

Ajastu klaasis: „Tarbeklaas” ja Soome klaasidisain

TRIIN JERLEI

Selle artikli eesmärk on analüüsida tehase „Tarbeklaas” toodangut ja arutleda, mil määral olid Eesti ja Soome klaasitööstused omavahel Teise maailmasõja järgsel perioodil seotud. Kuigi taustsüsteemid olid erinevad, võib leida paralleele disaini loomise poliitilistes eesmärkides, nagu ka kujundustes endis ja klaasidisaini retseptioonis. Sihiks on analüüsida, miks tekkisid erinevates ühiskondades sarnasused disainidiskussustes, millised olid sarnasused ja erinevused reaalsuses, ning võrrelda objekte kui sotsiaalsete ja poliitiliste protsesside tagajärgi. Artikkel püüab vältida nii ranget vastandamist kui ka samastamist, kasutades meetodina pigem fakte ja teooriate kõrvutamist. Allikatena on kasutatud nii avaldatud artikleid kui ka raamatuid, eelkõige soome ja eesti autoritelt. Samuti on kasutatud Tallinna Ülikooli raamatukogu ning Eesti Tarbekunsti- ja Disainimuuseumi arhiive. Artikkel põhineb 2010. aastal Brightonis ülikoolis valminud magistritööl.

Nagu iga eluvaldkond, oli ka masstootmine Nõukogude Eestis rangelt reglementeeritud. Iga uus kavand, mis oli tehase juhtkonna heakskiidu saanud, läks seejärel arutelu alla vabariiklikus tööstuskunsti nõukogus, mis moodustati 1966. aastal. Esitluse jaoks valmistati puitvormi puhumise teel klaasist näidis. Metallvormid valmistati alles seejärel, kui kunstinõukogu oli toote tootmisse vastu võtnud ning proportsioonid olid lõplikult paika pandud.¹ Kunstinõukogusse kuulusid spetsialistid, kunstnikud ning kaubandusorganisatsioonide esindajad, koosolekud toimusid harilikult kord kuus.² Igal aastal läks tootmisse umbkaudu kolmkümmend uut eset.³ Samal ajal ei saa partei ja riigikorra rolli ka ületähtsustada: masstootmine sõltub alati majandusest, poliitikast ja nende kaudu riigikorrast. Külma sõja perioodil võis küll valitseda vastasseis, ent kumbki nii-öelda vastanduv leer polnud oma olemuselt homogeenne. Sotsialistliku bloki siseselt olid erinevused regiooniti märgatavad, nii ka lääneriikides. Viidates Tony Fryle: demokraatia pole ühtne poliitiline ideoloogia.⁴ Nii polnud ka vastandumine täielik ja sõltus eelkõige konkreetsest kohast ajas ja ruumis. Kultuur ja ühiskond on

1 A.-M. Laev, Klaasi ajaloost ja klaasikunstnikest. – Kohalik Tööstus: informatsiooniseeria 1974, nr 11, lk 14.

2 E. Tartlan, L. Konts, ENSV Kohaliku Tööstuse Ministeeriumi kunstinõukogu ja ettevõtete kunstnike tööst. – Kohalik Tööstus: informatsiooniseeria 1975, nr 3, lk 23.

3 H. Kõrge, Uut 1969. a tehase „Tarbeklaas”. – Kohalik Tööstus: informatsiooniseeria 1969, nr 4, lk 16.

4 T. Fry, Design as Politics. Oxford: Berg, 2011, lk 33.

oma olemuselt kompleksed struktuurid. Homi K. Bhabha on kirjutanud, et kultuurid pole kunagi iseeneses ühtsed ega lihtsalt dualistlikud oma suhtes Iseenda ja Teise vahel.⁵ Nii ei saa ka Nõukogude Eestit vaadelda lääneriikide suhtes lihtsalt vastanduva homogeense blokina, vaid pigem vastanduste, sarnasuste ja paralleelide kogumina. Tööstuslik toodang peegeldab ühiskonda, kust ta pärineb, nii on see keerukas suhe vaadeldav ka „Tarbeklaasi” esemetes.

Klaas kui materjal

Klaas oli modernistlikul perioodil väga populaarne materjal. Jean Baudrillard'i väitel on klaas kõige modernsem materjal, kuna see vastab modernistliku inimese kujutlusele tulevikust: *läbipaistev*.⁶ Lisaks läbipaistvusele on klaas täiesti eluta ja ajata materjal, sest aeg ei jäta talle vähimatki märki nagu puidule või metallile. Selle läbi distantseerib klaasobjekt end minevikust ja selle koormast nagu kogu modernism, eksisteerides ainult käesolevas hetkes ning tulevikus, mitte minevikus. Klaasobjekt ei sõltu keskkonnast, miski ei mõjuta teda ja tema ei mõjuta midagi (puht füüsikaliselt pole Baudrillard'il loomulikult päris õigus, sest ka klaas allub keskkonnamõjutustele, kuigi vähem kui paljud teised materjalid). Pigem on tegu materjali *märgi* kui füüsilise materjaliga, mis tähistab eksistentsi, ent ei eksisteeri tegelikkuses. Sellega on selgitatav, miks sai klaas palju populaarsemaks kui näiteks portselan või savi, mis mõlemad lasevad end ajast ja ümbrusest mõjutada, kandes seega alati mineviku jälge. Samuti on klaas hõlpsamini puhastatav ja hügieenilisem. Klaasi kohta eelpool mainitu kehtib ka ühe täiesti nüüdisaegse materjali, plastiku kohta, mille kõrghetk oli samuti modernismiajastul, ent mille sümbolistaatus siiski suuresti erines klaasi omast. Põhjus oli, et kõige selle juures vajas modernne inimene siiski mõttelist sidet minevikuga. Siinkohal tuleks eristada kaht eraldiseisvat mõistet, *klaas* ja *klaasobjekt*. Kahekümnendal sajandil loodud klaasobjekt on modernne ese, millel pole minevikku, ta on kaasaja kehastus. Klaas seevastu on materjal, mille tekkelugu kirjeldab juba Plinius Vanem ja mille näiteid leiab igast ajastust ja kultuurist, alates Mesopotaamiast 3. aastatuhandel eKr. Seeläbi on klaas skisofreeniliselt lõhestunud: ühelt poolt täiuslik modernismi kehastus, teisalt antiigi reinkarnatsioon.

Klaasi tootmisel olid Eesti aladel pikaajalised traditsioonid. Esimesed kohapeal toodetud klaasesemed, peamiselt joogiklaasid, pudelid ja laboratooriumiklaasid, pärinevad 17. sajandist. Ulatuslikum klaasitootmine Eesti aladel algas 18. sajandil. Esimene teadaolev klaasimanufaktuur töötas Hiiumaal Hüti küla lähedal aastatel 1628–1664. Vabriku oli rajanud rootsi aadlik Jakob De la Gardie ja seal toodetud aknaklaasi ja klaasnõusid eksporditi peamiselt Rootsi ja Venemaale.⁷ Esimese suurema klaasiettevõtte rajas Eesti aladele aastal 1792 Carl Philip Amelung: esimese vabriku Rõikasse Põltsamaa jõe äärde, kaks aastat hiljem teise Meleskisse. Meleski vabrik töötas lakkamatult

5 H. K. Bhabha, *The Location of Culture*. London: Routledge, 1994, lk 35.

6 J. Baudrillard, *The System of Objects*. London, New York: Verso, 2005, lk 41.

7 M. Roosma, Hüti klaasikoda Hiiumaal. Jooni klaasimanufaktuuri tegevusest Eestis XVII sajandil. Tallinn: Kunst, 1966, lk 11.

aastani 1914, kui tootmine seiskus tooraine puudumise tõttu kuueks aastaks.⁸ 1920. aastate algul renditi Meleski vabrik Johannes Lorupile, kellel õnnestus tehas majanduslikest raskustest päästa. 1934. aastal ehitas Lorup Tallinna Kopli poolsaarele uue tehasehoone. 1934. aasta lõpuks suutis Lorupi klaasivabrik juba varustada kogu Eestit klaasitoodetega ning eksportida ka välismaale.⁹ Niisiis, enne nõukogude perioodi oli Eestis juba ulatuslik klaasitööstus, kuigi Eesti majandus põhines tollal peamiselt põllumajandusel: veel aastal 1938 moodustas tööstuslik toodang majanduse kogutoodangust vaid 32%.¹⁰ Aastal 1940 Lorupi tehas riigistati ja liideti AS Meleski ja 1931. aastal asutatud Tartu klaasitehasega. Uuele riigiettevõttele anti nimeks „Tarbeklaas”. Arhiivimaterjalid näitavad, et kaaluti ka vabriku ümberkolimist. Võimalike uute asukohtadena mainiti Tallinna, Tartut, Rakveret, Pärnurt ja Petserit, millest Tallinna või Rakveret peeti kõige sobivamateks. Transpordi lihtsus ja vabrikuhoonete olemasolu otsustasid lõpuks selle, et tehas jäi Tallinna. Aastal 1941 prognoositi, et vähemalt 90% „Tarbeklaasi” toodangust jääb Eestisse, millest 70–72% turustatakse Tallinnas.¹¹ Seega polnud „Tarbeklaasi” tehasele algselt ette nähtud üleliidulist tähtsust, pigem pidi vabrik täitma ainult kohalikku nõudlust.

Soome klaasidisaini ja Nõukogude Liidu vahel on huvitav side. Kaisa Koivisto kirjutab, et olulisemad Soome klaasitehased said kasu reparatsioonidest, mida Soome pidi Nõukogude Liidule maksma pärast Talvesõda ja Jätkusõda. Reparatsioonid tuli tasuda valmistoodetes, mis oli neid valmistavatele tehastele tulus äri. Suurem osa neist tegelesid metalli- ja ehitustoodanguga. Kaks kõige olulisemat Soome klaasitehast, Iittala ja Nuutajärvi, kuulusid samadele korporatsioonidele, mis tegelesid ka rasketööstusega, ning neid rahastati rasketööstustoodete valmistamisest teenitud rahaga.¹² Nende vahenditeta poleks Soome klaasitööstuse õitseng suure tõenäosusega nii kiiresti sõja järel saabunud.

Soome ja Nõukogude Eesti

Asukoha ja sarnase keele tõttu oli Soome Eestile peamine side maailmaga väljaspool Nõukogude Liitu. Juba pärast Teist maailmasõda oli raadio kaudu võimalik teada saada, mis Soomes toimus. Soomes oldi sellest teadlikud ja isegi julgustati seda ühendust: osa saadetest olid eestikeelsed ja 24. veebruaril mängiti eetris eesti koorimuusikat. Ka Nõukogude Liit püüdis ära kasutada asjaolu, et Soomes oli võimalik Eesti raadiojaamu kuulata, ning alustas 1947. aastal soomekeelsete raadiosaadete ülekandmist.

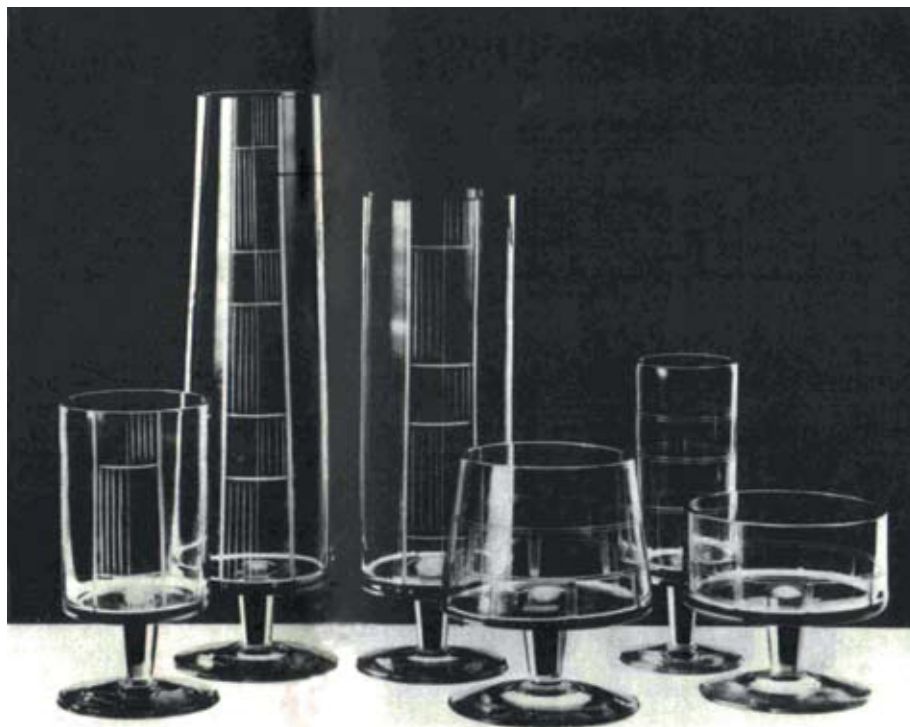
8 A. Ruusaaar, Eesti klaasitööstused ja -disain 1920.–30. aastatel. Magistritöö, Eesti Kunstiakadeemia kunstiteaduse instituut. Tallinn, 2004, lk 55.

9 A. Ruusaaar, Vösklaasist kristallini. Eesti klaasitööstused ja -disain 1920.–1930. aastatel. Tallinn: Eesti Ajaloomuuseum, 2006, lk 8–9.

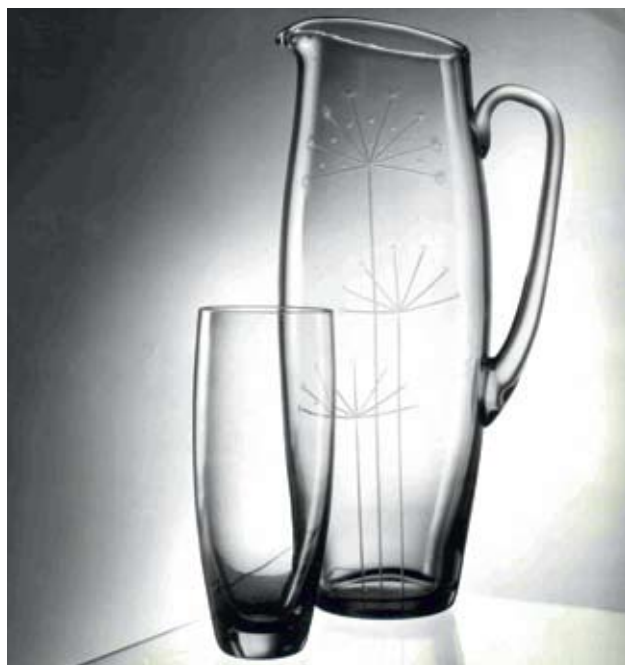
10 S. Zetterberg, Eesti ajalugu. Tallinn: Tänapäev, 2010, lk 439.

11 Klaasivabrik „Tarbeklaas” asukoha küsimus. Tallinna Ülikooli Akadeemilise Raamatukogu Baltika kollektsioon. 1941 [?].

12 K. Koivisto, National and International Aspects of Finnish Glass. – Finnish Modern Design: Utopian Ideals and Everyday Realities, 1930–1997. Eds. M. Aav, N. Stritzler-Levine. New York: Bard Graduate Center for Studies in the Decorative Arts, 1998, lk 129.



3.
Mirjam Maasikas. Komplekt „Kandiline” (1968). ETDM.
Mirjam Maasikas. Glass set *Square* (1968). ETDM.



4.
Ingi Vaher. Klaasikomplekt (1961).
ETDM.
Ingi Vaher. Glass set (1961). ETDM.

Saated olid selgelt propagandistlikud ega leidnud Soomes eriti laia kuulajaskonda.¹³ Hiljem sai peamiseks teabeallikaks liiduvälise elu kohta Soome televisioon, mis alustas 1960. aastal ja oli hoolimata Nõukogude võimuorganite pingutustest Põhja-Eestis nähtav. Nii oli suurel osal eestlastest vähemalt hämar ettekujutus igapäevaelust mujal Euroopas, mis mängis vaieldamatut rolli siinse elu ja mõttemaailma kujunemisel. Kari Alenius väidab isegi, et Soome televisioon oli oluline faktor Nõukogude Eesti kultuuri kujundamisel ja see muutis Soome ideaaliks, mida eestlased püüdsid saavutada.¹⁴ „Tarbeklaasi” kunstnikud külastasid väljaspool sotsialismileeri asuvaid riike enne perestroikat harva.¹⁵ Peamised sihtkohad olid teised sotsialistlikud riigid, näiteks Poola, Tšehhoslovakkia ja Saksa DV. Mitmel „Tarbeklaasi” töötajal oli tuttavaid väljaspool Nõukogude Liitu, kes saatsid neile materjale klaasikunsti ja -disaini kohta. Eesti Kunstiakadeemia raamatukogus oli mõningaid lääne disainiajakirju, mis olid tudengitele ja laiemale publikule kättesaadavad. Ka Eesti väljaanded, näiteks „Kunst” ja „Kohalik Tööstus”, avaldasid mõnikord illustreeritud artikleid Soome disaini kohta. Eestisse jõudsid ka mõned Soome tarbekunsti ja disaini näitused: lisaks üldistele Soome tööstuskunsti näitustele Timo Sarpaneva ja Tapio Wirkkala retrospektiivid. Niisiis oli üsna lihtne saada ajakohast teavet Soome klaasidisaini kohta nii tekstide, piltide kui ka esemete eneste näol.

Oluline on märkida, et lääne tööstuskunst ei olnud Nõukogude Liidus taunitud nagu kujutav kunst, lääne disainerite kavandite eeskujuks võtmine oli pigem soositud tegevus. Aastal 1967 väitis tehase „Norma” peakonstruktor koguni, et suurem osa tööstustoodangust oli mõjutatud lääneriikide eeskujudest: „Seniajani on uue toote põhiliseks etaloniks välismaa päritoluga näidistooded, mis saadakse kas NSV Liidu Kaubandusministeeriumi Üleliidulise Rahvatarbekaupade Paremaste Näidiste Alalise Paviljoni ENSV Filaali vahendusel või mõnel muul teel. Saadud näidistest tehakse kas tööjoonised või rakendatakse nendeta tootmisse. Kolmanda võimalusena sobitatakse toode olemasolevate tootmisvõimalustega.”¹⁶ Kunstnike Liidu juhatuse esimees Jaan Jensen nentis 1966. aastal: „Meie kohus on õppida kõigest, mis on tõeliselt progressiivne, mis aitab meie ühiskonda edasi viia”, ent lisis: „Kuid kõik, mis kapitalistlikus maailmas tundub targa, vajaliku ja vastuvõetavana, pole veel vastuvõetav meile. Me ei saa hetkekski unustada kahe maailma – sotsialistliku ja imperialistliku – ideoloogiate lepitamatut vastuolu.”¹⁷ Siit võib välja lugeda, et vähemalt modernistlikku disaini loeti Nõukogude Eestis universaalselt kvaliteetseks ning päritolumaa ei lisanud sellele ideoloogilist dimensiooni. Veelgi enam, oli lubatud avalikult tunnustada, et „imperialistlikud riigid” võisid selles vallas Nõukogude Liidust enam arenenud olla. Täpsustuseks tuleb lisada, et toodete kopeerimisel ei tehtud Nõukogude Liidus vahet, kas see oli val-

13 M. Graf, H. Roiko-Jokela, Vaarallinen Suomi: Suomi Eestin kommunistisen puolueen ja Neuvosto-Viron KGB:n silmin. Jyväskylä: Minerva, 2004, lk 29.

14 K. Alenius, Veljeskansojen kahdet kasvot. Naapurimaa-kuva. – Virallista politiikkaa, epävirallista kanssakäymistä: Suomen ja Viron suhteiden käännekohtia 1860–1991. Toim H. Roiko-Jokela. Jyväskylä: Atena Kustannus, 1997, lk 29.

15 Intervjuu endise „Tarbeklaasi” töötajaga 3. IX 2010.

16 J. Vaher, Kunstilise konstrueerimise probleemidest. – Kohalik Tööstus: informatsiooniseeria 1967, nr 3, lk 6.

17 J. Jensen, Meie kunstist ja tema kasvuraskustest. – Kunst 1966, nr 3, lk 3.

mistatud kodumaal või välismaal. Tsiteerides Karin Paulust: „Ideoloogiliselt õiget sisu peeti alati värseks ning kordumatuks.”¹⁸

Soome ja Nõukogude Eesti ühiskonnad olid küll poliitiliselt väga erinevad, aga disaini roll oli mõlemas ideoloogiliselt paika pandud. Et käsitleda Soome disaini, tuleks kõigepealt lühidalt rääkida Skandinaavia, eriti Rootsi disainist üldiselt. Aastal 1932, kui sotsiaaldemokraatlik partei tuli Rootsis võimule, tehti ametlik otsus luua disainis uus „demokraatlik” stiil.¹⁹ Idee oli, et kuna sotsiaaldemokraatia pidi pakkuma võrdseid võimalusi kõigile, pidi ka kvaliteetne disain olema kõigile kättesaadav. Ideoloogiasse oli segatud ka annus bauhauslikku idealismi, et hea disain teeb maailma paremaks. Sellise disainidemokraatia saavutamiseks palkasid suurkorporatsioonid sageli tunnustatud kunstnikke. Kvaliteetne ja silmapaistev masstoodang tegi Rootsi disaini kiiresti maailmakuulsaks, mis inspireeris ka Soome tööstureid. Harri Kalha kirjutab, et Soome tooted tehti sageli teadlikult sarnases stiilis kui Rootsi või Taani esemed, et rõhutada kuvandit ühtselt ja kvaliteetsest Skandinaavia disainist ning paremini välismaal tooteid turustada.²⁰ Samas polnud ühtsus Rootsi disainiga ainult turundusnipp: ka Soome poliitika kaldus sotsiaaldemokraatia suunas ja usuti, et hea disain peaks olema masstootmises.

Disain Nõukogude Eestis

Nõukogude Eestis jõuti disaini rolli mõtestamiseni eelkõige Stalini surma järel. Lisaks muudele reformidele püüdis Nikita Hruštšov ka nõukogude olmet kaasaegsemaks ja mugavamaks muuta.²¹ 1971. aastal toimus NLKP XXIV kongress, kus otsustati, et „...kaasaegne masstootmine [peab] rahuldama nõukogude inimeste mitte ainult materiaalset, vaid ka vaimset vajadusi. Toetudes kogu maailmakultuuri progressiivsetele saavutustele, peame me looma olmekultuuri ja tarbeesemete kõrge esteetilise taseme.”²² Sellega seoses eraldati enam materiaalseid vahendeid tööstusettevõtetele. Et esemed mängisid inimeste elus tähtsat rolli, oli oluline, et nad peegeldaksid sotsialistlikke ideaale. Huvitav materjal, mille abil analüüsida tollaegse disaineri rolli ja ülesandeid ühiskonnas, on „Tarbeklaasis” töötanud Ingi Vaheri artikkel „Mõtisklusi tööstuskunstist”. Vaher toob välja just kasvatusliku aspekti: inimeste esteetiline haridus on oluline osa nõukogude kasvatussüsteemist, aga ainult tööstus suudab paljundada tarbekunstiteoteid sel määral, et võib mõjustada laiade rahvahulkade maitset.²³ Vaheri väitel pole kaasaegse elutempo juures tarbijal mahti süveneda rikkalikult kaunistatud tarbeesemetesse, nii peavad need olema esteetiliselt kiiresti haaratavad.

18 K. Paulus, Eero Aarnio karikatool ja Nõukogude Eesti. – Kohandumise märgid. Koost ja toim V. Sarapik, M. Kalda, R. Veidemann. *Collegium litterarum* 16. Tallinn: Underi ja Tuglase Kirjanduskeskus, 2002, lk 188.

19 P. Sparke, *A Century of Design: Design Pioneers of the 20th Century*. London: Mitchell Beazley, 1998, lk 70–71.

20 H. Kalha, *The Other Modernism: Finnish Design and National Identity*. – *Finnish Modern Design*, lk 29.

21 I. Gerchuk, *The Aesthetics of Everyday Life in the Khrushchev Thaw in the USSR (1954–64)*. – *Style and Socialism: Modernity and Material Culture in Post-War Eastern Europe*. Eds. D. Crowley, S. E. Reid. Oxford, New York: Berg, 2000, lk 89.

22 R. Sarap, *Teaduse ja tehnika revolutsioon ja esteetika*. Tallinn: Kunst, 1975, lk 44.

23 I. Vaher, *Mõtisklusi tööstuskunstist*. – *Kunst* 1964, nr 1, lk 27.

Siin võib tõmmata paralleeli Skandinaavia sotsiaaldemokraatlike ideaalidega: disain pole oluline ainult inimeste igapäevaelu parandamiseks, vaid ka nende mõtte- maailma arendamiseks. Seda võib näha kui püüdu marginaliseerida klassierinevusi ühiskonnas: kui kõigil on sarnased esemed, näevad nad välja ja tunnevad end võrdse- matena. Toodangu normeerimine tähistas märgiliselt ka sotsiaalsete klasside normee- rimist. Kaasaja sotsiaalne hierarhia tekib peamiselt just omandi kaudu, sealhulgas ka selle kaudu, kui võrd omandisse kuuluvad objektid vastavad ühiskonnas levivale kaju- telmale *väärtuslikkusest*. Kapitalistlikus ühiskonnas on teatav esemeline hierarhia, mis laseb hinnata sotsiaalset klassi omandisse kuuluvate objektide kaudu nii iga eset kui ka omandit tervikuna hinnates, toetudes varem mainitud väärtusliku kontseptsiooni- le. Olukorras, kus kõik klaasesemed on samal esteetilisel ja seeläbi tahes-tahtmata ka sotsiaalsel tasandil, on esemete kaudu hierarhiseerumine võimatu. Ometi ei töötnud see ideaal kummaski ühiskonnas. Nõukogude Eestis valitses defitsiit ja inimesed olid sunnitud ostma seda, mida nad kätte said, mitte seda, mida nad soovisid. Nii tekkis uus privilegeeritud klass, keda ei määratlenud mitte materiaalne varandus, vaid pigem virtuaalne – suhted. Suur osa kaupa levis „leti alt” ning selle omandamisel olid olulised kriteeriumid ligipääs informatsioonile või kontakt nendega, kel oli ameti tõttu võimu. Esemekättesaamatus tõstab automaatselt selle väärtust ning muudab selle kasutamist. Soomes olid esemed küll poes kättesaadavad, aga kõrgem kvaliteet tõi paratamatult kaasa ka kõrgemad hinnad ning igaüks ei võinud endale ihaldatut lubada.

Soome ja Nõukogude Eesti – erinevused ja sarnasused

Oluline erinevus Soome ja Nõukogude Eesti vahel oli disaineri seisund vabrikus. Ka Soomes oli disaineri elukutse uus: esimene disainer Soome klaasitööstuses oli Göran Hongell, kes võeti Iittalas täiskohaga disainerina tööle 1940. aastal.²⁴ Siiski oli disaine- rite igapäevatöö kahes süsteemis kardinaalselt erinev. Soomes oli disaineri ideaal, nagu Marianne Aav väljendub, olla renessanssgeenius, kunstnik-käsitöölaine-disainer:²⁵ li- saks masstoodangu kavandite oodati neilt ka kunstiesemeid. Samuti väljendus idee disainerist kui kunstnikust igapäevaesemete juures. See suund algas 1956. aastal, kui Iittala tootmisse jõudis Timo Sarpaneva kuulus i-seeria, lihtne, aga stiilne kollektsioon, mida toodeti laias värvivalikus ning mis pidi olema taskukohane keskklassi tarbijale. Hiljem omandas i-märk teatava kvaliteedimärgi positsiooni ning kõiki Iittala kvali- teettooteid hakati sellega tähistama.²⁶ Aastaks 1974 turustati kõiki Iittala ja Nuutajärvi tooteid koos disaineri nimega.²⁷

Nõukogude Eestis oli suund vastupidine. Aastani 1974 oli tootekataloogides di- saineri nimi vähemalt väikeses kirjas olemas, pärast seda mainiti neid vaid artikli- lites. Üldiselt kuulus „Tarbeklaasis”, nagu teisteski selle perioodi tehastes, uute

24 M. Tasala, Iittala Glassworks. – Iittala. 125 Years of Finnish Glass: Complete History with All Designers.

Eds. M. Aav, E. Viljanen. Stuttgart: Arnoldsche, 2006, lk 27.

25 M. Aav, A Union of Art and Industry From Iittala to Milan and Beyond. – Iittala, lk 128.

26 K. Koivisto, Kolme tarinaa lasista: suomalainen lasimuotoilu 1946–1957. (Lasitutkimuksia 13.) Riihimäki: The Finnish Glass Museum, 2001, lk 164.

27 K. Koivisto, National and International Aspects of Finnish Glass, lk 148.

toodete kavandamine kunstiosakonna ülesannete hulka, eraldi disainiosakond puudus. Disaineritena töötasid kunstnikud, kellel oli mitmeid ülesandeid: uute toodete kavandamine, keerukamate kujunduste (peamiselt graveeringute ja lõigete) teostamine ja propagandamaterjalide kujundamine. Aastal 1973 kirjutas A.-M. Laev ülevaateartikli „Tarbeklaasi” kujundusosakonnast, kus ta tõdes, et „Tarbeklaasil” polnud eraldi materjalikatsetuste osakonda. Koos kõigi lisäülesannetega said kunstnikud vaid ühe päeva klaasipuhumiseks kuus, mis tähendas, et iga kunstnik pidi ootama kuus kuud oma ideede materjalise teostamist. Vormide valmistamine oli kallis ja aeganõudev: objektide tootmisse jõudmine võis võtta kuni paar aastat.²⁸

Nii Soome kui ka Eesti klaasidisain oli tihedalt seotud käsitöötraditsioonidega. Soomes oli põhjuseks ajalugu. Nagu Eestiski, oli suur osa rahvastikust pikka aega elanud traditsioonilistes külakogukondades ja tänu sellele, nagu Ingrid Sommar kirjutab, olid käsitöötraditsioonid säilinud.²⁹ Samas on ka vastupidiseid väiteid: näiteks Kevin M. Davies kirjutab, et see müüt traditsioonidest oli tegelikult hästi konstrueeritud turundustrikk.³⁰ Nagu Kaisa Koivisto välja toob, isegi 1960. aastatel, kui tehnoloogiline areng disaineritele uusi võimalusi avas, pidid disainerid siiski silmas pidama, et Iittala oli vana ja traditsioonidega tarbekunstiettevõtte.³¹ Nõukogude Eestis kalduti pigem tootmise automatiseerimise suunas. Viletsate majanduslike võimaluste tõttu jäi tootmine küllalt seotuks tarbekunstiga, sest paljud esemed toodeti käsitsi.

On esemeid, mille juures on Soome mõjutused väga selgelt näha. Üks kõige huvitavamaid näiteid oli Mirjam Maasika 1968. aastal valminud küünlajala kavand, leitud Eesti Tarbekunsti- ja Disainimuuseumi arhiivist (ill 1). Selle kuju on peaaegu identne Timo Sarpaneva „Festivo” küünlajala (Iittala, 1966) omaga, ainult ülaosa on pisut teistsugune. „Tarbeklaasi” tehnilisi võimalusi arvesse võttes oleks Maasika küünlajala pind ilmselt olnud sile, mitte krobeline. Maasika kavand ei jõudnud kunagi masstootmisse. Võib-olla lükkas selle tagasi kunstinõukogu, aga tõenäolisem on, et see ei jõudnud tehase juhtkonnast kaugemale, sest informatsioonilehel pole nõukogu otsust. Veel üks näide Soome mõjutustest on 1967. aastal Ingi Vaheri kavandatud vaas, mille ülalt ahenev ovaalne vorm on väga sarnane Gunnel Nymani poolt 1947. aastal Riihimäki tehasele kavandatud „Serpentiini” vaasiga. „Tarbeklaasi” vaasil pole aga sees klaasniiti, mis Nymani vaasile nime andis; selle asemel on tema pinda varieeritud erinevate lõigete ja graveeringutega. Mõnel variandil oli ka historitsistlik jalg. Pinnatöötlus oli oluline Nõukogude Eesti ja Soome klaastoodete vaheline erinevus. „Tarbeklaasis” toodeti suuremat osa esemetest eri ornamendivõimalustega. See oli lihtne ja odav viis toodete valiku suurendamiseks, samuti olid Lorupi tehase aegadest Eestis tugevad graveerimistraditsioonid. Soomes seevastu kasutati lõikeid ja graveeringuid harva, üks peamisi põhjusi oli graveeringu kõrge hind.³² Graveeritud esemed ei pärvinud kiitust

28 A.-M. Laev, Uute toodete juurutamisest ENSV Kohaliku Tööstuse Ministeeriumi ettevõtetes. – Kohalik Tööstus: informatsiooniseeria 1973, nr 8, lk 29.

29 I. Sommar, *Scandinavian Style: Classic and Modern Scandinavian Design and Its Influence on the World*. London: Carlton, 2003, lk 7.

30 K. M. Davies, *Marketing Ploy or Democratic Ideal? On the Mythology of Scandinavian Design*. – *Scandinavian Design Beyond the Myth: Fifty Years of Design from the Nordic Countries*. Eds. W. Halén, K. Wickman. Stockholm: Arvinius, 2003, lk 102.

31 K. Koivisto, *125 Years of Clear Iittala Crystal*. – Iittala, lk 171.

32 K. Koivisto, *Kolme tarinaa lasista*, lk 148.

ega lubatud neid ka näitustele, sest ornamenti peeti vanamoeliseks.³³ Pinnatöötlus põhjustab kahe süsteemi klaasesemete erinevuse. Lõiked ja graveeringud annavad „Tarbeklaasi” esemetele kergelt historitsistliku välimuse. Soome klaasidisaini lakooniline pind sobis paremini modernistlike paradigmadega, kuigi on ka teistsuguseid arvamusi. Koivisto väidab, et see kaasaegne välimus saavutati kõigest keerukamate detailidest ja ornamendist loobumisega.³⁴

Hiljem levis „Tarbeklaasi” esemel siiditrükk. See iseloomustab postmodernistlikku mõju „Tarbeklaasis”, mängulist lähenemist; eriti, kuna üks populaarsemaid siiditrükiga kollektsioone oli 1970. aastatel Pilvi Ojamaa kavandatud „Disney”. See on hea näide, kuidas Ameerika massikultuuri iidoleid kohati aktsepteeriti ja isegi aproprieeriti nõukogude kultuuri. Soomes oli siiditrükki kasutatud 1950. aastatest saadik, peamiselt lihtsa ja odava viisina klaasi defektide katmiseks.³⁵ Esemed, mis mõjutasid „Tarbeklaasi” disainereid, polnud alati tingimata nende kaasaegsed. Hea näide on 1986. aastal Elve Tautsi kavandatud kaus „Talv”. Arhiivi andmetel võitis kavand võistlusel kolmanda koha, kuid pole märgitud, kas see kunagi masstootmisse jõudis. Pressklaasi triibuline muster viitab tagasi Aino Aaltole, kes võitis 1932. aastal Iittala korraldatud võistluse sarnase kujundusega kausiga „Bölgeblick”. See komplekt võitis ka 1936. aastal Milano triennaalil kuldmedali ja on tänaseni tootmises Aino Aalto nime all. Tautsi kausi vorm on pisut teistsugune, huvitaval kombel sarnanedes ühe teise Aino Aalto kavandiga: „Riihimäen kukka”, kavandatud 1933. aastal Riihimäki tehasele koostöös Alvar Aaltoga. Nii illustreerib „Talv” suurepäraselt eri mõjutuste segunemist.

Käsitledes Soome või Nõukogude Eesti disaini, tuleb silmas pidada, et teatavas kontekstis võib päritoluriik omandada kaubamärgi rolli ja omadused. See situatsioon tekib lihtsamini, kui asi puudutab tarbijaid väljastpoolt kauba päritoluriiki: näiteks Soome tarbija eristab Nuutajärvi toodet Iittala omast, aga keskmisele Prantsusmaa tarbijale on nad mõlemad lihtsalt Soome klaas. Kuna Nõukogude Eestis oli kõigest üks klaastarbesemeid tootev tehas, võrdus „Tarbeklaas” Nõukogude Eesti klaasiga. Kuigi Soome ja Nõukogude Eesti klaasi toodeti ja levitati erinevates süsteemides, on nende ümber tekkinud müütides sarnasusi. Nagu juba mainitud, oli demokraatia oluline tegur Skandinaavia ja Soome stiili loomisel. Positiivne kuvand, mis oli tekkinud lääneriikides Skandinaaviast kui regionist, ainult aitas tugevdada müüti Skandinaavia disainist kui millestki olemuslikult demokraatlikust. Näiteks väitis ameerika arhitekt Elizabeth Gordon 1953. aastal, et rahvusvaheline modernism oli seotud totalitarismiga, aga Skandinaavia stiil demokraatiaga.³⁶ Nõukogude Eesti oli omakorda liidusiselt omandanud kuulsuse kui „Nõukogude Liidu Lääs”. Peamine põhjus selleks oli tihe side Soome ja muu Skandinaaviaga, aga ka fakt, et Balti riigid olid olnud pärast Vene tsaaririigi lagunemist iseseisvad. Niisiis, nagu Juri Gertšuk kirjutab, „kandsid Balti riigid eksimatut märki Euroopa kultuurist, mida me ihaldasime”.³⁷ See omadus kandus omakorda üle disainile ja Eesti disain hakkas teataval määral tähendama igatsetud lääne kultuuri – samamoodi nagu Tšehhoslovakkia, Poola või Ida-Saksa disain. Nii

33 K. Koivisto, Kolme tarinaa lasista, lk 149.

34 K. Koivisto, Kolme tarinaa lasista, lk 81.

35 K. Koivisto, Kolme tarinaa lasista, lk 152.

36 C. Selkurt, Design for a Democracy. – Scandinavian Design Beyond the Myth, lk 62.

37 I. Gerchuk, The Aesthetics of Everyday Life in the Khrushchev Thaw in the USSR (1954–64), lk 82.

tähistasid Soome ja Nõukogude Eesti disain mõlemad midagi, mida igatseti: Soome oma midagi demokraatlikku, traditsioonilist ja looduslähedast ning Nõukogude Eesti oma midagi demokraatlikku ja „läänelikku”. Tegelikuses on need omadused pigem tarbija poolt toodetele omistatud kui vormidest välja loetavad – mõlemas riigis valmistatud esemed järgisid enamjaolt pigem valitsevaid disainitrende kui sügavamat välja-töötatud ideoloogiat. Mõlemad, nii „Tarbeklaas” kui ka Soome klaasitehased, teenisid kuulsust ja kasumit semiootiliste assotsiatsioonide kaudu. Paradoksaalselt, kuigi mõlemad tähistasid kollektiivses teadvuses midagi ligipäasetavat ja demokraatlikku, oli see müüt väär. „Tarbeklaas” ei suutnud kunagi toota nõutavas koguses klaasesemeid. Näiteks aastal 1975 oli Nõukogude Liidus nõudlus 335 miljonile joogiklaasile, aga puudujääk oli 180 miljonit.³⁸ Soome disain oli liiga kallis, et olla kättesaadav; nagu Kaisa Koivisto kirjutab, ei saanud keskklass endale sageli kallimaid esemeid lubada.³⁹

Klaas ja müüt

Oluline roll eseme analüüsil on tema ümber loodud müüdil. See müüt on alati olemas: mõnikord on see laiemalt levinud, mõnikord vaid teatud inimgrupi hulgas. Kuigi Nõukogude Eesti ja Skandinaavia klaasi sihtgrupid ja taustsüsteemid on erinevad, on neis müütides ometi sarnasusi. Mõistet *müüt* kasutan, viidates Roland Barthes'ile ja tema definitsioonile müüdist kui sõnumist.⁴⁰ Keskendun eelkõige müüdle, mis on loodud klaasi sünnikohast eemal, ja võrdlen Läänes levinud Soome klaasidisaini müüti Nõukogude Liidus levinud Eesti klaasidisaini müüdiga. Materjal on mõlemal juhul sama: klaas. Tagasivaates jääb klaas sageli teisejärguliseks, võrreldes 20. sajandi „moematerjali” plastikuga. Ometi on ka neid, kes nimetasid just klaasi tuleviku materjaliks, nagu alul viidatud Jean Baudrillard, kes kirjutas 1968. aastal: „Üks materjal võtab kokku atmosfääri idee ning võib öelda, et see kehastab modernses keskkonnas universaalset funktsiooni. See materjal on klaas. Reklaamindus kutsub seda „tuleviku materjaliks” – tuleviku, mis, nagu me teame, saab samuti olema „lähipaistev”. Klaas on niisiis samaaegselt kasutatav materjal ja ideaal, mille poole püüeldakse, korraga vahend ja eesmärk.”⁴¹ Kuigi Baudrillard'i käsitus on üsna radikaalne, selgitab see siiski klaasi populaarsust nii praegu kui 20. sajandil. Klaas on täiuslik materjal, andes korraga edasi nii modernsust kui ka ajatust. Lihtsad modernistlikud vormid annavad 20. sajandi klaasesemetele uue omaduse: neutraalsuse. Sama ese võib sõltuvalt kontekstist olla odav ja kallis, igapäevane ja luksuslik. Nii võib sama objekti kasutada eri eesmärkidel ja, kuna see ei muutu aja jooksul, pika perioodi kestel. Seetõttu saavad klaasesemed sageli disainiklassikaks: nad säilivad hõlpsalt ja on nii „taasavastatavad”.

Tänapäeval on kahe klaasidisaini seisund ajaloo tõttu mõlemal maal väga erinev, kuigi suuremad erisused poliitilises ja kultuurilises kliimas on peaaegu kadunud. Soomes on 20. sajandi disain üks peamisi eksporditartikleid. Disainiklassikutele

38 A. Helkla, „Tarbeklaasi” joogiklaaside mehhaniseeritud tootmise tsehhi ning unikaalsete esemete katsetsehhi ehitamisest. – Kohalik Tööstus: informatsiooniseeria 1979, nr 2, lk 16.

39 K. Koivisto, National and International Aspects of Finnish Glass, lk 129.

40 R. Barthes, Müüt tänapäeval. – R. Barthes, Mütoloogiad. Tallinn: Varrak, 2004, lk 227.

41 J. Baudrillard, The System of Objects, lk 41.

spetsialiseeruvad poed on kõikjal. Seda mitte ainult Soomes: näiteks Pariisis Dekoratiivkunsti muuseumi kaupluses on parimatel kohtadel mitte Prantsuse, vaid Skandinaavia esemed. Alvar Aalto kuulus Savoy vaas on müügil peaaegu kõigis läänemaailma disainikauplustes. Soomes ei hinnata modernset disaini ainult tarbeesemena, vaid selle tundmine on oluline osa haridusest. Lisaks näitustele ja muuseumi-ekspositsioonidele on modernistlik disain jõudnud ka massimeediasse. Populaarne sisustusaaide „T.I.L.A.” tutvustab igal nädalal üht disainiklassikut ja selle ajalugu. Eestis alles hakatakse nõukogude perioodi disaini väärtustama, seni on see sageli jäetud tagaplaanile. Laiema publiku hulgas on „Tarbeklaasi” toodang hinnatud eelkõige nostalgilistel põhjustel. Et „Tarbeklaasi” esemeid enam ei toodeta, leiab neid ainult kirbuturult; ometi on peaaegu igas majapidamises säilinud üks või mitu eset. Oma osa on ka asjaolul, et Soomes on kolme kuulsama klaasitehase, Iittala, Nuutajärvi ja Riihimäki (kaks esimest on ka tänaseni töötavad vabrikud) hooned säilinud ning nende ümber on rajatud kultuuri- ja hariduskeskused, mis tegelevad aktiivselt disaini propageerimisega. „Tarbeklaasi” hoone lammutati täielikult 2008. aastal, aasta pärast sulgemist. Ometi on nüüd, 21. sajandil, Eesti taasiseseisvumise ja „Tarbeklaasi” tehase lõpu järel, seal toodetud objektidega vähemalt kodusfääris⁴² juhtunud sama mis paljude teiste nõukogude perioodi toodetega: neist on saanud postpostmodernistliku minevikuihaluse poolt ekspluateeritud ikoonid. Muutunud maailm tekitab inimestes iha „lihtsamate aegade” järele, mille kehastuseks Eesti kontekstis on nõukogude aeg kui suurema osa praeguste täiskasvanute lapsepõlv. Alateadvuses tekib õrn usk, et vanaema klaaskann toob mingil määral ka vanaema lähemale, kui mitte füüsiliselt, siis vähemalt vaimselt.

42 Nõukogude disaini kuvand avalikku sfääri puutuvast on kindlasti palju komplekssem.