996.

<sup>56</sup> K. R. Sitz, Meedia: postapokalüptiline kunst. – Pühapäevaleht 28. V 1994.

<sup>57</sup> K. Kesküla, Kostabi ilmumine rahvale. Tartu linnas 19. septembril 1992. Ma olin reagani raha-ahnuse paroodia. – Eesti Ekspress 25. IX 1992.

<sup>58</sup> E. Talvistu, Vetemängud Kurvitzaga potipoes. – Eesti Päevaleht 4. XII 1996.

Mitmetes Eesti meedias avaldatud intervjuudes oli Kostabi esitanud oma kunstnikukarjääri rutiinse kellast kellani tööna, sellest lähtus ka kunstniku keelekasutus – näiteks kunstiteos kui toode ja kunstnik kui tootja. Eesti kontekstis töötas see kunsti demüstifitseerivana. Kuigi mitmed artiklid märgivad tema katkestatud kunstiõpinguid California Fullertoni ülikooli kunstikolledžis ja uljast New Yorki kolimist, mainitakse harva tema marketingialast täiendharidust, mille Kostabi läbis pärast kunstikoolist lahkumist ja kust pärines ka suurem osa kunstniku sõnavarast.

Eestis viibimise ajal hindas Kostabi lisaks näituste korraldamisele kõrgelt koostööd mitmesuguste teiste institutsioonidega väljaspool kunstielu. Näiteks 1995. aasta suvel kanti Kostabi teoseid ette Eesti Kontserdi esindussaalis, kõrge rahvusliku mainega Estonia teatrimajas. See asjaolu on tähelepanuväärne, sest kunstnik oli heliloojana debüteerinud kõigest pool aastat varem, andes kontserdi New Yorgi Eesti Majas 1994. aasta lõpul.<sup>59</sup> 1995. aastal tegi Kostabi avaliku pöördumise, milles teatas saja töö kinkimisest Eesti riigile, mis pidid paigutuma tema tulevaste majamuuseumi Ammende juugendstiilis villas Pärnus.<sup>60</sup> Tollane Eesti kultuuriminister Jaak Allik tänas kunstnikku helde kingituse eest ja avaldas toetust muuseumi rajamise ideele. Nii mõtte ise kui ka kingitused vajusid aga peagi unustusse seoses Pärnu linnavalitsuse otsusega mitte loobuda ehitisest ilma selle pealt kasu saamata. Otsekui kinnitusena sellele, et ideed kultuuris ringlevad diskursustena, rajas filmitegija Mark Soosaar järgmisel aastal Pärnusse Kaasaegse Kunsti Muuseumi.

## Kokkuvõtteks

Kui veel 1980. aastate keskepaigani oli kunsti käsitlemisel meedias valitsenud kunstikriitikute monopol, siis massimeedia tulek muu-

tis kunsti hindamise varasemast demokraatlikumaks. Kriitikute ring laienes ning kunstikriitika omandas 1990. aastate alguse ühiskonnas uued funktsioonid ning seetõttu langes kriitikale senisest kaalukam vastutus nii suhetes meedia kui ka tärkava kunstituruga. Kunst tungis välja kultuurikülgedelt, sattudes üha tihedamini ajalehtede ja ajakirjade esikaantele, valitud kunstnikest said kaane- poisid, kelle isiklikku elu lahati “elukülgedel” ja meelelahutuse rubriigis. Et kunstikriitika pidi selgitama kunstnike positsiooni, tekkis vajadus kõnetada teisi kunstist kirjutamise diskursusi. Kunstnike meediakangelasteks kirjutamine ja võitjate põlvkonna kontseptsioon on seotud ühe põlvkonna enese kirjeldamisega ning toimis sõpruskonna alusel. Varakapitalistlikus meedias kujunenud võrgustikud ning staaridena esitatud kultuuritegijad on jäänud Eesti kultuuris domineerima terveks järgnevakts kümnendiks. Üleminekuks autorikeskselt kunstikäsitluselt sotsiaalse kontekstiga arvestavale kriitikale kulus sama palju.

<sup>59</sup> R. Rannap, Kostabi ehitab teist maailma. – Eesti Päevaleht 5. VI 1995.

<sup>60</sup> K. Kender, Mark Kalev Kostabi kingib Eestile oma teoseid. – Eesti Päevaleht 7. VI 1994.



## Male Artists' Self-Image as Winners in the 1990s Estonian Media

Margaret Tali

Summary

**Abstract:** This article analyses the image of male artists in the discourse of Estonian media, and how the media representations of the artist changed from the Soviet era until the mid-1990s. The object of the analysis is the material published in Estonian papers and magazines between 1986 and 1996 about Raoul Kurvitz (b. 1961) and Mark Kostabi (b. 1961). Relying on various theoreticians of visual culture (Griselda Pollock, Hal Foster, Clement Greenberg and Leena-Maija Rossi), the author examines the values connected with the myth of the male artist in the Estonian art landscape that dominated in media texts and pictures.

**Keywords:** male artists, identity of artist, media imagery, winner's generation

After the restoration of Estonian independence in 1991, the number of Estonian media publications tripled. Establishing numerous magazines and newspapers correlated with the emergence of the neo-liberalist art market that was centred around Tallinn and Tartu, where most of the media publishing houses and editor's offices were located. The new situation in the media market, in which magazines were easy to establish, provided artists with unprecedented opportunities. Expectations about creativity ran high in society and diverse forms of visual culture were born in the media sphere.

In the early 1990s, the booming market of galleries and the coming of advertising, as well as the changing institutional infrastructure for art, notably altered the roles and

functions of creators in society. My study focused on the Estonian media discourses of two male artists, Raoul Kurvitz (b. 1961) and Mark Kostabi (b. 1960). Although their backgrounds were quite different, both of them are a part of the last generation of artists in Estonia to be notably dominated by male artists. Both emerged on the art scene in the mid-1980s. Whereas Kurvitz was educated in the local art system, Kostabi, based in New York, came from a family of Estonian war emigrants in the United States; in Estonia he became known when he organised his first exhibitions on the local art scene in the early 1990s, after already having acquired a scandalous reputation in the American media.

During the Soviet period, there was little art criticism published in the media. In the 1970s and 1980s, the cultural weekly 'Sirp ja Vasar' (established in 1940) held a clearly dominant position in producing cultural criticism. Criticism centred on analysing the stylistic pictorial features and artists' personalities had little importance. Art critics were mainly educated as art historians, and criticism was dominated by female writers. In the early 1990s, permanent cultural pages appeared in many newspapers. The earlier discourses of art criticism were contested, especially in the first Estonian private newspaper 'Eesti Ekspress', which was launched in 1989.<sup>1</sup> The broadening field of critics also shifted the language and methods of evaluating art.

In the general atmosphere of nation building in the young state, there were many expectations for young artists. The discourses of being a hero and winning quickly appeared in the media discourses of journalists and art critics in the second half of the 1980s. The

<sup>1</sup> Of an eight-page issue, two pages remained, throughout the first years (1989–1990), the regular cultural pages of the newspaper.

young generation of artists, born in the early 1960s, legitimised several new art practices on the Estonian art scene: along with performance art, installation, video art, video installations and media activism were introduced. Nationalist attitudes also turned the discourses of criticism in a much more subject-centred direction, and this was reflected in the emphasis on subject position in critical writing.

Both Kostabi and Kurvitz understood the meaning of publicity and tried to generate publicity outside the traditional circles of museums, and even outside art galleries. The theatrical self-images of Kostabi and Kurvitz exhibited in their media performances came to constitute an inherent part of their artistic identities. Art criticism reproduced the imagery of both artists as 'winners'. In the 1990s, which were labelled as 'nosy' later, on the local art scene, the success of the whole generation of artists was due to their projecting new identities in society. Kostabi preached a healthy, no-alcohol and no-drugs life-style in several interviews conducted by Estonian journalists. The interest in personal spheres in the early 1990s media is related to the new focus in society: numerous personal stories provided a means of entering into the private and previously unknown spheres of artists' personal lives. The media heroes, however, were, for the most part, young men, ethnic Estonians willing to play with their gender images. In art criticism, the same generation of artists have become known as the first media art generation.

In the early 1990s, the language of art criticism simplified, with the headings of articles becoming more appealing and provocative, particularly in the writings of the younger generation of critics. Art appeared more often on the front pages of magazines, and artists became 'cover boys', whose personal

lives were discussed in the 'life-pages' and in entertainment pages. The art practices of Kurvitz and Kostabi were important indicators in the critical way of perceiving art, accentuating the institutional framework and reception of art in the discourses of Estonian art criticism.

Along with the changes in Estonian media, the former literary culture became much more visual than earlier. During the 1990s, several young artists entered the process of publishing, as photographers, graphic and web designers or freelance contributors. The same generation, which has become known as 'the winners', dominated media and art criticism. Sharing the same cultural values, artists were offered opportunities for courageous self-promotion in the media – mythologies and stereotypes acquired new meanings. The mythologies and stories told by the artists became the basis for writing about these artists and also shaped the discourses of criticism. The role of criticism in society changed, as it became an inherent part of the networks of the art scene: the curators, gallery market and museums. Critics described art practices, as well as informing the audience. In the early 1990s, a subjective and 'yellow-journalism' way of writing about art was introduced in the discourses of new, privately run media publications. Performance-art was an indicator of art criticism turning into self-reflective writing, as the relation to space and time became more apparent in conceptualising performance art. The issues of power and money were questioned more often in relation to cultural practices. The media created new networks of people and the discourses of artists' on their art entered the public discourse through the mass media.

The discourses of *yuppies* and superstars in criticism turned artists into media heroes. Kostabi and Kurvitz both experimented with

---

their identities in creating their media images. Having abandoned the traditional masculine identity, they introduced a range of new urban identities, which led to the media using terms such as *yuppie*, *enfant terrible*, *rock-star*, *bohemian*, and *fashion-guru*. Contributors to the media in the 1990s were predominantly male, although women were more productive as critics. The photographing for the media market was exclusively reserved for male photographers – there were no female photographers working for the media. The practices of women artists also remained marginalised.

Although various Western art theorists have often seen the 1980s as the end of subjectivism and narcissism in art, in early 1990s Estonian art, media-conscious narcissism emerged fully. During the Soviet period, the mythological narratives of artists' lives had spread in folklore and other forms of popular culture. However, in the rising media scene, they were discussed in the web of different media publications. These representations of artists in the media were related to the self-description of one generation, whose stars dominated the local cultural scene during the following decade.

*Translated by Margaret Tali*  
*Proof-read by Richard Adang*