MÜÜRILEHT

UPS!

Aprill 2024

Ta tegi seda jälle

Loe, kes seekord kaasuse sai

#139

Tagasi pimedasse keskaega?

Nuputelefon levib kui katk

Esimene laine tuleb jälle

Avokaadost leiti ibuprofeeni

METSIK IDA

Kõik ei ole kuld, mis laigib

Eneseprom o rõve pinge / Brigitte Susanne Hunt / Reklaami keelustamine / Donatella Privada / Noor arhitekt ei jaksa enam kannatada / Resident Evil 3

HIND 3€

9 772346 662013

JUHTKIRI

TÄHELEPANUMAJANDUS KÄIB SOOLESTIKU KAUDU

Foto: Heikki Leis

Mis siis, kui Müürileht oleks trükitud klantspaberile, esiküljel figureeriksid sõnad „skandaalne" ja „uskumatu" ning kaanestaarist tehtud fotod ei jätaks fantaasiale palju ruumi? Muu hulgas põrgatasime omavahel just selliseid mõtteid, kui tähelepanumajanduse teemanumber toimetuses arutlemisel oli. Lõpptulemus sai küll nii tehnilistel kui ka eetilistel kaalutlustel paari kraadi jagu pöörasematest ideedest lahjem, ometi Müürilehe kontekstis äratuntavalt teistsugune. Leidub paljast ihu, suunamudijaid, koomiksižanrit ning lõpuks ometi võtab üks kultuuriväljaanne analüüsida ka BSH tegemised.

Kultuuriajakirjandus peaks paiknema kõmulehtedest ja seltskonnakülgedest justkui võimalikult kaugel, skaala teises otsas. Tahaks ju mõelda, et Müürilehes ilmuvad tekstid, mis ka aastaid hiljem lugemist väärivad ja mõtteainet pakuvad. Samas ei saa salata, et tähelepanumajanduse toimimisloogika on ka selles nišis mõju avaldanud. Nii kuulub minu tööülesannete hulka näiteks iga kuu kõige rohkem tähelepanu pälvinud ehk enim klikke saanud lugude ritta sättimine. Samamoodi tuleb järjestada meie kodulehel lugejate heakskiidu saanud artiklid. Sellest statistikast peaks kuidagi aimuma, mida meie lugeja väärtustab, mis teemad talle korda lähevad, kuna oleme ajastu vaimu tabanud ja millal lati alt läbi jooksnud. Ikka räägime vahetevahel viraalseks saamisest ja kui päris aus olla, pole tähelepanumõõdikud üksnes pelk töökohustus – neid numbreid käin ma iseenda artiklite puhul sotsiaalmeedias salaja piilumas. Mu huvi nende vastu võib kohati isegi haiglaseks pidada.

Ometi me ju ei tea lõpuni, mida üks põidlaikoon täpselt tähendab. Kas sellega antakse märku, et artikkel oli hästi kirjutatud? Et teema läks korda? Et sealt leiti oma mõtetele kinnitust? Või, vastupidi, tutvuti tänuväärselt täiesti uue ja huvitava vaatenurgaga? Et artikli autor on sõber? Et artiklis mainitakse mingit projekti, millega otsapidi seotud ollakse, ning äramärkimise eest tahetakse *like*'i vastu pakkuda? Või mis siis, kui keegi on pannud põidla asemel südameikooni – kas see tähendab, et artikkel läks kaks korda rohkem korda? Et see ei puudutanud ainult *ratio*'t, vaid ka kõige sügavamaid hingekeeli?

Kui eesmärk on avaldada ajaproovile vastupidavaid tekste, siis reaktsioonipilved ega lugejanumbrid selleks suunda kätte ei näita. Need peegeldavad pigemini esmaseid soolestikureaktsioone. Soolestik on eriti tundlik uuele, võõrale ja esiti arusaamatule. Tihti võib loetuimate lugude all näha toimetamas trolle. Vasakpoolsel mõttel on vaja Eestis lendutõusmiseks paremäärmuslaste abi. Kellegi soolestik peab aktiveeruma, sest viha on tähelepanumajanduses väga kõva valuuta, mida võimendavad omakorda algoritmid.

Soolestikureaktsioonidele andumise patust ei ole puhtad ka ajakirjanikud. Kas EKRE oleks saanud Eestis niivõrd populaarseks, kui nende järjekordset šokeerivat väljaütlemist poleks kõlava pealkirjaga artikliks vormistatud? Ameerikas hakati mõne väljaande toimetuses päris inimeste päris probleemide asemel pingsalt president **Donald Trumpi** iga säutsu jälgima ja analüüsima. See oli ajakirjanike jaoks mugav ning tekitas lugejate soolestikus pea alati tundlikkust. Aga kas me tahame elada maailmas, mis juhindub pidevalt soolestikus toimuvast? Kas tähelepanumajanduse punutud kõikehaaravast võrgustikust on võimalik välja murda?

Selles numbris saab lugeda näiteks nuputelefoniinimestest, kes on suurendanud helendavast ekraanist loobumisega märgatavalt oma sisemist ruumi ja suunanud oma tagasivõidetud tähelepanu ümbritsevale maailmale. Või kui tahta probleemile süstemaatilisemalt läheneda, siis miks mitte panna päitsed pähe reklaamitööstusele kui tähelepanumajanduse peasponsorile, alustades näiteks sihitud reklaamide keelustamisest. Isiklikult olen otsustanud laikimise asemel hakata rohkem inimestele otse kirjutama. Ütlema oma sõnadega välja, kui miski meeldis või kõnetas. Astuma turvalisest põial-süda-naerunägu-automatismist ebamugavasse suhtlussituatsiooni. Usun, et ka soolestikureaktsioone ravib kõige paremini inimlik kontakt ja mõistapüüd, kõlagu see nii klišeelikult kui tahes.

Henri Kõiv, tegev- ja sotsiaaliatoimetaja

Foto: Kertin Vasser

Diandra Rebase on graafiline disainer ja kunstiline juht, kes läheneb oma loomingule absurdsuse, ootamatuse ja kohmakuse kaudu, mis lõpuks realiseerub *exquisite corpse*'i vormis.

Müürileht on keskkonnasõbralik trükis, mille tootmisprotsessis on kulutatud vähe energiat, kasutatud minimaalselt keskkonda saastavaid kemikaale ning arvestatud maailma metsade keskkonnasõbraliku, sotsiaalselt õiglase ja majanduslikult elujõulise majandamisega.

NORDIC SWAN ECOLABEL
Trükitoode 4041 0820

ESIKAANE VISUAAL:
Idee autorid: Johanna Reinvald ja Diandra Rebase
Modellid: Kristina Sikk, Sebastian Freiberg, Seidi Voogre

TOIMETUS

Aleksander Tsapov	peatoimetaja	aleksander@muurileht.ee
Henri Kõiv	tegev- ja sotsiaaliatoimetaja	henri@muurileht.ee
Mariliis Mõttus	elustiili- ja muusikatoimetaja	mariliis@muurileht.ee
Maia Tammjärv	kirjandus- ja teadustoimetaja	maia@muurileht.ee
Helena Aadli	kultuuritoimetaja	helena@muurileht.ee
Pille Sepp	keeletoimetaja	pille@muurileht.ee
Janet Kljuzin	müügi- ja reklaamijuht	janet@muurileht.ee
Johanna Reinvald	resident	johanna.reinvald@gmail.com

Makett/kujundus: Madis Katz
Illustraatorid: Andrei Kedrin, Ann Pajuväli, Ave Taavet, Jaan Pavliuk, Jaan Rõõmus, Liisa Kruusmägi, Lilian Hiob, Martin Eelma, Nadezda Andrejeva, Stella Salumaa, Vahram Muradyan
Fotograafid: Alana Proosa, Ken Mürk, Renee Altrov, Tõnu Tunnel

KOLLEEGIUM: BRIGITTA DAVIDJANTS, SIGNE IVASK, JENS JAANIMÄGI, KAROLA KARLSON, HELGI SALDO, BERK VAHER

VÄLJAANDJA: SA KULTUURILEHT

TOETAB KULTUURIMINISTEERIUM

TRÜKK: PRINTALL · **TIRAAŽ**: 4500

JÄLGI MEID
@Muurileht

SAADA MEILE

Uudiseid ja pressiteateid: *uudised@muurileht.ee*

Kirju, heliplaate, raamatuid ja muid väljaandeid Müürilehe aadressile Voorimehe 9, 10146 Tallinn

Müürilehele pakke saates palume märkida adressaadiks kindlasti „Müürileht".

KAASAUTORLUSEST

Müürileht ootab kaastöid, milles on ajakohased ideed ja nende veenvad põhjendused; mis on kirjutatud loetavas eesti, vene või inglise keeles; milles ei leidu arutut idiootsust, vaid troonib silmapaistev mõtteselgus. Palavalt oodatud on artiklid ühiskonna, kultuuri, teaduse ja laiemalt elu kohta. Toimetus jätab endale – iseenesest mõista – õiguse valida, millised tekstid avaldatakse. Aga kuna määrav ei ole ainult tekst, on tervitatud ka illustratsioonid, fotod, koomiksid, plakatid ja muud ajaleheformaati sobivad väljendusvormid! Kaastööga seoses võta ühendust mõne meie toimetajaga.

TOETA MÜÜRILEHE VÄLJAANDMIST

Telli Müürileht püsilepinguga 2.20 € eest kuus: *tellimine.ee/muurileht*

Reklaami Müürilehes: *muurileht.ee/reklaam*

INFO TELLIJATELE

Müürilehe levi korraldab Express Post. Kui värske leht õigel ajal kohale ei jõua, siis võta ühendust Express Posti klienditeeninduskeskusega telefonil (+372) 617 7717 või kirjuta aadressil *tellimine@expresspost.ee*.

SISUKORD

TÄHELEPANUMAJANDUS

PUUST JA PUNASEKS
Tähelepanumajandus – *Katrin Tiidenberg* [5]

ZEN
Nutilõksust vabaks – *Helena Aadli* [6]

KÜBERILM
Laikimisest – *Anne Vetik* [7]
Sinu ihade testament – *Aleksander Tsapov* [12]

SOTSIAALIA
Reklaami keelustamisest – *Henri Kõiv* [8–9]

KOOMIKS
Esimene laine – *Avocado Ibuprofen* [10–11]

MEEDIA
Brigitte Susanne Hundi fenomenist – *Silvia Urgas* [14–15]

KULTUUR
Kultuuriinimesed enesepromost [16–17]

VISUAALKULTUUR
Kleepsudest – *Bianca Soe* [18]

DISAIN
Dopamiinidisain – *Andreas Roosson* [19]

KESKKOND

KESKKONNAAJALUGU
Keskkonnadeterminismist – *Tiina Peil* [21]

KULTUUR

RESIDENT
Resident Evil 3 – *Johanna Reinvald* [22–23]

ARHITEKTUUR
Rahvaliiga võistluse-*rant* – *Jõnn Sooniste, Xenia Sooniste, Andreas Krigoltoi* [24–25]

PROOSA
Kangelase hommik – *Ilja Prozorov* [26–27]

SKEENE
DJ-ankeet: Kertu Laherand [30]
Tõukejõud: Alyona Movko-Mägi [30]

ARVUSTUSED
Uued plaadid [31]
Marko Raadi „Biwa järve 8 nägu" – *Doris Kala* [32]
Näitus „Femisfäär" – *Anette Pärn* [32]

KUNST
Looming kui armastuse töö – *Laura Elisabeth Konsand* [33]

LUULE

KRISTEL REBANE

Foto: Maia Sermand

Kristel Rebane on Paloveerest pärit.

Rutiin

Kokteilid suhkru ja surnud lilledega
ei teinud purju,
kerge on ärgata,
siiski
närib tunne, et miski ei meenu,
või pigem teadmine,
et midagi erakordset õigupoolest ei juhtunud.

Rääkisime kunstist, selles pole midagi uut.
Maailm muutub aeglaselt, üsna vähe.

Kanname argipäevapükse, taskuis pisiasju.
Kiitleme ja kurdame.
Lihtsad tungid, tarbeesemed
ühendavad ajastuid,
sest lohutavad inimest.

Ihude ainulisus
on lugematuid kordi üle vööbatud.
Kihistuste alt kumab setuka sõrg –
kohtumine teadaolevaga.

Inspiratsiooni saab noaga lõigata
nagu vorsti.

**

Soojuse andmine

Kallis krohv. Korralik lihassõrestik.
Klaari nahaga

ilusat maja tuuakse teistele eeskujuks.
Võta ometi õppust,
parema elu nimel peab võimlema iga päev!

Mu akna all seisab
naabermaja joodik, aku kaenlas.
Kas kellelgi on tarvis surakat?
Tema võib anda.

Joodikud on soojust täis. Nad ei võistle meiega muus kui joomises.
SINA ütled: vesi me vahel on üks.

Ise kui silguke. Kekaõpsi tütar.

Pean meeletult pingutama, et mahtuda su nahka.
Iga päev murran mõne luu.

**

Märg unenägu

Kõht ei igatse enam, lein ei mata hinge,
vool kisub alasti inim-
looma:

hulluks hakkavad minema sõbrad
ja tõprad – neil polegi enam suurt vahet,
kõik ühtmoodi pilves oma tühisusest, vaesusest ning hirmust.

Me unistused on kipra tõmbunud
poolkurdid ja -pimedad
vanurid, kes ületavad bussi tagant teed.

Halastuse poole uuristab tulvavesi sängi, kus väherdes
ahvime ussikesi.

Illustratsioon: Ann Pajuväli

SEAPÕIS KUIDAS MA ÜKSKORD EKSISIN

Tahaksin teiega jagada õpetlikku ja moraaliga lugu tähelepanelikkusest. Nagu ehk teate, on ennustamine minu leib, ja seda tuleb teha juveliiri täpsusega, muidu võid kaotada oma kliendid lihtsasti Rimi stendi kaardimooridele ja ääremaa sõnnikuhiromantidele. Olen ennast alati pidanud oma eriala eksperdiks ja ette on mul näidata üle saja viiekümne aasta veatuid nägemusi, täppipanekuid ja „ma ju ütlesin teilesid". Jah, riiklikud tunnustused mul puuduvad, aga teatavas mõttes lubaksin endast rääkida kui iselaadi hallist kardinalist, varjudes manajast ja Põhjala ühest parimast prohvetist. Sa võid naerda, aga ma juba näen ette, kuidas sa lähimas sööklas kuuma pelmeeniga oma suud peagi kõrvetad.

Ühesõnaga, on aasta 2004 ja Eesti Näituste messikeskuses Tallinnas on toimumas Kraftwerki kontsert. Ma muidugi teadsin juba 1947. aastal, et selline bänd kokku tuleb, ja ka seda, et nad aastal 2004 Tallinnas esinevad. See selleks. On üsna rahuldav maikuuõhtu, olen just saanud Orlovi lossi taga kokku kliendiga. Ta maksis sulas ja sai minu käest, mis vaja. Ennustasin talle, et ta kukub järgmisel suvel suvilas tellingutelt alla. See rahustas teda ja ta pakkus mulle mekutamiseks Armeenia brändit, ma ei öelnud ära, peaaegu suvi ju. See selleks. Olen siis Kraftwerki kontserdil ja nad mängivad „Radioactivityt", teate küll selle algust „Chernobyl, Harrisburg, Sellafield, Hiroshima" ja siis seda lahedat sündikäiku, eksole. Ma olen seda kõike juba varem näinud, aga see ei sega kontserdi täiega nautimist. Ja siis nad jälle laulavad: „Chain reaction and mutation, contaminated population", ja brändi hakkab üha tugevamalt endale ajusagarate vahele pesa tegema. Ja selsamal hetkel näen ma väga intensiivset nägemust, et kunagi hakatakse välja andma ajalehte Müürileht, selle 2024. aasta aprillinumbri kaanel on Kristuse pilt ja seal ilmub minu meenutus, kuidas ma seda ette nägin. Ja niiviisi ma tellingutelt alla kukkusingi.

AJAJOON: *DOOMSCROLLING*

2006

Tehnoloogiainsener Aza Raskin leiutab (enda sõnul pahaaimamatult) *infinite scroll*'i, et veebilehtede kasutajakogemust parendada. Varasema lehekülje kaupa info sirvimise asemel on nüüdsest võimalik lõpmatult kerida, uut sisu laaditakse pidevalt juurde ja tekib otsatu teabevoog.

2007

Apple tuleb turule esimese nutitelefoniga iPhone, mis muudab veebis surfamise lihtsaks ja meeldivaks, ärgitades mobiilse veebi ja sotsiaalmeedia arengut.

2011

Sünnib järgmise video automaatesitamise funktsioon, mille tulemusel ei pea enam sõrmegi liigutama, et järgmist videot näha. Alguse saab *binge-watching*.

2019

Aza Raskin vabandab avalikult sõltuvust tekitava lõputu kerimise funktsiooni loomise eest.

2020ndate algus

Mõistet „doomscrolling" („doom" ehk eesti keeles hukatus, häving) kasutatakse teadaolevalt esimest korda 2020. aastal. Väljendi levikule annavad hoogu juurde muu hulgas koroonapandeemia, sõda Ukrainas, kliimakriis ja Ameerika Ühendriikides George Floydi tapmise pärast toimuvad protestid. Teadlased saavad üha enam kinnitust, et järjepanu skrollimine on seotud vaimse ja füüsilise tervise halvenemisega.

2022

Mõistele „doomscrolling" pakutakse eestikeelseks vasteks „õõvarullimine".

2023

Pärast kolme aastat menetlemist tunnistatakse „doomscrolling" Merriam-Websteri sõnaraamatus ametlikuks sõnaks.

KÜMME KÜSIMUST KÜMME KÜSIMUST TÄHELEPANU KOHTA

Küsib **Müürileht**

1. Kas sa pöörad oma tähelepanule tähelepanu?
2. Millal on sinu tähelepanu kõige teravam? Mis aitaks su tähelepanuvõimet parandada?
3. Kuidas mõjutavad toitumine ja vedelike tarbimine päeva jooksul sinu energiataset ja keskendumist? Kuidas saaks paremini?
4. Mis füüsilise tegevuse võiksid lisada päeva- või nädalakavva, et parandada oma kognitiivseid võimeid?
5. Kas otsid pidevalt uusi tegevusi või oskad välja suumida?
6. Äkki proovid ikkagi ühe korra elus veel mediteerida?
7. Kui tihti mõtled oma tähelepanuvajadusest?
8. Milline tähelepanu sind võimestab ja milline ahistab?
9. Savi see ajaleht – äkki lähed hoopis jalutama?
10. Milline näeks välja reklaamivaba linnaruum? Aga maailm?

@MUURILEHT KÜSIB

MIDA TEEKSID, KUI SU EKRAANIAEG OLEKS NULL TUNDI NÄDALAS?

- teeks metsas nõidusi
- *I love my* ekraaniaeg ☠
- Sügavam sisekaemus
- puhkaksin käsi nt muru peal, selle asemel et 3 korda minutis teloekraani ümber keerata
- ei nutaks nii palju
- Ei teaks kunagi, kui palju kell on, ja ilmselt eksiks iga kord kodust väljudes ära
- Ilmselt muutuks uuesti kordades loovamaks
- elakski oma elu jee
- Oleksin jälle inimene
- Loeksin kogu Lutsu raamatukogu läbi
- Hakkaksin nunnuks eraklikuks *cottage core* pardi-kanapidajaks, kes kaugtööna keelt toimetab
- jalutaksin joobes peaga pargis

TÄHELEPANUMAJANDUS

Kirjutas **Katrin Tiidenberg**, visuaali autorid **Johanna Reinvald** ja **Diandra Rebase**

Kiirem kui EKI, ammendavam kui Vikipeedia – Müürilehe veerg „Puust ja punaseks" selgitab sõnu, mõisteid ja olukordi, millest räägitakse palju, aga mille päritolu ja tähendust suudavad vähesed lõpuni aduda. Seekord selgitame, mida selle numbri katustermin ehk tähelepanumajandus õigupoolest tähendab.

Seda, et inimese info töötlemise võime, tehnoloogia ja kapitalism on omavahel seotud, kahtlustati ammu. Juba 16. sajandil räägiti raamatute arvukusega kaasnevast liiginfost ja seda saatvast vaimsest ülekoormusest. Ühest küljest käsitletakse informatsiooni küllust heaolu võtmes – vaimne ülekoormus tekitab ärevust, skeptilisust ja suutmatustunnet. Teisalt räägitakse info töötlemise võimest – eriti tähelepanust – kui piiratud ressursist. Viimasest eendubki „tähelepanumajanduse" idee, mis hakkas küll idanema enne sotsiaalmeedia sündi, ent on sellega kaasneva kirjeldamiseks igati paslik.

Sotsiaalmeediat kasutab 2024. aastal umbes 62% maailma elanikkonnast. Omavahel põimunud platvormidest ja rakendustest on saanud juhtiv kommunikatsioonitaristu, mis toimib üliolulise infokanali, suhtlustandri ning ühiskondlike normide ja väärtuste läbirääkimise areenina. Sotsiaalmeedia mõju lahates mainitakse enamasti infokorratust, populismi ja polariseerumist. Positiivsemas plaanis ka uute ja innovaatiliste trendide ja ideede üleilmset levikut ning osaluskultuuri. Kõik need head ja vead on võimalikud tänu suunatud tähelepanuvoogudele.

TÄHELEPANUMAJANDUSE TUNNUSED

Tähelepanumajandus on süsteem, mis omistab väärtuse võimele pälvida tähelepanu. Märkamine, vaatamine, kuulamine, lugemine ja, veel parem, mingi masinloetav tõend (näiteks reaktsiooninupu vajutamine, kommenteerimine) on sellises süsteemis sotsiaalselt, majanduslikult ja poliitiliselt kaalukad. Tähelepanu on selle süsteemi valuuta ja toimib mõnes mõttes nagu teised valuutad: kus on, sinna tuleb juurde; kel on palju, teenib selle pealt intressi.

Selleks et tähelepanu saaks funktsioneerida valuutana, tuleb see esmalt muuta mõõdetavaks ja võrreldavaks – tähelepanu tuleb andmestada. See ei ole sotsiaalmeedia ajastu leiutis, laiatarbemeedia ja kultuuritööstus on tegelenud tähelepanu andmestamisega aastakümneid, kui mitte aastasadu. Sada aasta edukaimat ettevõtet, ajakirja Time aasta inimene, aasta muusik. Tuleb ju tuttav ette? Küll aga tõstis sotsiaalmeedia andmestamisvõimekuse senitundmatule tasemele.

Fotoerakogu

Katrin Tiidenberg on sotsiaalmeedia uurija ja Tallinna Ülikooli Balti filmi, meedia ja kunstide instituudi osaluskultuuri professor.

TÄHELEPANUTEHNOLOOGIA JA TÄHELEPANUÄRI

Sotsiaalmeedia ettevõtted ei ole hoolimata seda lubavatest hüüdlausetest mingid aatelised osaluskultuuri arendajad ja maailmakodanike ühendajad, vaid andmeärikad. Nende nägemus tähelepanu liikumisest lähtub sellest, mis on kasulik reklaamikliendile, kelle soov on müüa mulle retuuse ja sulle müstilisi rohelise pulbriga täidetud kapsleid.

Just sel eesmärgil on platvormiarendajad viimased 20 aastat testinud ja eksperimenteerinud, mis nupud, seaded, funktsioonid ja kasutajaliidese disainielemendid meid kõige kauem platvormil hoiavad. Nad võtsid meile tuttava tähelepanumeetrika (kõige enam vaadatud, kõige enam ostetud, kõige populaarsem) ning panid selle kõigile nähtavas kohas ja reaalajas muutuvas vormis tiksuma. Sõprade ja jälgijate arv on enamikul platvormidel kohe näha ning iga sisuühiku küljes tilpneb *like*'ide, *share*'ide jms loendur. Kuna tähelepanuvajadus kuulub inimese baasvajaduste hulka, innustab selline kasutajaliides meid tähelepanu nimel pingutama ja end teistega võrdlema, ilma et sellest ise tingimata teadlikud oleksime.

Lisaks inimestele tõlgendavad tähelepanumeetrikat ka algoritmid. See, millal ja millist sisu me oma sotsiaalmeedia voogudes näeme, sõltub aina enam soovitus- ja sisuhaldusalgoritmidest. Algoritmid on aga kõigest arvutuslike suuniste jada: kui nii, siis naa, siis naa, siis naa. Need vajavad andmesisendit ja reegleid. Platvormiarendaja on algoritmile õpetanud, et kui miski pälvib lühikese ajaga kriitilise hulga inimeste tähelepanu, tõmbab see tõenäoliselt ka teiste tähelepanu. Lisaks kuulume kõik mingisse „inimesed nagu sina" kategooriasse ja kui teised „meiesugused" midagi vaatasid, on algoritm veendunud, et see köidaks ka meid. Sealjuures on tähelepanu algoritmi jaoks pigem binaarne – seda kas on või ei ole. Vahet pole, kas „inimesed nagu sina" vaatasid kõnealust sisu leebe naeratuse, raevust tuksuva meelekoha või õudusest punnis silmadega. Või noh, tegelikult on asi veelgi hullem. Kuna sisuga, mis paneb meelekoha raevust tukslema, kaasneb käitumine, mida algoritm peab kõrgendatud tähelepanuks (vaatame postitust kauem, mitu korda, saadame edasi), annab algoritm sellele ka suurema kaalu kui leebe naerusuu esilekutsujale. Seda saime teada Facebooki vilepuhumisskandaaliga kaasnenud infolekkest, kui selgus, et tigeda reaktsiooni kaal oli algoritmi jaoks meeldimisnupu omast viis korda suurem. See põhjustas väärinfo ja vaenukõne laiaulatuslikku upitamist.

TÄHELEPANU OMADUSED

Kui meie tähelepanu pälviks tasakaalukas ja analüütiline info, poleks tähelepanu andmestamisest ju midagi. Kahjuks tõmbab inimeste tähelepanu uudne, (nii halbu kui ka häid) emotsioone tekitav sisu. Seda seostatakse teatava evolutsioonilise mahajäämusega; arusaamaga, et elame oma siiani koopaaegse (kui uudse kärme tuvastamine oli ellujäämiseks kasulik) ajuga kõrgtehnoloogilises maailmas (kus oleks kasulik kaalutletumalt käituda).

Infovaene, ent tunderohke sisu käivitab selle, mida Nobeli auhinna laureaat **Daniel Kahneman** nimetab kiireks mõtlemiseks. Kiire mõtlemine tulistab puusalt, toetudes teadvustamata stereotüüpidele ja kallutatustele (nt komme uskuda seda, mis toetab meie varasemaid veendumusi; uskuda neid, kes on ilusad ja pikad; uskuda seda, mis tekitab meis tunde, et oleme head inimesed; uskuda, et oleme vähem altid alt minema kui keskmine inimene, jne). Niisiis on väärinfo levitamine, udukudumine ja lolluste uskumine inimeste, mitte tehnoloogia probleem. Ent kreenis on see, kuidas tehnoloogia seda võimendab, eriti sotsiaalmeedia kontekstis.

TÄHELEPANUMONOPOLID JA TÄHELEPANUSPEKULANDID

See, et platvormid või rakendused meie tähelepanuga manipuleerivad, ei olekski eriline probleem, kui sotsiaalmeedia oleks mitmekesisem. Kahjuks on aina kasvava hulga inimeste interneti- ja suhtluskogemus piiratud suuresti mõne omavahel seotud ja sageli ka samale ettevõttele kuuluva platvormi ja rakendusega. Viimase kümnendiga on platvormide võidukäik tinginud märkimisväärse ressursside ümberjaotumise. Võitjateks on siinkohal üleilmsed platvormid – eriti Metaks ümberristitud Facebook, mille alla kuuluvad Facebook, Messenger, Instagram ja WhatsApp – ja kaotajateks meediamajad, ajakirjandusväljaanded, kultuuritööstus. Digihiiud saavad aastas umbes sama palju Eesti reklaamiraha kui kohalik interneti reklaamiturg kokku.

Kui platvormid saavutavad tähelepanumonopoli, muutub kogu süsteem haavatavaks. Praeguse seadusandluse kontekstis on keerukas sundida platvorme kohandama, kuidas, kui kiiresti ja millise sisu levikut nad tõkestavad või kuidas infovoogusid reguleerivad. Toimetatakse üsna oma äranägemise järgi ja ilma ülemäärase läbipaistvuseta. See, mis on ühele väärinfo või vaenukõne, on teisele sõnavabadus, eks. Igaüks, kes on proovinud teatada mõnest vandenõuteooriast, on ilmselt tuttav tühjalt kõlava automaatvastusega, mis küll väga tänab teavitamise eest, aga soovitab kaebajal pigem iseenda tähelepanuruumi paremini korraldada (blokeerida postitus) kui teiste oma näppida. Lisaks õpivad platvormide tähelepanutaristut ära kasutama tähelepanuspekulandid: propagandistid, infosõdurid, kaosekülvajad, lihtsalt tähelepanust raha tegijad ja niisama pahalased. Kui ühe taristu kaudu on võimalik jõuda enam-vähem kogu riigi valimisealiste täiskasvanuteni, teeb see ilmselgelt närviliseks.

Modell: Grete Karmen Jaakson

NUTILÕKSULE LAKSTI LÕPP?

Nutitelefon on kui keha pikendus: see mõõdab samme, tuletab meelde, millal päevad algavad, ja annab märku, kui veresuhkru tase langeb. Ekraaniaeg venib järjest pikemaks, põhjustades hakitud kohalolu ja hingehädasid. Leidub aga ka inimesi, kes on nutitelefonidele selja keeranud.

Kirjutas **Helena Aadli**, visuaali autorid **Johanna Reinvald** ja **Diandra Rebase**

Vaatan andmetele otsa: veedan nädala peale telefonis keskeltläbi kaheksateist! tundi; võtan jubina kätte seitsekümmend! korda päevas. Jajah, väga „mõtlemapanev". Ühe uuringuga on siiski välja selgitatud, et pelgalt teadlikkus ekraaniaega ei vähenda.[1]

Tahaks kontakti *päriseluga*, aga ekraan nüristab. Tahaks oma hobid uuesti üles leida ja rohkem lugeda. Mida teha? Teavitused on välja lülitatud, ühismeedia rakendused kustutatud. *Siin ja praegu* on hamba verele ajanud. Mõtlen telefoniga lutsu viskamisest. See tundub aga liialt äärmuslik. Ehk võiks astuda sammukese tagasi ja otsida endale nutifoni asemele totufoni? Telefoni, mille põhiülesanne on helistada – funktsioon, mis on küll vaat et unustusse vajunud, ent millest kõik kunagi alguse sai.

Tahaksin nuputelefoni kasutada küll, aga… Kuidas ma bussiaegu või kaarti vaatan? Kuidas ilmateadet tean, muusikat kuulan ja märkmeid teen? Takso?!

Ometigi liiguvad meie seas inimesed, kes on jäänud iidsete nuppude juurde. Jalutan rannas Hiljaga*, kellel on nupuka kõrval keskkooliaegne nutitelefon – ta kutsub seda õrnalt panniks –, mis saadab teda peamiselt reisidel. Istun maha Pauliga, kellel on ekraaniaja piiramisega raskusi, mistõttu ta soetas endale elegantse klapitelefoni, mida ta vajaduse korral kasutab. Räägin Mariga*, kes on veetnud nutitelefoniga kokku vaid nädalakese. Ta elab perega maal internetiühenduseta kodus ning unistab kolimisest Hispaaniasse, kus lapsed saaksid käia koolis mägedevahelises orus, ja elektrivabast elust. Istun maha Vaimuga, kes otsustas pärast aastaid kestnud sõltuvust sileda ekraani taktiilse nuputelefoni vastu vahetada.

EKRAANIKONKS HOIAB KINNI

Sõltuvus on teema, mis kerkib iseeneslikult pinnale. Kuigi nii mõnedki eksperdid arvavad, et oleme nutisõltuvust üle hinnanud, ei taheta üheski jutuajamises sellega nõustuda. Eriti muretsetakse laste pärast, kes pehme ajuga digiharjumusi loovad.

Vaimu sõnul on tal olnud internetisõltuvus. Üheks põhjuseks peab ta asjaolu, et eestlaslikul kombel ei õpetatud teda lapsena oma tunnetega toime tulema. Nii sai internetist lohutaja, tehnoloogia arenedes oli tal järjest raskem käsi eemale hoida. Sõltuvuslik valu ja mõnu kooslus käib meie vestlusest korduvalt läbi.

Nutiseadmete laialdane levik tõrjub neid, kes seda tehnoloogiat ei kasuta. Hirm kõrvalejäämise ees teeb ka loobumise järjest keerulisemaks.

Kui esiti on mõnutunne skrollides suur, siis kummi venides mõistetakse, et lõpetades võib dopamiini taseme langus olla halvav. Sageli järgneb ka kahetsus raisatud aja pärast. Vaim ütleb, et headel päevadel passis ta nutinetis kaks tundi tühja, kehvematel kaheksa. Ekraani vaatamine võis venida varahommikusse, pöörates vahel terve ülejäänud nädala sassi. Mari nendib nukralt, et on kaotanud nutisõltuvusele mitu sõpra: „Inimesed, kellega oli varem mõnus aega veeta, on pärast nutisõltuvuse tekkimist alalõpmata pilguga ekraanis, mina nendega enam kontakti ei saa."

Kuigi nuputelefon võib aidata ekraaniaega piirata, ei ole see võluvits. Vaim näeb probleemi kogu nutinetis – vahet ei ole, kas arvutis või telefonis, see on ühtmoodi neelav. Ka Hilja ja Mari kurvastavad, et neil on aeg-ajalt raske arvutist pilku eemale pöörata. Sihitu digimaailmas luusimine kohalolu ja teadlikkust ei tunne. Sellest hoidumiseks kasutab Mari nippi: „Ma hoian meelega kodu internetivaba, et peaksin veebis olemiseks kuskile minema – raamatukokku, kohvikusse, tööle. Siis jõuan kõndimise ajal asjalikkusele häälestuda." Sedasama hakkas hiljuti tegema ka Vaim.

Paul toob välja, et paljud asjad, mis teda ühismeedias konksu otsas hoiavad, ei ole üldse huvitavad. Ta üritab tasakaalustada totakat sisu digimaailmast väljapoole jäävaga ja kõiketeadva algoritmi pärast ta ei muretse, kuna ülejäänud elu on tal rikkalik.

HAAVATAVUS MEELITAB EKRAANI ETTE

„Õudne on mõelda, et müüd enda andmeid ja tähelepanu, aga samal ajal oled sihtgrupp, kellele midagi müüakse," raputab Hilja vastikusest pead. Ta toob välja, kui alatu on väsinud, nõrkade ja üksildaste inimeste haavatavuse ärakasutamine. Tundub, et just ühiskonna kõige kaitsetumad grupid on ka tehnoloogia pahupooltele vastuvõtlikumad. Vaimu sõnul kannatavad kehvemal järjel inimesed tehnoloogia tõttu enim kahju: „Kui oled pidevalt magamata ja stressis, on su tähelepanu absoluutselt purustatud ja nii jääd palju kergemini väljapääsu otsides kinni näiteks TikToki."

Teisalt tõrjub aga nutiseadmete laialdane levik neid, kes seda tehnoloogiat ei kasuta. Hirm kõrvalejäämise ees teeb ka loobumise järjest keerulisemaks. Samas ei saa kõik endale nutitelefonist lahtiütlemist lubada – aina enam on töökohti, millega kaasneb nutitelefoni iseenesestmõistetavus.

ME EI PEA ÜKSI HAKKAMA SAAMA

Individualistlik arusaam, et sõltuvusest peab üksi jagu saama, on puudulik. Paul rõhutab: „Me ei peaks ainult iseendaga tööd tegema. See ei ole sinu süü. Need asjad on disainitud sõltuvust tekitama." Vaim toob välja, et ta usub sotsiaaldemokraatlikku riiki, mis aitaks oma kodanikke igasuguse sõltuvuse korral. Hilja sõnul peame küll oma vaimse heaolu eest seisma, aga mitte tundma süüd tagasilanguste pärast. Ta märgib, et nuputelefon ei käi kokku kuvandiga meie e-riigist ja eduloost. Jutt läheb range netihügieeniga IT-spetsialistide peale. „Tavainimestele neid teadmisi ei anta. Mind huvitab, kas IT-valdkonnas töötades ei teki vastutust, et neid tööriistu peaks jagama?" viskab Hilja õhku. Paul ja Vaim toonitavad, et tehnoloogiahiidude tegevust tuleks paremini reguleerida ja nad peaksid oma tehnoloogia eest vastutuse võtma. Õhku jääb küsimus, kuidas reguleerida midagi, mis pidevalt muutub.

Nutineti piiramisega kaasnevat valu ja riski võtavad kõik vestluskaaslased tõsiselt. Vaim toob välja, et sellega tegelemiseks on vaja kollektiivset tööd ja hoitust, ta rõhutab just füüsilise kontakti olulisust. Teda hoiab ka ühiskonnakriitiline teooria, mida ta nimetab filosoofiliseks kognitiivseks sõpruskonnaks.

AEGLUS KUI LUKSUS

Nuputelefoniga kaasnev ebamugavus, äraeksimine ja kohatine isolatsioonitunne tasub end kuhjaga ära – seda tooval esile kõik. Vaim seletab mulle kaunilt, kuidas ta näeb hõõrdumispunkte kui võimalust kontaktiks. „Mulle takistused meeldivad, sealt saab sündida uus maailm," ütleb ta hellalt. „Kui eksin teel Ääsmäele ära, siis pean kõrtsis peatuma ja teed küsima." Ta jutustab, kuidas ta ükskord rajalt kõrvale kaldus ning Bauhofi klienditeenindajalt suuniseid küsis. Sellest arenes vestlus, mille käigus tuli välja, et Vaimu vanatädi päästis klienditeenindaja sugulase küüditamisest.

Kõik neli nendivad, et nuputelefoni kasutamine on suurendanud märgatavalt sisemist ruumi, võimaldanud aeglust ja kontakti maailmaga. Paul kirjeldab enamikule tuttavat tunnet, kuidas pidev infovoog hoidis alal kohustuste alla mattumist. Nüüd on aga ärevus taandunud ja loomingulisust rohkem. Ka üritustel pole enam mõtet ebamugavuse eest telefoni põgeneda. Ta nägi just teiste nuputelefoni kasutajate pealt, et see on võimalik.

Kui Paul ja Hilja arvavad, et nutitelefonilt mahatulek võiks toimuda rahulikult, siis Vaim peab järsust lõpparve tegemisest tingitud ehmatust õpetlikuks. Mari soovitab nutitelefonist loobujal kasutada ühekordset kõnekaarti, kuna telefonifirmaga seotuks jäädes võivad heade pakkumistega pommitavad kõned nutineti juurde tagasi meelitada. See võib tema sõnul demoraliseerivalt mõjuda, eriti neile, kellesse on sõltuvusmuster sisse tallatud.

Vaatame Hiljaga päikselise vee ääres mängivaid lapsi. „Mulle pakub rahuldust, kui teen samu asju, mida need lapsed teevad – nad lihtsalt loobivad kivisid vette. Kui ma ei ole telefonis, saan tegeleda hästi mõttetute, aga tähendusrikaste asjadega. Tahaksin julgustada inimesi FOMOst ja ebamugavusest üle olema." Sellega, et nutinett pole normaalsus, mille järgi peab end kohandama, nõustub ka Vaim: „Võib tekkida tunne, et ma kaotan, kui mind pole eri platvormidel. Tegelikult arenevad need oskused sel ajal teistes eluvaldkondades nii märkimisväärselt, et see on absoluutne võit."

* *Nimi on allika palvel muudetud.*

[1] *Zimmermann, L. 2021. „Your Screen-Time App Is Keeping Track": Consumers Are Happy to Monitor but Unlikely to Reduce Smartphone Usage. – Journal of the Association for Consumer Research, nr 6 (3).*

Modell: Karmel Kibena

KÕIK EI OLE KULD, MIS LAIGIB

Sotsiaalmeedia mullis käib kaubategemine meeldimiste, südamete ning nunnude *emoji*-reaktsioonide valuutas. Oma päevase dopamiiniannuse tõstmiseks võetakse appi nii selfid, meemid, lapsepõlvefotod, kassid kui ka kapibaarad. Vestlustes säästavad aga aega naerunäod ja püstised pöidlad.

Kirjutas **Anne Vetik**, visuaali autor **Diandra Rebase**

Kes laigib, see armastab; sa laigid mind, ma laigin sind, milleks meile küll see mäng; põrgutee on sillutatud laikidega; laigi ja valitse; me vastutame nende eest, keda oleme laikinud.

Aasta on 2005. Käes on kevad. Olen Lasnas enda toas. Arvutilaua all põrandal lösutab koer Larri. Vahin monitori. Tunnen, et olen veidi nagu kalamees, kes ootab, et näkkaks. Näkkamise all mõtlen, et mulle kirjutaks üks tüüp, nimetame teda Antoniks. Facebooki Messengeri ja WhatsAppi sünnini on veel aega, ekraanil on lahti MSN Messenger. Aega läheb, samal ajal jõuan tõmmata LimeWire'iga paar lugu ja hunniku viiruseid, mängida veits ühte šuuterit.

Aga siis ta kirjutab. Vestleme. Mingil hetkel jõuab kahe varastes kahekümnendates humanitaariasnoobi vestlus emotikonide juurde. Muide, „emotikon" tähendab kirjavahemärkidest loodud emotsiooniikooni, „emoji" aga praegu kasutuses olevaid piktogramme. Me kumbki ei kasuta internetisuhtluses emotikone, oleme niivõrd khuulid ja erilised. „Emotikonid on nõmedad!" lepime ühiselt kokku. Larri vaatab mulle niiskete pruunide silmadega otsa. Tal on pikad pehmed oranžid kõrvad. Mul on kõrvad täiesti tavalised, juuksed aga oranžid nagu mu koera karvastik. Saaksime praegu raudselt korralikult laike.

LAIGIMAJANDUSE KUNST

Aastad hiilivad mööda. Facebookile lisaks tekib Instagram. Twitter elab oma elu. Ilmuvad ja kaovad muud platvormid, mille nime enam keegi ei mäleta. Nad ei osanud nii kenasti meie eludesse sobituda, meie reaalsusele piisavalt kergesti tarbitavat, meelelahutuslikku, sõltuvusttekitavat alternatiivi pakkuda. Facebook, Instagram ja Twitter aga oskasid. Ma ei taha mõelda sellele, kui palju ma neis viimase 20 aasta jooksul kokku aega olen veetnud. Tahan lihtsalt dopamiinisüstikesi otse prefrontaalsesse korteksisse. Aastal 2008 läheb Larri „üle vikerkaaresilla". Faking vihkan seda väljendit, jube. Larri lahkumisest ma sotsiaalmeedias ei rääkinud, siis polnud veel kellelgi kombeks seal euloogiaid avaldada, olin niisama kurb ega pidanud vajalikuks poolvõõrastele sellist apdeiti teha.

Praegu, kui tuleb ette Antoniga vestlemist, kasutame mõlemad *emoji*'sid. Mitte küll ohtralt – tegemist on siiski sõnainimestega nii vaibilt kui ka tööalaselt –, kuid siiski kasutame. Heatahtlikku irooniat tähistab tavaline suurte valgete hammastega naerunägu. Tunnete verbaliseerimise asemel oleme läinud lihtsama vastupanu teed – neid märgivad nüüd kollased ninatud jpeg-mordad ja heakskiitu laigid, südamekesed või püstise pöidlaga rusikad. „Hei, kas saadaksid selle loo ära neljapäevaks?" – vastuse asemel laik. Vastsündinud inimese pilt, juures ta kaal ja pikkus ja nimi – laik alla. Kellegi vaimukus FB fiidis, mis pole isegi väga vaimukas, aga me saame *kind of* hästi läbi ja ma saan aru, et tal on vaja heakskiitu – mis seal ikka, laik alla. „Vanaema Leelo lahkus eile igavestele jahimaadele" – kurb smaili, mis on oksüümoron. Ei, oot, a mis teised panid, ahah, jah, paneks ikka selle südant kallistava *emoji*. Kassipilt, elajas vahib lollaka näoga aknast linde – muidugi süda, isegi täitsa siiralt.

Tunnete verbaliseerimise asemel oleme läinud lihtsama vastupanu teed – neid märgivad nüüd kollased ninatud jpeg-mordad ja heakskiitu laigid, südamekesed või püstise pöidlaga rusikad.

NUNNUD LOOMAD SKOORIVAD ALATI

Just kassid, koerad ja muud loomad on parimad instrumendid validatsiooni väljapressimiseks. Mõtle ise: sa ei pea vaevama end 70 selfi tegemisega, tõdemaks lõpuks, et su nina ongi täna selline ja sa pole enam 20. Ei pea reisima kuhugi paradiisisaarele, et otsida päikesepistelisena rannas kohta, kus plastipraht kaadrisse ei jääks. Ei pea jagama kirjutatud artiklikesi, mida nagunii keegi enam lugeda ei viitsi, sest inimesed ei oskagi enam lugeda – nad on õppinud selle asemel pelgalt reageerima, jälgides seejuures, kas nad reageerivad ikka õigesti, näiteks nii nagu nende personaalses sotsmeedia sõbragrupis selle omamulli liidrid. Selle asemel lähed vaatad, mida koer Piibu diivanil huvitavat korraldanud on, teed paar klõpsu, topid ühe Instasse ja laikide kerge vool ongi tagatud. Minimaalne pingutus, maksimaalne tulemus.

Laigikalastamisel võib minna isegi veel lihtsama vastupanu teed, mis ei nõua kusehädalise pudulojusega varahommikul õue roomamist ega kassikarvadesse lämbumist. Retsept on järgmine: pane *follow* näiteks mõnele kapibaarade – ma loodan, et sa ikka tead, kes on kapibaara – märjalt kulgevatele elukestele pühendatud Instagrami kontole.

Jaga paar korda nädalas videoid, kus kapibaarad hüppavad kambakesi vette, söövad muru või pikutavad niisama. Oledki tehtud poiss! Kapibaarad on nimelt praegu ühed populaarseimad Insta-loomad ja kapibaarakontenti jagades saad päris kindlasti mõne südamekese enda arvele kirjutada.

Lisaks kapibaaradele liigub *reels*'i-tihnikus teisigi loomi, leemureid, fennekeid, džunglikasse, pärdikuid, saarmaid. Heal juhul elavad nad loomaparkides, halvemal inimeste kodudes. Totralt laminaatpõrandal ukerdavaid eksootilisi loomi on kurb vaadata, nende liigutusi ja ilmeid vägivaldselt armsaks tõlgendavaid omanikke aga tülgastav. Väikestel ja suurtel vangidel pole vähimatki aimu – nagu ka oma hinge snäkkide nimel meile loovutanud kassidel ja koertel –, et endale sõraastes väärakates tingimustes on tingitud „looduse kroonide" katkistest egodest ja veidrast nunnususfetišist, mis eksisteerib, et tasakaalustada konstantselt huugavat maailmalõpuuudiste voogu.

Kiisupallid ja sõjakaadrid, kevadesse kappavad lehmad ja Bolognese retsept, hirmust tardunud *Tarsius* ja Nestlé reklaam. Sotsmeedia, meie teise, või siis praeguseks juba esimese, kodu järjest polariseerivamad kojad sunnivad meid aina enam janunema südamekeste ja smailikeste järele, mis asendavad mõttevahetusi ja tunnete lahtimõtestamist sõprade ja kallimate vahel. Selle asemel et öelda „ma armastan Sind", saad saata hoopis ühe või kaks meemi ning oodata, kas vastu tuleb pelgalt süda, südame ja „haha" kombinatsioon või siis nalja- või nunnupilt. Ja kõike ei peagi võib-olla välja ütlema, sest päris maailmas polegi vastused alati positiivsed – tõeline suhtlus nõuab ohvreid ka *homo sapiens*'ide, mitte ainult nende väikeste karvaste orjade seas. Üks kehvimaid tundeid on olla väljatõrjutud, tühistatud, üksi. Lihtsam on elada, kujutades ette, et kuulud kuhugigi, kas või kapibaarade austajate sekka. Nii et skrolli aga järjest sügavamale, salvesta tundmatu autori pilte ja videoid, jaga neid jälgijatega, saa laigitud. *Rinse and repeat*.

Selle asemel et öelda „ma armastan Sind", saad saata hoopis ühe või kaks meemi ning oodata, kas vastu tuleb pelgalt süda või siis nalja- või nunnupilt.

Foto: Virge Viertek

Anne Vetik on koeraomanik, kultuurijälgija, suur kapibaarade austaja.

REKLAAMI KEELUSTAMINE KUI SURMAHOOP TÄHELEPANU-MAJANDUSELE

Kaubanduslikud teadaanded vallutasid esmalt leheveerud, siis linnatänavad, seejärel tele- ja raadioeetri, ujutasid üle interneti, tegid võimalikuks tähelepanumajanduse õitsengu ning parasiteerivad nüüd meie alateadvuses. Kas on üldse võimalik kujutada ette elu ilma reklaamita?

Kirjutas **Henri Kõiv**, visuaali autorid **Johanna Reinvald** ja **Diandra Rebase**

Vahetult enne vabariigi aastapäeva ilmus Tallinna magalarajoonidesse kunstiprojekt „Hetk", mis tõi reklaamitahvlitele puruks pommitatud korrusmajad. See mõjus paljudele šokeerivalt. Eriti tundlikult reageerisid Tallinna linnavalitsuse keskerakondlastest liikmed. Lasnamäe linnaosavanem **Julianna Jurtšenko** leidis, et „selliseid pilte ei saa ilma täiendavate selgitusteta avalikes kohtades kuvada"[1]. Tallinna linnavolikogu kultuuri- ja hariduskomisjoni esimees **Kairet Remmak-Grassmann** ütles, et kunstnikel on kohustus pidada silmas ka elanike heaolu ning seda, kuidas väljapanek eri ühiskonnagruppe mõjutab. „Kunst on vaba ja selle väljendusviis samuti, aga kunsti nautijatel peab olema samuti vabadus otsustada, kas nad tahavad ja soovivad seda tarbida või mitte. Miks sunnitakse seda šedöövrit peale neile, kes seda tegelikult näha ei soovi?" küsis Remmak-Grassmann Postimehe veergudel.

Kultuuri- ja hariduskomisjoni esimehe seisukohta jagas ka linnapea **Mihhail Kõlvart**, kes rõhutas, et näitus toimus avalikus ruumis, „kus inimestel polnud valikut, kas plakatitel kujutatud kunstiga tutvust teha või mitte". Põhimõtteliselt jõudsid kõik keskerakondlastest mu-

Miks me ei aruta seda, kas reklaamide väljapanekuks võiks luua eraldi siseruumi, kus tõelised tarbimisfanatid saaksid vabatahtlikult turul pakutavaga tutvuda?

nitsipaalpoliitikud oma arutluskäiguga seisukohani, et kunsti koht on näitusesaalides, mille külastajad saavad ise valida, kas ebamugavate teemadega suhestuda või mitte. Avalikku ruumi satuvad aga erisuguse taustaga inimesed – kunstile eriti haavatavatena mainiti seejuures korduvalt lapsi ja vanureid – oma igapäevatoimetuste käigus paratamatult, mistõttu see peaks olema vaba emotsionaalselt ärritavatest visuaalidest.

Täpsemalt on välja arvutatud, et reklaamimahtude kahekordistamine vähendab õnnelikkuse määra ühiskonnas kolm protsenti.

Kuigi projekt taotles midagi muud ja üks autoritest töötab ise reklaamibüroos, pakub näitust saatev poleemika head võimalust arutleda selle üle, miks peab kunst olema surutud näituseseinte vahele, kuid reklaamidega seoses, mis võivad samamoodi tekitada vaatajas ebamugavust, ilmaolekutunnet või mõjuda objektistavalt, ei küsita, kas nende koht on avalikus ruumis.

Keskerakondlaste argumendid kõlbavad sama hästi ka avalikus ruumis kasutatavate reklaamitahvlite põlu alla panemiseks. Kuidas peaksid suhestuma alkoholireklaamiga lapsed? Kuhu pööravad kiirlaenuplakatit nähes oma silmad lootusetud võlglased? Miks pole üleseksualiseeritud naisekeha kasutavate rehvireklaamide juurde lisatud ühtegi selgitust? Mida peab tundma kroonilises depressioonis inimene, kui talle vaatavad igal tänavanurgal vastu üleelusuurused naeratavad näod? Miks me ei aruta seda, kas reklaamide väljapanekuks võiks luua eraldi siseruumi, kus tõelised tarbimisfanatid saaksid vabatahtlikult turul pakutavaga tutvuda? Kuna avalikkuses käib paralleelselt elav diskussioon reklaamiseaduse muutmise üle, oleks aeg kaaluda ka radikaalset ettepanekut reklaam kui selline üldse keelustada.

KUJUTLUSVÕIMET KOLONISEERIV MILJARDIÄRI

Pea nüüd hoogu, mõtlevad siinkohal ilmselt paljud lugejad. Jälle mingid käsud ja keelud. Reklaamindus pole mingi kõrvaline majandusharu. Prognooside kohaselt ületab sektori käive tänavu üleilmselt esimest korda triljoni dollari piiri. Tegemist on suuruselt kaheksanda majandusvaldkonnaga maailmas. Eestis on kohaliku reklaami ja meedia maht suurusjärgus 150 miljonit eurot. Kultuuriministeeriumi tellitud uuringust selgus, et 2019. aastal tegutses reklaamiäris 1249 ettevõtet, mis pakkusid tööd veidi üle kolmele tuhandele inimesele[2], kelle sekka kuuluvad paljud loomeinimesed, kes muidu ehk prekaarses seisundis vaevleksid. Lisaks külgneb reklaamindus mitmete majandusharudega ning mõni sektor, nagu ajakirjandus, sõltub otseselt reklaamimüügist. Näiteks Delfi Meedia viimase majandusaruande põhjal moodustas reklaamitulu 46 protsenti ettevõtte müügitulust. Kogu veebimeedia ongi ehitanud oma ärimudeli üles reklaamimüügile. Facebooki ja Instagrami emafirma Meta mööda aasta 116 miljardi dollari suurusest käibest moodustas reklaamimüük 97,5%. Kui mündi ühele poole jäävad töökohad ja hiigelkasumid, siis mida on reklaamikeelul vastukaaluks pakkuda?

2007. aastal hinnati, et keskmine linnas elav inimene näeb ühe päeva jooksul 5000 reklaami. Sel ajal oli aga veebiturundus veel lapsekingades ning esimene iPhone jõudnud äsja valitud kasutajate taskusse. Väidetakse, et nüüdseks puutub inimene ööpäevas kokku keskmiselt ligi 10 000 reklaamiga. See number on kolossaalne. Loomulikult ei pööra me kõigile reklaamidele tähelepanu, enamasti on tegemist valge müraga, mida oleme õppinud vaigistama. Aga seegi nõuab mentaalset pingutust ja seda üha enam, mida rohkem püüavad turundajad potentsiaalsete tarbijate tähelepanu köita. Toimub pidev võitlus meie tähelepanu nimel.

Isegi kui tundub, et suudame reklaamitahvleid ignoreerida, vilkuvatest bänneritest mööda vaadata ja ennast turundussõnumeid kuuldes välja lülitada, on ka pidevalt foonil olev müra suuteline meie kujutlusvõimet koloniseerima. Briti teadur **Robert Heath** väidab koguni, et reklaam töötab kõige paremini, kui see jääbki taustamüraks, luues ajus seoseid, mida me ei pane hiljem tähelegi. See selgitab, miks inimesed võivad kalduda mingeid brände eelistama, kuigi nad ei oska ühtegi nende reklaami meenutada.[3] Meie alateadvuse on reklaam juba ammu vallutanud.

REKLAAMI VARJUKÜLG

Reklaamiõpikutes kirjutatakse, et reklaami eesmärk pole mitte mõne toote või teenuse turuosa tervikuna suurendada, vaid see üksnes aitab konkurentidelt, kes pakuvad turul sarnast toodet või teenust, kliente üle meelitada. See peaks vaigistama kriitikud, kes väidavad, et reklaam on süüdi ületarbimises. Tegelikult on ka sellel väitel oma erandid, näiteks täiesti uute toodete või teenuste puhul – ja uudsus on iseenesest üsna ujuv mõiste – aitab reklaam kogu uue tootekategooria tarbimismahtu kasvatada ehk reklaamiga tekitatakse kunstlikult uusi ihasid ja vajadusi. Enamasti selliseid, millel pole suuremat pistmist inimeste toimetuleku ja heaoluga, kuid mis tekitavad pideva vajaduse kuskile pürgida. Meile ei müüda mitte toodet, vaid kujutluspilti ihaldusväärsest elustiilist või identiteedist. Teadlaste hinnangul muudab reklaam inimesed eluga rahulolematumaks. Täpsemalt on välja arvutatud, et reklaamimahtude kahekordistamine vähendab õnnelikkuse määra ühiskonnas kolm protsenti.[4]

Siin pole midagi imestada, kui mõelda ainuüksi sellele, kuidas on ajaloolisel reklaamides naisi kujutatud: meeste vajadusi rahuldavate üleseksualiseeritud objektidena, aksessuaaridena, mis käivad kaasas uhke sportauto või kuldkellaga. Üks 2016. aasta metauuring väidab arvukatele varasematele teadustöödele toetudes, et viis, kuidas naisi reklaamides esitletakse, paneb mõlema soo esindajaid kahtlema naiste pädevuses, moraalsuses ja isegi inimlikkuses, luues nõnda soodsa pinnase naistevastasele vägivallale, misogüüniale ja argiseksismile.[5] Paralleelselt soodustavad reklaamid naiste seas negatiivset kehakuvandit, põhjustavad söömishäireid, madalat enesehinnangut ja depressiooni ehk õnnest on asi väga kaugel.

Reklaamindus põhjustab otseselt ka mõõdetavat keskkonnakahju. Näiteks arvutasid liikumise Adblock Bristol liikmed välja, et ühe kahepoolse digitaalse reklaamitahvli töös hoidmiseks on vaja aastas sama palju elektrienergiat, kui seda kulub nelja majapidamise peale kokku. Selliseid reklaampindu eelistatakse järjest enam, sest need võimaldavad näidata rohkem eri reklaame. New Yorgis asuv Times Square on digitaalsetest reklaamitahvlitest pungil. Ühes päevas kulutatakse sealsete ekraanide käitamiseks 161 megavatti elektrienergiat. Sellest piisaks 160 000 kodu elektriga varustamiseks.

Kui mõni lugeja mõtleb nüüd, et probleemsed on ainult digitaalsed reklaamitahvlid linnapildis, siis ta eksib. Aalto ülikooli teadlased on löönud kokku ka veebireklaamide energiatarbimise, mis moodustab 10–20% kogu internetitaristu energiakulust. Veebireklaamidega seotud aastane heitkogus on teadlaste hinnangul umbes 60 miljonit tonni süsinikku.[6] Võrdluseks: Eesti viimatine kasvuhoonegaaside heitkogus oli 14,3 miljonit tonni. Need häirivad bännerid ja hüpikaknad, mille sulgemiseks kulub usinal veebikasutajal ohtralt klikke, paiskavad õhku nelja Eesti jagu süsihappegaasi. Mõtlemapanev.

Suurbritannias tegutsev ühing Purpose Disruptors on võtnud reklaaminduse ökojalajälje arvutamiseks kasutusele mõiste „reklaamitud emissioonid" (*advertised emissions*). Omavahel korrutatakse mingi sektori kulutused reklaamile, reklaaminduse tootlus sektoris (ehk mitu eurot üks reklaamile kulutatud euro ettevõttele tulu toodab) ning sektori kasvuhoonegaaside emissioon ühe euro toodangu kohta. Selle valemi järgi suurenesid Suurbritannias reklaamitud emissioonid ajavahemikus 2019 kuni 2022 11%, ulatudes kokku 208 miljoni tonnini. Näpuga saab siinkohal osutada süsinikuintensiivsete sektorite ja toodete turundusele, olgu selleks siis fossiilkütused, autotööstus, lennundus või lihatööstus.[7]

NÄITEID KEELUSTAMIS-PRAKTIKATEST

Üks selge suund reklaaminduse ohjamisel ongi sektoripõhiste piirangute seadmine. Neid on alkoholi- ja tubakatoodete või hasartmängureklaamile kehtestatud ka Eestis. Mujal maailmas on laiendatud piiranguid ka süsinikuintensiivsetele toodetele. Prantsusmaast sai näiteks hiljuti esimene Euroopa riik, mis keelustas kliimaseadust vastu võttes ühtlasi fossiilkütuste reklaamid. Sama on teinud kohalikul tasandil sellised linnad nagu Amsterdam, Haarlem, Utrecht, Liverpool ja Norwich. Neis on piiratud muu hulgas ka lennundussektori ja autotootjate reklaamivabadust. Viimased võivad näiteks ainult elektriautosid reklaamida. Lisaks reklaamitud emissioonide vähendamisele aitavad säärased otsused võidelda tarbijaid eksitava rohepesuga. Nimelt on leitud, et maailma viis suurimat nafta- ja energiaettevõtet kasutavad 60% juhtudest avalikus kommunikatsioonis, sh reklaamides mõnda väidet, mis kujutab neid rohelisena, kuigi ettevõtete investeeringutest kulub madala süsinikusisaldusega toodetele ainult kümnendik.[8]

Olgugi et sektoripõhistel piirangutel on mõju ja need annavad ühiskonnale laiemalt signaali mingi tootegrupi kahjulikkusest, tähendab selliste piirangute väljatöötamine piiride tõmbamist, mida hakatakse paratamatult loomingulisel kompima.

Võtame näiteks selle, kuidas A. Le Coq tuli turule karastusjoogiga More Hito, mis kõlab nagu alkohoolne toode ja mida reklaamiti nagu alkohoolset toodet, patustamata sealjuures ühegi seadusepügala vastu. Või Keskerakonna kurikuulsa K-kohukese skandaali. Kõik teadsid, mida parajasti reklaamitakse, kuid selleks et näpp peale panna ja öelda, et see on vastuolus reklaamiseaduse punktidega, on vaja seadust, mis suudaks kirjeldada ära kõik erijuhud, ja palgata ametnikud, kes oleksid võimelised loomingulisi üleastumisi jälgima.

Lihtsam on teha nii, nagu toimiti 2006. aastal São Paulos, kus võeti maha 15 000 reklaamplakatit ja 300 000 kaupluste embleemi. Toonase meeri võitlus „visuaalse reostusega", nagu ta seda ise nimetas, tegi São Paulost esimese linna maailmas, mis keelustas välireklaami täielikult. Brasiilias sündinud algatus on leidnud hiljem järgijaid näiteks India linnades New Delhis ja Mumbais, Euroopas oli esimeseks linnukeseks 2014. aastal Alpi kuurort Grenoble ja ka Pariisis peetakse plaani välireklaame kolmandiku võrra koomale tõmmata.

See protsess on käänuline, sest omavalitsuste jaoks on tihti tegemist olulise sissetulekuallikaga, samuti ei pruugi linn kõiki reklaampindasid hallata. Grenobles võib näiteks bussi- ja trammipeatustes endiselt reklaame kohata. Sagedased on ka olukorrad, kus avaliku taristu ehitab välja mõni eraettevõte, mis saab vastutasuks seda reklaamimüügi eesmärgil välja rentida. Selle hea näide on New Yorgi telefoniautomaatide ümberdisainimine digitaalse ekraaniga avalikeks WiFi-kioskiteks. Avaliku teenuse eest saadi vastu püsiv reklaampind, mida linn enam ei kontrolli.

Häirivad bännerid ja hüpikaknad, mille sulgemiseks kulub usinal veebikasutajal ohtralt klikke, paiskavad õhku nelja Eesti jagu süsihappegaasi.

REKLAAMIVABADUSE HIND

Toodud näidetes on reklaam keelustatud üksnes avalikus ruumis, mis on jagatud ja üldkasutatav. Siin pole inimestel tõepoolest valikut, kui ei kolita just suuremast keskuslinnast ära. Sinna, kus vähemalt Eestis on reklaamivabadus veel norm. Tähelepanumajanduse kontekstis on olulisem see, mis toimub internetis, kus suured digiplatvormid koguvad massiliselt kasutajate andmeid, mis seejärel reklaamiklientidele sihitud reklaamide tegemiseks maha müüakse. Sihitud reklaamid on tekitanud olukorra, kus pärast seljakottide kohta guugeldamist saadavad kasutajat veel kaks nädalat veebis seljakotireklaamid. Lähtutakse eeldusest, et inimeste veebikäitumise põhjal on võimalik nende vajadusi ennustada, kuigi enamasti on kaks nädalat seljakoti-ülekõllust lihtsalt tüütu ja see on käsitletav privaatsusriivena.

Andmed on uus nafta. See on valuuta, mis hoiab tähelepanumajandust käigus ning mõjub reklaamiklientidele nõnda ahvatlevana. Nüüd saab justkui kuvada reklaami ainult nendele inimestele, kellel on parasjagu huvi pakutava toote või teenuse vastu. Seepärast otsivad kõik suured meediakonglomeraadid viise, kuidas võimalikult palju kasutajate andmeid koguda. Sellest lähtuvalt ehitatakse üles uusi ärimudeleid ja digitaalset taristut. Kui aga algatuseks sihitud reklaamid ära keelata, oleks võimalik tabada mitu kärbest ühe hoobiga: tagada paremini kasutajate privaatsus, õõnestada liiga suureks kasvanud digihiidude ülemvõimu, luua ärimudeleid kasutajate vajaduste põhjal ja pakkuda turgutust reklaamiklientide nappuses hinge vaakuvale ajakirjandusele. USAs on isegi käidud välja sihitud reklaami maksustamise idee, millega suunataks saadav tulu tagasi ajakirjandusse.

Euroopa Liidu võitlus oma kodanike privaatsuse eest on juba teinud võimalikuks reklaamivaba Facebooki ja Instagrami kasutamise. Selle eest tuleb kasutajal välja käia 10 eurot kuus. Reklaamivabasid versioone oma platvormist pakuvad ka teised digihiiud, nagu YouTube, mille puhul on kuumakse 8 eurot ja 50 senti. Lugeja võib endalt siinkohal küsida, kui palju ta on nõus reklaamivabaduse eest maksma. Neid hindu pole platvormid kindlasti huupi valinud, vaid need lähtuvad pigem sellest, et senine reklaamipõhine ärimudel kokku ei kukuks.

Mitte keegi ei armasta reklaame, kuid meile meeldivad teenused, mida nende kuvamise eest tasuta vastu pakutakse. Demokraatia üks vundament – vaba ajakirjandus – on muutunud praegu sisuliselt millekski, mis prinditakse reklaami tagaküljele. See asjaolu peaks meid kõiki murelikuks tegema ja panema mõtlema alternatiividele. Eestis on veel vähemalt võimalik ka avalik-õiguslikku meediat jälgida, kus reklaamivabadus on nii absoluutne, et selle nimel udustatakse intervjueeritavate sportlaste riideid ja suuski identifitseeritakse margi asemel nende värvi järgi. Seega on võimalik reklaamivabadust läbiva põhimõttena rakendada. Küsimus on lihtsalt selles, mis on selle hind ning potentsiaalsed mõjud sõna- ja ettevõtlusvabadusele või demokraatia toimimisele. Päris kindlasti ei saa omistada reklaamile Turundajate Liidu kombel riiklust kaitsvat funktsiooni. Seda rolli täidab palju paremini kunst, mis võiks reklaami asemel meie kujutlusvõimet koloniseerida.

[1] *Truvorova, O. 2024. Psühhiaater: sõjakoleduste näitus on küll mõjus, kuid selgitusteta ja tänavatele sobimatu. – Pealinn, 27.02.*

[2] *Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. – Eesti Konjunktuuriinstituut, 2022.*

[3] *Heath, R. 2002. The Hidden Power of Advertising: How Low Involvement Processing Influences the Way We Choose Brands.*

[4] *Michel, C.; Oswald, A. J.; Proto, E.; Sovinsky, M. 2019. Advertising as a Major Source of Human Dissatisfaction: Cross-National Evidence on One Million Europeans. – CEPR Discussion Paper Nr. DP13532.*

[5] *Ward, L. M. 2016. Media and Sexualization: State of Empirical Research, 1995–2015. – The Journal of Sex Research, nr 53 (4–5).*

[6] *Pärssinen, M.; Kotila, M.; Cuevas, R.; Phansalkar, A.; Manner, J. 2018. Environmental impact assessment of online advertising. – Environmental Impact Assessment Review, nr 73.*

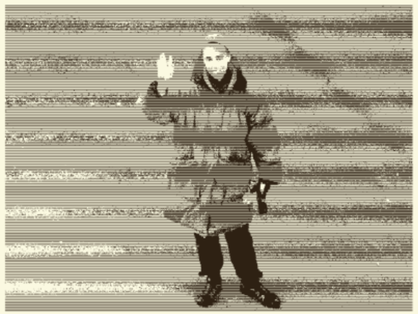
[7] *Advertised Emissions. The Temperature Check 2022.*

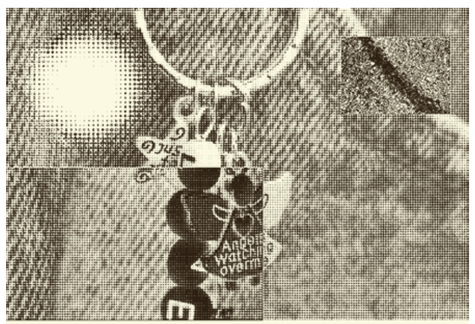
[8] *Yoder, K. 2022. Oil companies say they're going green, but their investments tell another story. – The Grist, 09.09.*

ESIMENE LAINE

Autor **Avocado Ibuprofen**,
tõlkis **Aleksander Tsapov**

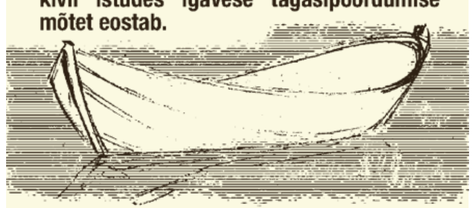
lockdown'i esimesel nädalal olime liiga hirmul, et kohtuda. J tegi ettepaneku, et nad võiksid minu akna alla tulla. saaksime distantsilt üksteisele lehvitada. tegin foto neist lehvitamas.





aastaid hiljem küsis keegi minult ühel peol, mis tunde see tekitab, see jälgijaskond, mille olin kogunud, kvantifitseeritud teadmine, et inimesed loevad mind, pööravad mulle tähelepanu. ma otsisin tunnet ja sõnu selle kirjeldamiseks, kuid ma ei leidnud midagi.

kui ma lõpuks koroonasse nakatusin, olin rongiga šveitsi piiri ületamas. täheldasin, et šveits on haigete maa. võlumägi, eutanaasiakapslid, lohutavad pralineed, nietzsche, kes silvaplana järve kaldal oma kivil istudes igavese tagasipöördumise mõtet eostab.



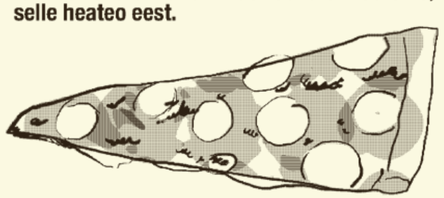
viiruse väljahigistamises parkla ja kiirtee vahel asuvas kibekallis säästuhotellis polnud aga midagi liialt romantilist. öösel valgustasid mägesid välgulöögid.

veetsin kogu oma aja telefonis. ekraan kiirgas. olin tänulik internetiühenduse eest. maailm liikus klaasi all, kui sõrmi üle selle libistasin.

ma postitasin palju. mu jälgijaskond neljakordistus. ka kõik teised olid paigale takerdunud. midagi ei saanud teha – niisiis me vaatasime.

ma ei tajunud neid jälgijaid. neil ei olnud kaalu ega lõhna. nad ei teinud häält. me ei hinganud sama õhku.

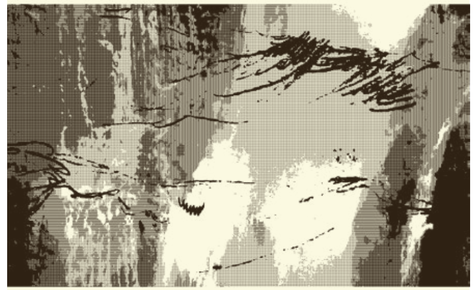
üks sõber juhtus samal ajal baselis olema. ta tõi mulle pitsat, hoidsime hotelli parklas turvalist distantsi ja sõin pitsat oma toas, tundes tohutut tänulikkust selle erilise eine, selle heateo eest.



mu jälgijad ei saanud mulle midagi tuua. nende käest midagi paluda tähendaks potentsiaalselt ohtlikku suhtlemist nendega. neile toetumine toidaks ebatervislikke parasotsiaalseid suhteid. nad ei võinud teada, et ma selles hotellitoas kannatan.

Avocado Ibuprofen
(snd 1333) on Helsingi kunstniku Jaakko Pallasvuo loodud *online persona*.

oluline oli jääda kehatuks hääleks, peegeldava, jaheda pinnaga memeetiliseks basseiniks. kujundada vaatepunkt, kuid mitte olla kunagi otseselt tajutav.

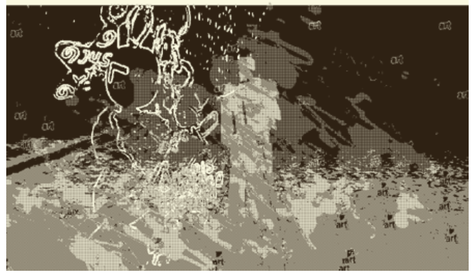


suits ja peeglid pidid olema hoolikalt sätitud, et täiendada tõde.

ma mõtlen üha rohkematele sõpradele, kes on sotsiaalmeediast lahkunud. võib-olla on nad minust osavamad lojaalsuse, solidaarsuse ja läheduse hoidmises päriselus. nad on valmis seda proovima.

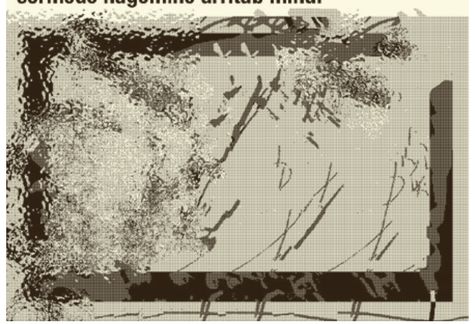
see tekst on jama. pandeemia ei huvita enam kedagi. keegi ei taha sellest lugeda. ometi toimub kõik praegu sellest mõjutatuna, küllastununa tagajärgede maitsest.

linn on mattunud paksu udusse. õhk seisab paigal. see on nagu 1990ndate videomäng, mille renderduskaugus on haletsusväärne. inimesed triivivad udus. nad räägivad telefoniga või hoopis iseenda või mõne ingliga, keda ma ei näe. seadmed on nüüd nii väikesed, et ma ei saa aru, kas miski võtab nende häält vastu.



vanamehe seljakotis on piimapakk katki läinud. ta seisab udusel sillal, mida tahan ületada, tühjendades oma seljakotti ja pannes asju asfaldile. tal on kaasas väike koer. koer vaatab kannatlikult, kuidas mees oma seljakotti tagurpidi keerab. nii palju piima voolab välja.

paarike kõnnib käsikäes enesekindlalt üle hämara ristmiku. bussid ja taksod peatuvad neile teed andes. vaatan neid teed ületamas. nad on nii julged, nagu nendega ei saaks kunagi midagi halba juhtuda. nende põimunud sõrmede nägemine ärritab mind.



SINU IHADE TESTAMENT

Kuidas iha su tähelepanu võitis ja te käsikäes peegli taha kadusite.

Aleksander Tsapov

Sulle tundus, et üleilmne võrgustik annab sullegi ihaldatud õiguse tunnustusele ja tähelepanule.

Sa nägid seal oma kujutistel eluõigust ja hakkasid janunema kõikide teiste kujutiste järele.

Sa lõid endale kontod, varjunimed, avatarid, vaevukuuldavad salasõnad ning ühenduse inimestega.

Sa õppisid ära põhimõisted, nagu „megapiksel" ja „metaandmed".

Sinu ekraaniajaks oli kogunenud kaks kuud.

Sa piraatisid Photoshopi ja hakkasid kujutisi enda näo järgi manipuleerima, sa laadisid neid üles blogidesse.

Sa nägid vaeva oma Flickriga, tundes südames soojust selle üle, et oled fotograaf.

Sa sisenesid iMovie ja Windows Movie Makeriga peeglifaasi, su liikuvad varjud imbusid YouTube'i, anonüümsed vaatajad erutasid sind.

Sa armusid Tumblrisse, see ei olnud rõve, see ajas sind pisut kiimaseks.

Sa tüdinesid digiseebist ja leidsid mängusõbra uuest lelust – kaameraga nuputelefonist, sa ei teadnud veel, et selle räpane piksel on kunagi *cool*.

Sinu ekraaniajaks oli kogunenud üheksa kuud.

Sa tegid oma esimese pildi suhkrusest toidust, see sai neli meeldimist, see oli ülimalt erutav, su ihal oli nüüd oma pesa.

Sa liitusid Facebookiga ja sinust saigi maailm, sa õppisid ära sõna „stalker".

Sa hakkasid vist aru saama, mis on meem, sa naersid nii joviaalselt.

Sa õppisid ära sõna „viral" ja valasid endale ämbrist jääkülma vett pähe, sul tuli kananahk ihule.

Sa vaatasid vesistades Google Glassi reklaami, sa tundsid närvilõpmetes augmenteeritud naudingut.

Sinu ekraaniajaks oli kogunenud kolm aastat.

Sa punnitasid oma esimesed pardihuuled ja saatsid oma esimese *nude*'i, sa olid ebakindel, sa ei teadnud veel, milline nurk on *hot*.

Sa tüdinesid oma nuputelefonist ja vandusid truudust nutitelefonile, sa ei teadnud veel, et tõmbad läbi selle musta klaasi endale ninna kogu maailma.

Sa kasutasid kõiki Instagrami filtreid, *lomo-fi* tegi kõik eriti higiseks.

Sa ei suutnud valida oma Tinderi profiilipilti, aga su alastipildid juba olid midagi.

Sinu ekraaniajaks oli kogunenud neli ja pool aastat.

Sa lisasid oma avatarile eri riikide lippe, isegi kui terrorirünnakud ja maavärinad ei erutanud sind.

Sa flirtisid õiglaste eesmärkidega, sul oli üheöösuhe aktivismiga.

Sulle tundus, et su kujutis on tulvil hormoone ja see paneb maa su ees kaheks murduma.

Sul oli tuhandeid meeldimisi, su iha kolis avarasse villasse.

Sa ei vaadanud end liiga kaua peeglist, sest see ei kiiranud.

Sinu ekraaniajaks oli kogunenud viis aastat.

Sa libistasid käe näorakenduse põlvele ja su surelikkus piilus kardinate vahelt.

Sa alistusid TikTokile esimesest silmapilgust, su iha ehitas endale linna.

Sa võrgutasid oma liikumisega ja pikslid valasid su üle vahuveiniga.

Sa tegid oma esimese ara ettepaneku tehisarule, sa tundsid end kui paheline preester.

Sinu ekraaniajaks oli kogunenud kuus ja pool aastat.

Sa soetasid endale drooni, sinust sai jumalus.

Su kehaline afäär analoogkujutistega süvenes ja see maandas kassi.

Sulle tundus, et need kuus ja pool aastat võiksid hakata end tagasi teenima, ehkki kartsid, et sinu kujutised pole piisavalt ligitõmbavad.

Sind lohutas *lockdown*'is üleilmse võrgustiku kommunaalsus.

Sinu ekraaniajaks oli kogunenud seitse aastat.

Sa ei saanud enam aru, kuidas algoritmi end uuesti armastama panna. Kas sa ei erutanud enam teda? Kas olid unustanud *filler*'i?

Sa ostsid endale jälgijaid ja nad andusid sulle kuulekalt.

Sa leidsid esimese sponsori, sa võisid nüüd kuu aega ainult libedat jogurtit süüa.

Sa proovisid oma kujutiste eest tasu küsida, mündid pudenesid põrandale.

Sinu ekraaniajaks oli kogunenud kaheksa aastat.

Sa tröötasid oma kujutisi tuhandete filtritega, su silmad oksendasid.

Su digimeik tuli maha ja sa pidi ennast peeglist kontrollima.

Sa kustutasid viiendat korda oma kontod ära ja saatsid avatarid tuleriidale.

Sinu ekraaniajaks oli kogunenud seitse aastat ja 364 päeva.

Sa postitasid 411 korda enda kujutise, mis karjus: „Ihalda mind!"

Sa nägid endast pilte ja lühivideoid palmi all, kohvikus, kunstinäitusel, liftis, spordiklubis, lennukis, kontserdil, voodis, vetsus, metsas, duši all ja sinu miraaž hingeldas, sinu kujutisel oli õigus olla seal, kus ta oli.

Sa postitasid ikka ja jälle võõraid kujutisi, sa olid kupeldaja ja lurjus, aga kõik olid.

Su vaimne tervis keeras jälle halvemuse poole, sa teavitasid sellest maailma.

Sa ei teinud vahet peeglil ja ekraanil, su naeratus voolas maha, sa pidid minema mälestustesse ja ennast arhiivist uuesti üles laadima.

Sinu ekraaniajaks oli kogunenud üheksa aastat.

Sa õppisid ära sõnad „digihügieen" ja „digiprügi", see tekitas sinus veidrat ekstaasi.

Sa oskasid oma kujutisesõltuvusega tegeleda.

Su iha kolis taevasse pehmesse siidvoodisse.

Aga sa tundsid häbisööste kujutiste pärast, mis hoiatamata pinnale kerkisid, sa õppisid neid padjaga lämmatama.

Sa väänlesid seda tugevamalt, mida enam tehisnärvivõrk sind kõditas.

Tema soojad tundlad jooksid mööda su külge üles ja ta hammustas su kaela.

Sinu ekraaniajaks oli kogunenud kaksteist aastat.

Sulle tundus aeg-ajalt, et see orgia on pikale läinud, aga sa tegid peale.

Sul oli raskusi selles keemilises bordellis oma kujutiste eristamisega.

Paistis, et teised võtavad su kujutistelt ruumi ära, aga sa ei protestinud.

Sa said arve, aga ei maksnud seda ära.

Sa võtsid koos kujutistega libiidot taastavat õlivanni ja te libisesite mööda trepiastmeid välja.

Te voolasite läbi niiske soklikorruse, mille su iha oli endale üürile võtnud.

Su nahk kuivas ja pinnad hakkasid teid kriimustama, sa kontrollisid peeglist, kas midagi on katki.

Sa andsid maailmale teada, et sind võib üles korjata ja seinale kinnitada.

Su iha oli pikali ja puudutas ennast tühjast kohast.

Sulle tundus, et te hakkate koos veel suuri asju tegema.

Illustratsioon: Aleksander Tsapov

PERSOONIBRÄND KUI ÕNNISTUS JA ÕNNETUS: BRIGITTE SUSANNE HUNDI KAASUS

Iseendast brändi tegemine kõlab nagu oma aja peremehest diginomaadi unistus, aga mis saab siis, kui bränd, mida on aastaid ehitatud, inimteguri tõttu lagunema hakkab?

Kirjutas **Silvia Urgas**, visuaali autorid **Johanna Reinvald** ja **Diandra Rebase**

Kui su sotsiaalmeedia voog sarnaneb vähegi minu omaga, on väga tõenäoline, et pea iga teine postitus müüb sulle midagi. See ei tähenda, et oled andunud brändide või *influencer*'ite jälgija, pigem on saanud turundajad su enda sõpradest ja tuttavatest. Ühel tuli välja uus raamat, teine avab näitust, kolmas on pannud püsti käsitööna valmivate koerte kaelarihmade äri, neljas kuulutab, et nõustas just edukat tehingut, viies *dropship*'ib midagi Hiinast, kuues korraldab mälumängu jne *ad infinitum*.

Me kõik, kes me oleme otsustanud sotsiaalmeedia karussellile ronida, peame paratamatult müüma ka iseennast.

See ei ole etteheide, ma olen ise täpselt samasugune. Me kõik, kes me oleme otsustanud sotsiaalmeedia karussellile ronida, peame paratamatult müüma ka iseennast. Vali endale isikubränd ja hakka selle brändiraamatust lähtuvalt postitama. Kas oled noor professionaal või on sinu nišiks hoopis peod ja dekadents? Armastad välismaareise ja restoranikülastusi, treenid maratoniks või oled noor lapsevanem? Kas sind huvitab fotograafia või rühid finantsvabaduse poole? Renoveerid korterit? Tee sellele konto. Võtsid koera? Tee talle konto. Loed palju raamatuid? Tee neile konto. Isegi brändi puudumine on omamoodi bränd (kas postitad nagu Z-põlvkondlane või *millennial*?), ka eetrivaikus on seisukohavõtt. Mida selgem on su imago, seda rohkem tähelepanu see tõmbab ja seda suurem on võimalus tuhandete teiste postituste keskel silma jääda.

Gossip lähendab ja liidab, paljud sõprused on rajatud kauniste aadete asemel millegi ühiselt vihkamisele või kellegi üle ilkumisele.

Tööalaselt ei ole paljudel, eriti loovinimestel, muud valikut kui end lõputult müüa ja turundada. Kes sind ikka üles kiidab kui mitte sa ise? Kes tuleb su uuele lavastusele või kontserdile, kes loeb su artikleid või vaatab su filme, kui sa neist ei räägi? Aga enese turundamisest ei pääse ka mitmete muude erialade puhul. Töötan advokaadibüroos ja isegi vähimagi ambitsioonita saada staaradvokaadiks oleks mõeldamatu, kui keelduksin sisulisele tööle lisaks kohtuvõitude kajastamisest, arvamusartiklite kirjutamisest või esinemiskutsetest. Nii see lihtsalt ei käi, nelja seina vahel võin olla nii asjatundlik kui tahes, aga kui see väljapoole ei paista, jääb mu töö poolikuks. Üks haridusvaldkonnas töötav sõber räägis, et neile tehti tööl põhjalik isikuturunduse koolitus, kuigi esmapilgul ei peaks see tema ametiga sugugi kaasas käima.

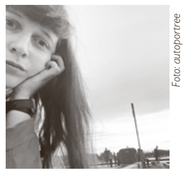


Foto: autoportree

Silvia Urgas ja tema tiim töötavad ööpäevaringselt Urgase brändi kallal. Sõelale on jäänud järgmised nimetused: vandeadvokaat, pensionil luuletaja ja varjusurmast väljuv kirjanik. *Like* ja *subscribe*: *silviau.substack.com*

FAUSTLIK TEHING ISEENDAGA

Vox kirjutas hiljuti ühest 65-aastasest raamatupidajast, kelle tööandja soovitas tal LinkedIni postitada, et seal oma persoonibrändi ehitada.[1] LinkedIn on üleüldse korporatiivse isikuturunduse õuduste lõpuboss, koht, kuhu muidu normaalsed ja toredad inimesed lähevad, et olla *humbled and honored* ja postitada lauseid, mida kellegi keel päriselus ütlema ei paindu. Keegi on kusagil otsustanud, et mõnes ametis või tööotsijana on vaja seal olla, ei mäletatagi miks, aga selles ei juleta ka kahelda.

Piiri enda professionaalse tegevuse promomise ja isikubrändiks saamise vahele on aina raskem tõmmata. Hiliskapitalistlikus ühiskonnas on vabaduse sümboliks iseenda ja oma aja boss olemine. Üks võimalus traditsioonilise palgatöö ahelatest vabaneda on müüa iseennast kui *influencer*'it ja meelelahutajat, aga poole vinnaga seda teha ei saa, siis on vaja anda endast kõik, nii heas kui ka halvas. Eesti sotsiaalmeedia staarid näitavad iseendast külgi, mida muidu näeksid vaid nende sõbrad, udustest Insta *story*'dest maksumüüri taga peituvate blogipaljastusteni.

See toob kaasa parasotsiaalse sideme sisu tootja ja selle tarbija vahel, kuni lõpuks räägid sõpradega kokku saades iseenda eraelu kõrval sama detailsusastme ja sisemise põlemisega **Brigitte Susanne Hundi** ja **Kristina Pärtelpoja** viimasest tülist. Kõmu jagamine pidavat olema ürgne instinkt, mis on küll madal ja pealiskaudne, aga inimesele ometi nõnda loomuomane. Sõber räägib mulle midagi mahlakat ja skandaalset, mida ma ei tohiks edasi jagada – järelikult ta usaldab mind. Tänutäheks pakun talle vastu enda kuuldud klatši. Oleme langetanud kaitsemüüri ja astunud sammu teineteisele lähemale, kogudes kõmujagamise käigus infot teise väärtushinnangute ja arvamuste kohta, heal juhul saanud ka kõhutäie naerda. *Gossip* lähendab ja liidab, paljud sõprused on rajatud kauniste aadete asemel millegi ühiselt vihkamisele või kellegi üle ilkumisele. Lähedaste elus surkimisega kaasnevad oma ohud, nii võib päriselt suhteid lõhkuda ja inimestele haiget teha. Lõputud tõsielusarjad, mis koosnevad ainult draamadest, ja *influencer*'id, kes pakuvad ilma igasuguse eelarve ja stsenaariumita kerget jututeemat sadadele grupivestlustele ja kohvinurkadele, toimivad justkui platseebona.

ISIKUBRÄNDI PRINTSESSI IMPERIAALNE FAAS

Brigitte Susanne Hunt ehk brändingu musternäitena lihtsalt BSH (tõeliselt kuulus olemise üks tunnus pidavat muu hulgas olema see, et täisnime pole vaja kasutada) ilmutas end Eestis laiemale üldsusele 2010ndate keskpaigas. BSH trajektoor oli esmapilgul üsna sarnane mitmete teiste eesti staarikeste omaga: rollid eesti sarjades, tööotsad raadio- ja telesaatejuhina ning muidugi Instagram ja lõputu tootepromo. Avastasin 2016. aasta arhiivides kolades, et tollal nimetati BSHd superblondiiniks ja **Grete Kleini** klooniks; need paralleelid on mõlemad naised nüüdseks enda küljest maha raputanud.

BSH positsioneeris end võrdluses teiste eesti staarikestega, kes otsustasid Instagrami ja **Kardashianite** ajastul kuulus olemisega kuulsaks saada, järgmise **Anu Saagimina**. Ühest küljest on BSH seksikas blondiin, kes teeb suu lahti siis, kui teised peavad viisakaks vaikida, ning on alati valmis andma ajakirjandusele skandaalse tsitaadi seksist, suhetest või ilus olemisest, kuid teisalt trikster, kes vaid esineb seksika blondiinina, kuna see müüb paremini kui vagur kartulijuus.

Skandaal toob klikke ja klikid toovad raha, seda teadis Tartu Ülikoolis ajakirjanduse bakalaureusekraadi saanud BSH algusest peale. Lolliks peetav tark naine, kes loeb naerdes kokku masse manipuleerides teenitud rahapatakaid ning näeb samal ajal imeline välja. Selline vaikiv kokkulepe BSH, meedia ja publiku vahel töötas aastaid – kellele meeldis BSH, kuna teda ja ta tsitaate oli lõbus vihata, kes ilastas tema Instagrami piltide peale, kes pidas teda parishiltonlikuks pooliroonilisekс meelelahutajaks.

Pet Shop Boysi **Neil Tennant** tuli kaheksakümnendatel lagedale väljendiga „imperial phase" („imperiaalne faas"). See tähistab aastaid, mil artisti populaarsus ja kriitikute heakskiit saavutavad sümbioosis sellise tipu, et kogu maailm tundub nende jalge ette viskuvat. „Thrilleri" **Michael Jackson**, „Purple Raini" **Prince**, „The Eras Touri" **Taylor Swift**. Aga ükski imperiaalne faas ei kesta igavesti. Sealt saab graatsiliselt alla liuelda või kolinal maha kukkuda. BSH imperiaalne faas saabus 2022. aastal saatega „Vallaline kaunitar". Ühtäkki teadsid BSH nime ka emad ja vanaemad ning saates kujutati teda parimal moel – empaatilise noore naisena, kes soovis leida oma elu armastust. BSH aktsiad ei olnud kunagi varem nii kallid olnud. Isegi purunenud kihlusest praeguse riigikogu liikme **Hendrik Johannes Terrasega** tuli BSH välja pigem võitjana – teadmata kahe inimese suhte üksikasju kippus poolehoid vägisi minema murtud südamega naisele, kes oli äsja kogu oma eraelu televaatajate ette ladunud.

INIMENE SAAB BRÄNDIST TAAS VÕITU

Sealt edasi hakkas aga BSH hoolikalt tuunitud isikubränd mõranema. Selleks et kõik Müürilehe intelligentsed ja oma aega väärtustavad lugejad asjaga kurssi viia, on vaja teha kiire kokkuvõte viimase aasta skandaalidest. Kuna BSH eraelul ja äril on raske vahet teha, hakkasid keerulised inimsuhted paratamatult mõjutama ka brändi. BSH läks raksu mitme kunagise sõbranna ja koostööpartneriga ning tülisid peeti avalikult. Esmalt ilmusid BSH ja tema endiste sõbrannade Instagrami *story*'desse krüptilised sõnumid, kuidas nad avastasid, et inimesed nende ümber ei olegi päriselt nende sõbrad. Siis postitas BSH oma veebilehele detailsema, aga tasulise loo sellest, miks järjekordne sõprus uppi lendas. Endised sõbrannad läksid aga populaarse blogija **Malluka** jutule, kes postitas oma maksumüüri taga peituvasse blogisse sõbrannade versioonid juhtunust. Traditsiooniline meedia, nagu Kroonika ja Elu24, sai kätši vaid refereerida, kuna tootmisvahendid kuulusid seekord töölistele endale, kes artiklitega ilmselt kõvasti teenisid. Kõik skandaalid olid esitatud nii meelelahutuslikult, et uudishimulikul kõmutarbijal võis meelest minna, et kuululjuttude taga on päris inimesed ja nende väidetav päriselu. Grupivestlused huugasid, kollased portaalid ja blogid mõnulesid lugejate külluses ning BSHl jäi üle vaid **Russell Crowe'** gladiaatori stiilis küsida: „Are you not entertained?" Meel oli küll lahutatud, aga kogu lõbu käigus tekkis ka kahtlus, kas BSH ikka on Anu Saagimi stiilis trikster, kes täielikult enda narratiivi kontrollib, või on mask langenud.

BSH imperiaalset faasi pidi kroonima tema eluloraamat „Ärahellitatud printsess", millele võis blogi tuules suurt müügiedu loota. Sellele plaanile tõmbas aga vee peale raamatus luba küsimata Delfi Meediale kuuluvate piltide kasutamine, mistõttu teos korjati lettidelt ja BSH pidi raamatuid oma kodulehel müüma, nii et autoriõigust rikkuvad lehed olid välja rebitud. USA ajakirjanik **Cat Marnell** kirjutas oma eluloraamatus „How to Murder Your Life" (mida saab osta poest kõigi lehtedega), kuidas ta enda isikubrändi nullindate naisteajakirjade ilutoimetajana põlema pani ja selle tuhast häbematu New Yorgi peotüdruk ja *indie sleaze*'i ikoon sündis. Marnelli raamat on küll kohati väga kurb lugemine lapsepõlvetraumadest ja sõltuvusprobleemidest, kuid tal õnnestus brändida oma täiuslik fassaad ümber millekski senisest ohtlikumaks ja kaootilisemaks. Tema uueks imagoks sai valusalt aus ja kõigi vigadega päris inimene.

JUURATUDENG KUI POPKULTUURI FENOMEN

„Vallalise kaunitari" järgne imagosurm küll ilmselt kasvatas BSH kui isikubrändi tuntust, kuigi ehk mitte päris nii, nagu brändi taga seisev inimene ise soovis. BSH ei mõrvanud aga oma hoolikalt kureeritud brändi Cat Marnelli stiilis, vaid valis oma laeva uueks kursiks glamuuri ja peomõllu asemel sportimise ja õigusteaduse, asudes õppima Tallinna Ülikooli ja propageerima tervislikku elustiili. Nüüd leiab tema blogist eraeludraamade lahkamise kõrval ka tervislikke koogirettsepte, mõistagi maksumüüri tagant. Õiguse õppimine kui üks enesebrändingu viis pole olnud nii populaarne alates 2001. aastast, kui „Arukas blondiin" kinno jõudis. Kui tahad näidata, et oled midagi enamat kui Instagrami-kaunitar, järgi Kim Kardashiani ja BSH eeskuju ning asu tudeerima võlaõiguse üldpõhimõtteid. Muidugi demonstreeriks vaimseid võimeid ka IT või geenitehnoloogia õppimine, aga kahetsusväärselt pole teistest erialadest selliseid Hollywoodi sarju ja filme valminud. Need lihtsalt ei kõla nii kutsuvalt kui juura.

BSH positsioneeris end võrdluses teiste eesti staarikestega, kes otsustasid Instagrami ja Kardashianite ajastul kuulus olemisega kuulsaks saada, järgmise Anu Saagimina.

Julia Cameron tõi raamatus „Loovuse teel" välja, et advokaadiamet paelub sageli inimesi, kellele meeldib esineda ja kes tahaksid saada hoopis näitlejaks, aga ei julge sellist riski võtta ning otsivad endale kindlamat ja tasuvamat ametit. Lisaks kaasneb õigusteadusega prestiižne maine, mis jääb ühe keskmise juristi igapäevatööst küll tihtipeale sama kaugele kui keskmise raamatupidaja omast, aga eemalseisjad ometi ära võlub. Vähe on rohkem väljakannatamatuid inimesi kui esimese kursuse juuratudengid, võin seda enda näitel kinnitada (ja vabandan nende ees, kes mind tollal tundsid). Vaid üksikud värsked juurakad pääsevad nakatumisest pisikuga, mis paneb neid igal võimalikul juhul rääkima abstraktsioonilisest või kausaalahelast, tsiteerima põhiseadust ja ladinakeelseid õigusmõisteid ning piinama sõpru toidupoes miniloenguga müügilepingu sõlmimise teemadel. Õnneks mööduvad sellised sümptomid tavaliselt umbes aastaga. Endise juuratudengina on armas ja omamoodi nostalgiline BSH Instagramis neid ilminguid jälgida.

BSH valis oma laeva uueks kursiks glamuuri ja peomõllu asemel sportimise ja õigusteaduse, asudes õppima Tallinna Ülikooli ja propageerima tervislikku elustiili.

LEIA ELU MÕTE JA KAUBASTA SEE KOHE

Nüüd üritabki BSH olla korraga oma elu armastust otsiv noor naine, intelligentne algaja õigusteadlane, glamuurne skandaalitar, ropult aus meelelahutaja ja tervislike eluviiside propageerija ning seda kõike BSH brändi alla suruda. Kui see juba temal nii raskelt tuleb, siis mis lootust meil teistel on? Internetis ei ole kellelgi aega nüanssideks, vali üks teema või esteetika ja jää selle juurde. Kui sõprade ja tuttavate sotsiaalmeedia sisu kerides meile loodetavasti meenub, et selle taga on päris inimesed kõigi oma nõrkuste ja vigadega, siis vööraste sisuloojate elud on justkui kaubamärgistatud ja kaubastatud. Need on inimesed, kelle saab riiulilt võtta ja seejärel sinna tagasi panna, kui ette hüppab mõni uus ja huvitavam.

Google'i otsing ütleb, et persoonibränd on protsess, mille käigus defineerid ja promod seda, mille eest sa indiviidina seisad – bränd nimega Sina. Ehk vaja pole teha ei rohkem ega vähem kui mõelda välja, mis on su elu mõte, ja vormistada see LinkedIni karusselli või Instagrami ruutu. Ega iseendast kuvandi loomine pole midagi uut, ikka vana hea Jungi *persona*, 2024. aastale omaselt steroididel, **Logan Pauli** energiajooki Prime täis pumbatud ja TikToki vertikaalsesse kaadrisse surutud. Peaasi et me ühel hetkel ei avastaks, et erialaselt või miks ka mitte pelgalt inimesena kasvamise asemel on meist saanud suurepärased turundajad, kes on sisulised teemad unarusse jätnud, aga oskavad end imeliselt brändida.

[1] *Jennings, R. 2024. Everyone's A Sellout Now. – Vox, 01.02.*

Modellid: Maris Vahter, Robin Pints, Sofia Schneider, Kaia-Liisa Jõesalu, Joost Jansohn, Mika Filleul

ENESEPROMO RÕVE PINGE

Luua või jagada? Iseend promoda või mitte promoda? Vaatemängulisus või *humble* mull? Instagram või TikTok?

Mariliis Mõttus, **Helena Aadli** ja **Aleksander Tsapov**

Paiguti tundub kogu sotsiaalmeedia olevat muutunud üsnagi sirgjooneliseks reklaamitandriks – kuidas aga suhtuvad loomeinimesed, artistid jt survesse iseenda töid ja tegemisi pidevalt pildil hoida? Või kas see on surve, kui seda saab teha ka rõõmuga ja orgaaniliselt? Skaala teises otsas paiknevad kultuurisfääri asukad, kes platvormidest kogu täiega eemale hoiavad (või teeksid seda, kui see nende töös võimalik oleks).

Fota: Johanna Reinvald, töötlus: Karmel Kibena

IGAVENE INSTA-TÜDRUK ELINA MASING

Võib üsna kindlalt väita, et Instagrami tulek on aidanud kaasa artisti ja publiku vahelise neljanda seina lõhkumisele – kuigi kohati on see näiline, on artistide isiklikel kontodel lubatud rohkem kaootilisust ja vabadust ning antud *copywriter*'ite sõrmedele puhkust, sest nagu galeriis aknalauale jäetud kohvitopsiga, on ka sotsiaalmeedia võimuses suviliselt pannile lajatatud munast kunst teha. Olme ja oma tööde vahelisel õhkõrnal piiril toimetab ka Elina Masing, artistinimega Valge Tüdruk, kes tegutseb nii muusiku, näitleja kui ka etenduskunstnikuna. Kõige kodusemalt tunneb ta end Instagramis, kus ta oma tegemisi regulaarselt jagab (kuigi hiljuti proffidelt saadud tagasiside põhjal mitte piisavalt). Kuskil kaugel lohiseb Facebook ja alles äsja müüs ta hinge TikTokile, et promoda oma mais ilmuvat albumit „EMO G". „Insta-*life* tundub mulle loomulik, Faseka ja TikToki haldamisega kaasneb rõve pinge. Üldiselt käib mu sees sotsiaalmeediaga seoses pidev võitlus: Valge Tüdruk *vs.* Elina ehk teisisõnu pliisida ja olla vaatemänguline *vs.* eksisteerida oma *humble*'is mullis," sõnab ta. Instagramis lubab ta endal kombineerida vaba käega eri valdkondi, „olulist ja sitta".

Elina Masing: „Sotsiaalmeedias on kõik võrdsed ning tähelepanu oleneb vaid enda kontseptsioonist."

Elina on aga hakanud end sotsiaalmeedia vallas rohkem harima: proovib vältida ülejagamist, vaatab postitamiseks sobivaid kellaaegu ning sihib selget sõnumit. Märtsi alguses oli tal Burger Boxis väike hängimisüritus, mille järel küsisid paljud, kas albumi esitluskontsert on juba ära olnud. „Infokülluses on lihtne ära kaduda või jälgijaid segadusse ajada."

Sotsiaalmeediat peab ta muu meediaga võrreldes siiski tõhusamaks, sest viimase puhul on konkurents suur, staare palju ning sellele ei saa kunagi loota. „Sotsiaalmeedias on kõik võrdsed ning tähelepanu oleneb vaid enda kontseptsioonist, ideedest ja panusest. Tagasiside on üsna kiire, vahetu ja moodustab suure osa minu maailmast." Elina võtab siiski meeleldi kuulda, mida edukad meediainimesed talle ütlevad, ning püüab aktsepteerida, et kui end ise pildil ei hoia, pole su kunsti kellegi jaoks olemas, rääkimata koostöödest, projektidest ja tasust.

PERSONA-KURAATOR JETTE LOONA HERMANIS

Etenduskunstniku, koreograafi ja modelli Jette Loona Hermanise Instagrami kontolt *@hexarlequinette*, mida jälgib artikli kirjutamise ajal 3608 kasutajat, vaatab Jette kehastuses vastu kümneid karaktereid, peamiselt etendustest ja modellitöödest: kiilakas amfiibinimene, mullase suuga nõiatar, „Hellraiseri" Pinheadi pruut. Sekka loodust, videoid etendustest, peegliselfisid ja argipäeva, mis isegi oma näilises juhuslikkuses ülejäänud esteetikasse sulandub. Jette jaoks on sotsiaalmeedia peamine ja kõige tulemuslikum koht enda „kui semifiktiivse või vähemalt tugevalt kureeritud *persona* kuvamiseks", kus oma kunstiprojektide vastu huvi tekitada ja infot levitada. Ta ütleb, et kuigi tema Instagrami käekiri käib käsikäes teatavate internetitrendidega, on ta üldjuhul jäänud truuks melanhoolsele, pisut erootilisele ja tumedalt naiselikule laadile, mis võib nii ekraani kui ka *live*-etenduskunsti kaudu kalgilt ja tõsiselt mõjuda. Päriselus peab ta end pigem paheliselt lustakaks ja nõdrameelseks ning mitte nii vaoshoituks, kui esmapilgul võib tunduda. Mingit erilist strateegiat enda tööde promomiseks Jettel pole ning vaeva asemel on see talle pigem meelelahutus.

Küll aga postitab ta tükk aega enne etenduste toimumist stuudioprotsessi tiisereid ja kuritarvitab enda sõnul *thirst trap*'i kontseptsiooni, et tähelepanu tõmmata ning seejärel koos asukohtade ja kuupäevadega juba ametlikumat infot jagada.

Instagrami kaudu on Jette saanud tuttavatelt ja võõrastelt nii nõu kui ka tagasisidet, mida on alati meeldiv arvesse võtta. Samuti hindab ta seda, kui tema etendusi Instagrami *story*'des jagatakse ning teda *tag*'itakse – nii jõuab toimunu ka väljapoole tavapärast mulli ja ta saab ise materjali edasi levitada. Jette nendib siiski, et tema näiliselt „külma ja *cunty*" olemuse tõttu ei olda altid talle lähenema või oma arvamust avaldama. „Üleüldiselt on kurvastav, et eestlased, aga ka teised, ei kipu eriti komplimente tegema ega ka näkku kritiseerima. Kas või tänaval kellegi huvitavat olemust täheldada ja talle üks meelitus öelda on tegelikult nii suur kingitus."

Jette Loona Hermanis: „On kurvastav, et eestlased, aga ka teised, ei kipu eriti komplimente tegema ega ka näkku kritiseerima."

Fota: Anna Omni

Fota: Heneliis Notton

ÜHISMEEDIA KUMMITUS ELLE VIIES

Kui ta ei tegeleks etenduskunstidega, ei oleks teda ka ühismeedias. Nooremana postitas Elle Instagrami kergekäelisemalt, nüüd ta mõõdab üheksa korda, siis võib-olla lõikab ja… võimalik, et kustutab siiski postituse hiljem ära. Isiklikku ta enam platvormidele ei pane ega mõista liialt ka teisi, kes seda teevad. Pigem ongi tema teadlikuks suunaks enda töö promomine ja ta üritab kasutada Insta kontot arhiivina. Elle meelest on selles midagi romantilist ja müstilist, kui inimesed suudavad luua varjus ega kihele tehtut jagama. Ideaalne oleks, kui saaks olla keegi, kes loob, aga ei pea end reklaamima… Nii on aga üsna ebatõenäoline, et keegi sind märkab.

Elle Viies: „Ja siis ma mõtlen, miks mina seda trikki ei oska? Miks mina nii tugev ei ole?"

Elle sõnul on sotsmeedia olemasolu tema põlvkonna jaoks iseenesestmõistetav, keegi näiteks ei mõtle, miks Mart Kangrol Instagrami pole. Kui temavanustel ühismeedia kontosid pole, mõjub see *statement*'ina. Ei saa aga öelda, et ta Instagrami armastaks, vastupidi, tihtipeale tundub see talle tarbetu. Postitamine on pigem kui enda eksistentsi meeldetuletamine, aga Elle ei usu, et looming niimoodi uute inimesteni jõuab.

Instagramis veedab ta umbes viisteist minutit päevas ja tarbitav sisu on tema jaoks koormav. Kergem on ahmida sisse suvalist infot inimeste kohta, keda ei tunne: „Pigem vaatan, kuidas keegi puhastab vaipa, mõnikord tuleb kokandusvideoid ette." Umbes viis protsenti leidub seal ka kulda, millesse on hiljem võimalik süveneda. Tantsuvideoid ta küll vahepeal sirvis, ent kipitama võib hakata iseeneslik võrdlemine: „Ja siis ma mõtlen, miks mina seda trikki ei oska? Miks mina nii tugev ei ole?"

Kuigi Elle ütleb, et ta koreograafial oleks potentsiaali olla fotogeeniline, tundub selle kaudu loomingule läheneda „öka". Etenduskunstnikuna on ta publiku ees küll usalduslikus olekus, aga sotsiaalmeedias tekib error, et võõrad inimesed näevad teda. Just dissonants teda ühismeedias pidevalt valdabki. „Üldse ei taha, aga peaks!" mõtleb ta sageli.

PRIVAATSUS- JA ANALOOGIUSKU KRIS LEMSALU

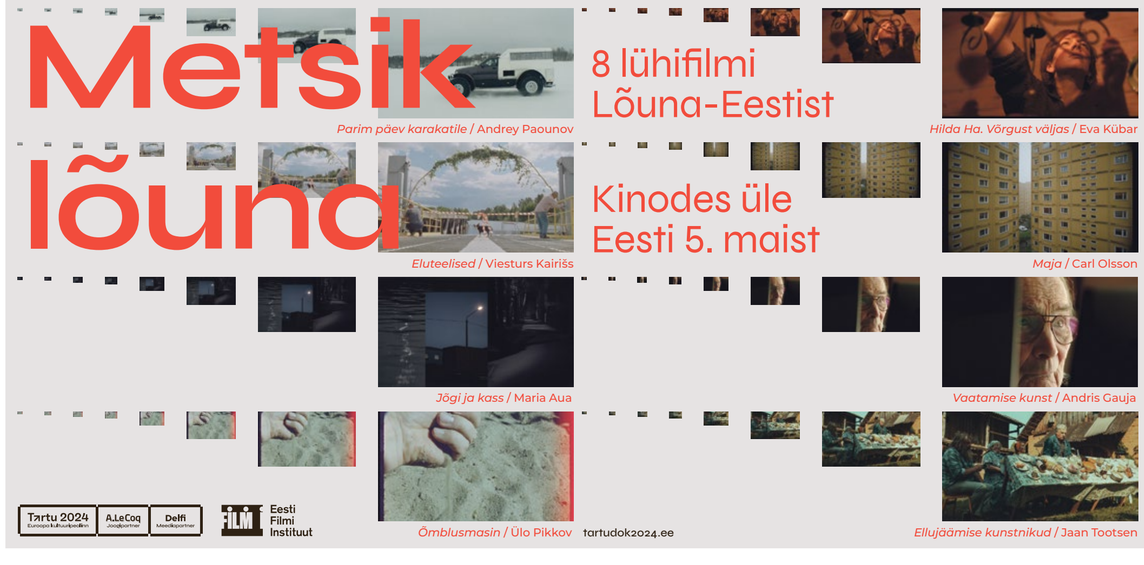
Hiljuti esilinastus Tartu Kunstimuuseumis Kris Lemsalu kunstnikufilm „Vana klaver", kus kandva rolli pidi tegema esialgu karakter nimega Donatella Privada, kelle ülesanne oli privaatsust kaitsta. Kris pole kunagi sotsiaalmeedia või sarnaste esitlusplatvormide kasutaja olnud ja sellel on peamiselt üks põhjus: ettevaatlikkus. Ta armastab tohutult ekraane, näiteks vaatab ta Eestis viibides lõõgastumiseks televiisorit. Samas on Kris veendunud, et sotsiaalmeedia imeks ta jäneseurgu, kust ta enam välja ei saaks. „Ma oleks dopamiinisõltlane, see *hit*, mille sealt saab, on nii tõhus ja kaval, sest see on sarnaselt kasiinodega üles ehitatud süsteem."

Kusjuures, tema kodulehte häkiti millalgi sisse ja sinna pandigi tööle erootiline virtuaalkasiino! „Olen otsustanud eemale hoida vaimse tervise ja privaatsuse nimel," kommenteerib Kris oma valikuid laiemalt. Ta tunnistab muidugi, et tema karjäär võiks olla enesepromo gaasipedaali vajutades teistsugune, ilmselt oleks pakkumisi, mida praegu ei tule. Võib-olla jookseks mingi stilisti või muu riidebisnisi liin, äkki ta istuks näiteks Bahamal ja teeks Lady Gagale stilistikat, spekuleerib ta lõbusalt.

Kris tahab ise otsustada, millal ta on nähtav ja millal mitte. Ta oli pikka aega nuputelefoniinimene ja pilte teeb siiamaani analoogkaameraga, analoogi aeglus sobib tema enda aeglase tempoga. Lisaks sellele on talle oluline inimestel külas käia, kogukonnatunne; see, kuidas tutvutakse ja kuidas inimesi omavahel kokku viia. Ta arvab, et kui ta ekraanil kogu aeg sõpru näeks, siis võib-olla tal ei tekiks nende järele isegi igatsust. Kunstnikuna võib samas karta, et kindel kohallolu sotsiaalmeedias paneks teda rohkem moetrendidega kaasa lainetama – praegu tuftin vaipu, siis panen klaasi ja keraamikat kokku jne. Platvormide algoritmi sulandumine varastaks oma kunstnikuteeära. Üks galerii pakkus kunagi, et nad võiksid ise autonoomselt tema kontot hallata, aga Krisile see ei sobi, sest ta tunneb, et on oma kunstiga üks ja see oleks elutu professionaalsus. Ta leiab, et sotsiaalmeedia on nagu Relax FM, kus igasugusest originaalmuusikast on tehtud liftimuusikakaverid, millest on elu välja imetud. Seda võib nautida, aga pikas perspektiivis suretab see ära.

Kris Lemsalu arvates on sotsiaalmeedia nagu Relax FM, kus igasugusest originaalmuusikast on tehtud liftimuusikakaverid, millest on elu välja imetud.

Fota: erakogu



KLEEPSUD TÄNAVAPILDIS – TÜÜTU VÕI TUUS?

VISUAAL

Kleepsud, nagu teisedki kunstivormid, võivad tekitada kodanikes viha, aga neid ka värskendavalt raputada. Kas kleebistest avalikus ruumis on saamas epideemia, mille vastu võidelda, või võiks vohamisele hoopis väetist lisada?

Bianka Soe

Mulle meeldib, kui kunst tänavapildis ootamatult vastu vahtimist paneb, olgu see siis kleepsuhaak, grafitiga tagumikku virutamine või mõne väliinstallatsiooni otsa komistamine. Sellist läbiklobimist võiks avalikus ruumis kindlasti rohkem ette tulla. Kunst linnaruumis näitab, et paigas on elu, särtsu, julgust ja vabadust. Kõige kurvemad tunduvad mulle kohad, näiteks rikkad turistilinnad Lõuna-Euroopas, kus taoline kultuur – või sealsete silmis ilmselt linnareostus – üldse puudub.

Fotod vasakult: Fotomorgaana, Maanus Kullamaa, Bianka Soe

ESIMESED LAKSUD

Kleepsutamise ehk släppimise (ingl *slap tagging*, *sticker bombing*, *sticker slapping*) linnaruumi jõudmise juured ulatuvad 1960. ja 1970. aastatesse, mil Euroopa ja USA linnades tegutsevad tänavakunstnikud püüdsid avalikesse kohtadesse grafiti, *tag*'ide ja *stencil*'ite kõrvale oma jälgi jätta. Släppimine sai populaarsemaks 1980.–1990. aastatel ja eriti suurlinnades, nagu New York, Philadelphia, London, Berliin. Kleepsudel tekkis ka loomulik side tänavakunsti kõrvale arenenud hiphopikultuuriga. Liikumistel oli ühine soov avalik ruum endale tagasi nõuda ja oma identiteeti väljendada. Kleebised võimaldasid kunstnikel oma tsiili või teoseid reklaamida ning jõuda oma kohaloluga ülemaalitud seintest ja rongidest kaugemale.

Ka rulatajad on pikka aega laual ja kiivritel kleebiseid kasutanud, väljendades sellega oma ainulaadsust ja seotust kaubamärkidega. Ajaga on kleepsud muutunud kulutõhusaks ja hea nähtavusega reklaamivormiks.

TONDID LINNARUUMIS

Avalikus ruumis paiknevat kunsti on kerge kritiseerida, sest kodanikena on meil kõigil justkui õigus kaasa rääkida, mis on ühele linnale kohane ja mis ei ole. Tundlikkus sensoorsetele ärritajatele ongi erinev. Tean inimesi, kellel tuleb hämaras liikudes migreen, sest linna valgusreostus on nõnda suur. Toimub ka palju diskussioone selle üle, kas meil on piisavalt kvaliteetseid ja nüüdisaegseid avaliku ruumi kunstiteoseid, milleks EI OLE mõne mehe büst, korstnaid puhastav isik või koerake. Mõnda vihastavad mastaapsed reklaamid, mis linnaruumi risustavad ning mille visuaalne kvaliteet ja sõnum on vahel tõesti piinlikud. Olen mõelnud, et sarnaselt mõnes linnas töötavate linnaarhitektidega võiks meil olla palgal reklaamitahvlivalvur, kes kontrolliks, kus ja mida eksponeerida. Samuti võiks suurtel ja kuumadel pindadel olla aeg-ajalt kunstiprojekte, nagu hiljutine **Estookini** ja **Rebeca Parbuse** „Hetk".

No ja siis muidugi tänavakunst. Kõik, mis spreipurgist välja voolab, ei ole alati kuld ja noori kunstnikke peaks harima, et igal pool, kus sõrm sügelema hakkab, pole okei pihustile tuld anda. Kui keegi näeb välja toodud võrdlemisi mastaapsete teemade kõrval tonti pisikestes kleepsukestes, siis kahjuks siin lõpeb minu usk paranormaalsetesse nähtustesse. Kleepsu teise silmas näed, aga reklaamitahvlit enda omas mitte?

Kleepsusid, nagu üldjuhul ka tänavakunsti, tekib tavaliselt juurde ikka sinna, kus neid juba ees on. Ja kui mõnel kuumal pinnal kisub kitsaks, võiks kehtida sama reegel nagu grafiti puhul: kui teed paremini, tee üle! Spreipurgist väljutatu puhastamiseks peavad majaomanikud kurja vaeva nägema. Samuti kulub linnal aastas palju raha avalikelt hoonetelt taunitud teoste ja *tag*'ide eemaldamiseks. Kindlasti pannakse ka kleepse aeg-ajalt kohtadesse, kus need pole oodatud, ja siis on sunnitud neid eemaldama ilmselt madalapalgalised koristustöölised. Kuid see kunstivorm annab end pindadelt hästi kätte ning on pisike ja süütu. Ma pole ka kuulnud-täheldanud, et agressiivse rünnaku alla oleks sattunud isiklikke ja pühasid kohti, nagu autod, hauaplaadid või mälestustahvlid, kodude aknad, liiklusmärgid, kallis restoranimööbel vms. Seega, murra või maha, aga ma ei näe kleepsude ja avaliku ruumi kooselus erilisi probleeme.

DEMOKRAATLIK KUNSTIVORM

Kleepsude printimist saavad lubada endale hea tahtmise ja ka piiratud vahendite korral pea kõik, needki, kes ei soovi või jaksa täita suuri reklaamitahvleid. Kui alustaval kunstnikul on üsna raske jõuda galeriiseinale, siis kleepsudega oma kunstist teadaandmine on kättesaadav kõigile. Lisaks rahalisele kokkuhoiule saab kleepse levitada kondimootori toel. Kleepsukunst ongi pigem jalutajale – flanöörile – suunatud ja autoinimesed neid ilmselt ei märkagi. Kleepsukollektsioonid asuvad strateegiliselt heades „peatu, vaata, veendu" kohtades, kus kiirustav kodanik saab korraks hinge tõmmata – bussi-, trammi-, trollipeatused, ülekäigurajad, uksepiidad.

Kuna kleeps on formaadilt väike, peaks kujund olema hästi loetav ja vaatajat kiiresti haakima. ***Like a slap in da face!***

Olen kuulnud kriitikat, et suured ettevõtted on hakanud kunstivormi reklaami tarbeks kaaperdama. Ise ma seda eriti märganud pole. Nick's, Fienta, erakondadest Sotsiaaldemokraadid on esimesed, kes silme ette tulevad. Pigem häirivad kleepsud, mis on igava disainiga flaikulaadsed infoedastusvahendid. Nägin äsja Tartus rongi oodates Harley-meeste ropu, aga pilkupüüdva kleepsu kõrval, et üks naiskoor ootab liikmeid ja avati uus kirbukas. Polnud kõige hullemad, aga sellised teadetetahvlile sobivad ja ühekordsete ürituste kutsungid võiksid pigem sotsiaalmeedia, infokirja või plakati tasandile jäädа. Kleepsudelt ootakski just meediumile omaseid värskeid ideid ja teostusi. Kuna kleeps on formaadilt väike, peaks kujund olema hästi loetav ja vaatajat kiiresti haakima. *Like a slap in da face!*

Tartuga seoses meenub mulle kohe veel kaks toredat fenomeni. Kaks aastat tagasi toimus Tartu linna logo konkurss, mille tingimusi disainer **Martin Lazarev** avalikult kritiseeris. Ta on teinud valitud logole head n-ö antikampaaniat, sest on suutnud katta oma linnarahvale välja pakutud alternatiivse logoga meeletult palju pindu. Midagi pole teha – kui mõtlen Tartu logole, tuleb silme ette esimesena just seesama Lazarevi kaarsilla motiiviga visuaal.

Teiseks hoiavad Tartu kleepsumainet kõrgel Stencibility tänavakunstifestivali korraldajad, kes on aastaid väikese kleepsubussiga SLÄP! ringi vuranud. Paar kuud tagasi alustas Tartus sõitmist ka suur linnaliinibuss, mis on kaetud praeguseks juba 25 000 kleepsuga, olles seega Euroopa suurim kleepsunäitus.

INTIIMSUS JA LEGAALSUS

Muidugi pälvivad kleepsud tähelepanu ka õuealast kaugemal, intimsemates sfäärides. Tualett on ilmselt üks vähestest kohtadest, kus ei maksa kiirustada ja silm otsib tähtsat asja ajades iseenesest fokuseerimispunkti. WC-uksed, kus vöökoha kõrgusele löödud kleepsud saavad mitmeteks sekunditeks tähelepanu, on seega magusad kohad.

Aga tagasi õue. On arutletud, et suuremate linnade keskustes võiks olla rohkem legaalseid tänavakunstile eraldatud seinu. Nii püsiks kunstiliik kontrolli all, samas oleks alustavatel tegijatel turvaline katselava. Üks säärane asub Telliskivi Loomelinnakus, mõned veel linna äärtes, aga njah, rohkem nagu polegi. Samas muudaks legaalsus asja igavaks. Paljud kunstnikud ei kasutaks neid seinu, sest siis jääks ohtlikkusega kaasnev oluline adrekalaks saamata. Kas kleepsud vohaksid uhkemalt, kui meil oleks rohkem neid tervitavaid pindasid, näiteks seinu, uksi, kleepsuposte? Ei tea, aga mõni legaalne kleepsukodu, mida teadlikult uudistama minna, oleks ju tore küll. Mitmed minu kleepsutajatest sõbrad aga ei soovigi niivõrd nähtaval olla, vaid pigem luua oma kunsti lahedal viisil ja peita seda siis ootamatutesse kohtadesse.

Olgu legaalselt või mitte, kleepsud peegeldavad mitmekülgselt ja vahetult meie kultuuriruumis toimuvat. Vahel kriitiliselt, vahel krüptiliselt, mõnikord oma nunnususes maailma roosamaks muutes. Kuid nagu heale kaasaegsele kunstile kohane, loovad ka kleebised olulist alternatiivreaalsust ja vabadust. Palun veel!

Foto: Annika Metsla

Bianka Soe lööb linnaruumi eelkõige kunstifestivali „Ma ei saa aru" kleepse.

TÄHELEPANU! VALMIS OLLA! DOPAMIINIDISAIN!

Võistlus tarbijate tähelepanu nimel on saavutanud uue mõõtme: võidab enamasti see, kelle äpp, reklaam või turundustekst kasutajat kas või seitse sekundit kauem enda haardes hoiab. Nii on digitootetiimidest saanud omamoodi antropoloogid, kelle tööriistadeks on nii mängulisus kui ka läbi- ja lõhkimõeldud keelekasutus.

Kirjutas **Andreas Roosson**, visuaali autorid **Johanna Reinvald** ja **Diandra Rebase**

Disain mõtestab ja määrab millegi olemuse või selle, kuidas miski töötab. Disain mõjutab seda, kuidas ja mis infot me tarbime, pakendab sisu ja annab sellele vormi. Kui võtta kaamera teegist foto, muuta selle kadreeringut ja värve, lisada Snapchatist kleebis või tervitussõnum, on ka see oma olemuselt disain, sest algmaterjalile on antud mõtestatult uus vorm. Kõige suuremad sisuloojad ongi praegu tarbijad ise, kes ei pruugi tajudagi, kuidas nad ümbritsevale süsteemile mõju avaldavad.

DISAIN VAJUTAB GAASI

Disain ja selleks vajalikud tööriistad on kättesaadavamad kui kunagi varem ning üleüldine disainistandard on viimase kümne aastaga hüppeliselt paranenud. Paljud keerulised tegevused on lihtsustatud taskusse mahtuvateks kiirdisainirakendusteks, nagu Picsart, CapCut, Procreate, Canva ja Nomad Sculpt. Enam ei pea olema disainer *per se*, et kujundada disainimalle kasutades endale esteetiliselt maitsekas Instagrami voog, sõbrannale pulmakutse või onupoja ettevõttele reklaam.

Selleks et tarbijad sind ei unustaks, tuleb järjepidevalt uut materjali toota.

Kui varem oli tavapärane enne loovsisu avaldamist päevade või nädalate kaupa detaile viimistleda, siis nüüd on soovitavav idee kiiresti reaalse tarbija ette saada, luua iteratsioone või järgmise toote, illustratsiooni või kampaania kallale asuda. Mida rohkem on potentsiaalse tarbijaga korduvaid kokkupuuteid, seda suurem on statistiline tõenäosus, et vaatleja võtab info ühel või teisel moel omaks – olgu teemaks siis lähisuhtevägivald või erootikapoe sidumisosakond. Selleks et tarbijad sind ei unustaks, tuleb järjepidevalt uut materjali toota. Kui brändid ei olnud veel nii digitaalsed, planeeriti ja käsitleti sisu pikemaajaliste kampaaniatena ning disainide eluiga oli tunduvalt pikem. Praegu toodetav sisu on sageli relevantne ainult lühikest aega.

Dopamiinidisain on madala tähelepanukaarega maailmas kasulik lisamotivaator, et reklaamimüüjatele kiidelda, kuidas keegi veetis potil istudes seitse sekundit kauem just nende rakenduses kerides.

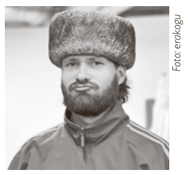


Foto: erakogu

Andreas Roosson on isehakanud disainikauboi, kes tavaliselt mõtiskleb omaette.

Sellise kohati konveierliku sisutootmise ühe positiivse tulemusena on nii väikesed kui ka suured brändid sunnitud julgemalt katsetama ja murdma välja iganenud brändiraamatu raamidest. Vabakutselised, disainistuudiod ja muu loovkontingent tervitavad seda võimalust ning võrreldes varasemaga tehakse palju rohkem koostööd. Enamasti saadab vahvat lõpptulemust ka näiteks lühivideo loomeprotsessist, autori tutvustus zee. Seda lisamaterjali saab omakorda levitada eri kontodel-kanalitel, et püüda minimaalsete turunduskulutustega maksimaalselt tähelepanu. Enamik Coca-Cola joojaid, Nike kandjaid ja Porschest unistajaid nende ettevõtete ametlikke kontosid regulaarselt ei jälgi, sest brändid on tuntud ja nende sisu jõuab meieni ka muid teid pidi. Ometi on ka nende müük seotud otseselt *online*-nähtavusega. Kui varem mindi vajaduspõhiselt ostukeskusse või külastati e-poode, siis nüüd ostleb tarbija hommikust õhtuni peamiselt sisuvoos.

KÕIK MÜÜGIKS

Persoonibrändi viljelejatest ja sisuturundajate satsist on saanud brändidele edukas käepikendus, et luua tähelepanu haaravat sisu ja teha ümbernurgamüüki. Nii on arvestatav osa staatilisest disainist asendunud intensiivsema videoformaadiga, mida saadab tihti suvaliste kiljatuste saatel keriv peadpööritav montaaž. Energia peab olema 1400%. Kui kõik on hüper, ei ole miski hüper, on lihtsalt vali müra.

Selline üleküllastunud tootmine on toonud ekraanidele rohkem varieeruvust nii stiilide kui ka oskuste vallas. Leidub nii kiiduväärset kui ka kahtlase väärtusega loovsisu ja disainipraktikaid ning neil on kohati raske vahet teha. Piirid ja esteetika on segunenud – disain ei ole enam ainult elitaarne. Selle kõige taustal on kinnitamas kanda „huvitav" tarbetrend, milleks on *print-on-demand dropshipping* ehk e-trükiteenuste vahendusel enda kujundusega toodete müümine, nii et tootmise ja saatmisega tegeletakse sinu eest. Kohati meenutab see rohepesu, aga disainipesu võtmes. Olegan, et YouTube söödab ka teistele disaineritele ette videoid, kus finantsvabadusest inspireeritud 20-aastased õpetavad, kuidas teenida Etsys või Amazonis küsitava kvaliteediga hingetuid rõivaid ja muud nodi müües kümneid ja sadu tuhandeid. TikTokis võib näha lühikese aja jooksul kolme eri brändinguga üht ja sama Alibabast pärit ümberpakendatud huulepulka, mida sisuturundajad haarava hüpermontaaži saatel edasi müüvad.

DISAINI ON TABANUD OPTIMEERIMISHULLUSTUS

Disain pole kuigi palju väärt, kui see pole nähtav – seda nii linnapildis kui ka digikeskkonnas. Viimases on oluline osa ka algoritmidel ja nähtamatutel parameetritel, mis võivad nähtavust ja levikut mõjutada, näiteks see, kui palju on pildil teksti või kui tihti tehakse postitusi. Silmatorkav disain koos haarava esitlusega soodustab laiemat levikut, meeldigu see siis esteetiliselt või mitte. Viimase aasta või kahe jooksul on minu meelest hakanud disainerite inspiratsiooniteekides laiutama palju rohkem hoopis keskpärasust. Ühelt poolt on ägedaid lahendusi rohkem kui kunagi varem, teisalt on disainitoodangut nõnda palju, et kvaliteet upub kvantiteedi sisse ära. Mingite inimeste kokkupuude võibki piirduda algoritmide tõttu vaid keskpärase või pealiskaudse disainiga.

Kuna disain muutub pidevalt, meenutab digitootetiim kohati pigem antropoloogide seltskonda kui klassikalisi IT-inimesi. Praeguste tööriistadega on lihtne testida suurt hulka samaaegseid iteratsioone, et igale segmendile oma lahendus valida, mis suurendab omakorda ringleva disaini hulka. Digiteenuste disain toetub aina rohkem kasutajate käitumisele ja koostöös turundajatega optimeeritakse reaalselt iga nuppu ja sõnumit. Kõik on disainitud võimalikult kompaktseks, lihtsaks ja mõõdetavaks ning seda ka esteetika arvelt. Kui võrrelda veebilehti, märkab vilunud silm tihti samu disainimustreid, turundusvõtteid ja lehemalle, sest süvenemisvaeguses eelistab inimene teha mingeid toiminguid kindlat moodi ja vähem energiat kulutada. Nii kipub olema kogemusdisaini vaatepunktist keeruline luua midagi ülatavat või uut. Digiteenuste disainil on oht muutuda liiga turvaliseks ja üksluiseks, mistõttu on hakatud rakendama mängustamise meetodeid, näiteks BeReal premeerib pildi õigel ajal üleslaadijaid, Duolingo aktiivseid õppureid, Waze ohtudest teavitajaid ning Fitbit esitab iganädalasi väljakutseid. Selline dopamiinidisain on madala tähelepanukaarega maailmas kasulik lisamotivaator, et ettevõte saaks reklaamimüüjatele kiidelda, kuidas keegi veetis potil istudes seitse sekundit kauem just nende rakenduses kerides.

Kui Instagramis või TikTokis võime sirvida video- ja pildimaterjali mitukümmend minutit (kui mitte tunde) jutti, siis teksti tarbimisel kaob süvenemisvõime kiiremini. Paljud külastajad ei loe ega keri ühtki veebilehte lõpuni isegi juhul, kui nad on liigelnud sinna oma mure lahendamiseks. Seetõttu on veebidisainis kasulik külastajate tähelepanu aktiveerimiseks visuaalrütmi rikkuda ja rakendada animatsioone. Selleks et sisu ise oleks lihtsamini hoomatav, eelistatakse kasutada võimalikult lühikesi ning läbi- ja lõhkimõeldud sõnastusi, mille mugavus ja kompaktsus kaaluvad üles kirjandustunnis õpitud korrektsuse. Suundumus kompaktsemalt suhelda, disainida ja tarbida on ajendatud suuresti just sellest, et infot jagub rohkem kui tähelepanu.

Tähelepanust ongi saanud üks disaini mõjutavatest pseudomõõdikutest. Mida vähem on meil aega süveneda, seda efektiivsemaks ja ühesugusemaks on disain sunnitud kohanduma. Jääb vaid küsida, kuidas muutub disaini tähtsus, kui väärtusliikkuse ja loovuse asemel loevad aina rohkem tarbija tähelepanu järgi paindumine, algoritmid ja Exceli tabelid.

Modell: Diandra Rebase

ÕPETAJATE LEHT

OLED OODATUD KANDIDEERIMA
ÕPETAJATE LEHE AJAKIRJANIKU
AMETIKOHALE, KUI

sul on ajakirjanikutöö kogemus ajalehe või ajakirja juures,

tunned huvi haridusvaldkonnas toimuva vastu,

oled valmis töötama Tallinnas.

Avaldus saada aadressil heiki@opleht.ee hiljemalt 26. aprilliks.

KESKKONNADETERMINISMIST PALDISKI NÄITEL

KESKKONNAAJALUGU

Kas kujutluspildid keskkonnast tõukavad tagant või piiravad mingi paiga arengut? Paldiski on hea näide, kuidas inimlikud ideed ja ambitsioonid on ajaloos korduvalt füüsilisest reaalsusest üle sõitnud.

Tiina Peil

Keskkonnadeterminismi – arusaama, et füüsiline elukeskkond võib panna paika inimkonna arengu – juured ulatuvad antiikaega, kuid suunale omane keskkonna ja inimese eluruumi koos käsitlemine võiks pakkuda praegugi huvi keskkonna kujunemise mõistmiseks. Mingit paika sügavamalt analüüsima asudes küsitakse, kas see, kuidas me keskkonnast (minevikus ja olevikus) mõtleme ja seda kirjeldame, muudab tulevikuväljavaadet? Või, laiendatult, kas kujutluspildid keskkonnast kannustavad või hoopis piiravad paiga kujunemisvõimalusi? Artikli kontekstis täpsemalt, kas Paldiski kui linn oleks pidanud üldse sündima või, teisalt, kas Pakri poolsaarele oleks võinud areneda maailmalinn? Kas üks koht on määratud kõiges ebaõnnestuma, kuna meie ettekujutuses on see seotud ühe kitsalt määratletud teemaga, mis välistab kõik teised?

Huvitav on heita pilk Paldiski kujunemisloole, Paldiski kui linna idee autoritele, tehtud valikutele, esile tõstetud ja kõrvale heidetud faktidele ehk uurida linna kuvandit, mis on üldjoontes sõltumatu füüsilisest keskkonnast. Viimane võibki olla seniste ettevõtmiste ebaõnnestumise põhjus.

IDEAALNE SADAMAKOHT

Juri Lotman on pakkunud, et linna iseloomustab „põhimõtteline polüglotsus". See tähendab, et linn on olemuselt kirju, seda saab kirjeldada mitmesuguste märksõnade ja keeltega, mida on omakorda kujundanud eri taustaga isikud. Linn on tavaliselt ülesehituselt ja selle kirjeldustes igas mõttes rikkalik. Paldiski olemasolu ja kuvand keerlevad aga erakordselt vaid ümber ühe märksõna, milleks on „ideaalne sadamakoht".

Ajalugu läbiva joonena rõhutatakse eelkäijate soovi siia sadam rajada, millest oletatavatel rajajatel endil ei tundu aga aimu olevat.

Kuigi üldiselt on teada, et sõjasadama ehituseks Pakri poolsaarele andis korralduse Vene tsaar **Peeter I**, pole tema mõtted ja sealsed teod kuigi hästi dokumenteeritud. Täpselt ei teata sedagi, millal linn asutati. Arvatakse, et 1718. aasta külaskäigul viskas Peeter merre kivi ja lausus saatuslikud sõnad: „Saagu sadam." Ehitama hakati siiski alles kolm aastat hiljem ning Peetri surma järel 1725. aastal tööde hoog rauges, kuni sõjasadama ehitus **Katariina II** ajal 1768. aastal täielikult seisati. Katariina nimetas paiga Balti sadamaks (Port Baltique) ja andis sellele linna staatuse, mistõttu pean tema osa linna ajaloos olulisemakski kui Peetri oma, sest nimetus on teinud linna.

Ajalooallikate hägusus on pakkunud head pinnast legendidele, milles Paldiskit on kujutatud müütilise sadamakohana, mida olid juba sajandeid enne venelasi ihaldanud küll taanlased, küll rootslased. Kuvandiloomes on tähtsad ka konkreetsed isikud, alustades 18. sajandil **August Wilhelm Hupelist** ja **Ludwig August Mellinist**, kes „rootslaste sadama" oma kirjutistes ja kaardil põlistasid, kuni **Lennart Merini**, kes mainis nii oma raamatus „Höbevalge" kui ka presidendikõnedes taanlaste plaani 13. sajandil Pakri poolsaare jalamile linn rajada.

Põhjalikuma käsitluse autor on 19. sajandil Haapsalus elanud, ent laialdaselt Põhja-Eestit kirjeldanud **Carl Russwurm**, kelle tööle tuginеb suurem osa Paldiski teadaolevast ajaloost, kuid keda ennast enamasti ei nimetata. Ajalugu läbiva joonena rõhutatakse eelkäijate soovi siia sadam rajada, millest oletatavatel rajajatel endil ei tundu aga aimu olevat (nt Rootsi allikad ei maini sadamat kordagi). Varasem ebaõnnestumine on kui õigustus järjekordsete plaanide luhtumisele. Enamasti on Paldiski arengut mõjutanud kauged soovid, valitsejate valik. Selle kui suurepärase sadamakoha idee on aga tuntud tänu ühele kohalikule tegelasele. **Carl** (ka Karl) **Friedrich Kalk** (1804–1885), keda **Merle Prass-Siim** nimetab väikese linna suureks meheks, tegi kõik endast oleneva, et linn maailmakaardile jõuaks.

KALK JA TEMA ILMAVAATLUSED

Laiemalt tundmatu, ent oma mitmekülgsuses ja vastuolulisuses igati suurema tähelepanu ära teeninud mees sündis ja suri Paldiskis ega lahkunud enda sõnul sealt kunagi meelsasti.

Pärast õpinguid Tallinnas ja Tartus pöördus ta kodukanti tagasi ning teenis seal koduõpetaja, siis linnasekretäri ja lõpuks foogtikohtu eesistujana pea 30 aastat. See tähendas ka linnapeaks olemist, mille käigus ta oma kodulinna elu vormis, asutades koole, ehitades kiriku, kus ta ka ise jutlusi pidas ja orelit mängis, ning olles mitmete teadusühingute ja seltside korrespondent.

Kalk alustas ilmavaatluste, sh jääolude registreerimisega Paldiski lahes 1834. aastal ja tegi seda kuni oma surmani korrapäraselt pool sajandit. See on üks vanim järjepidev meteoroloogiliste andmete jada Eestis ja Kalk teenis sellega oma 200. sünniaastapäeval Eesti Geograafia Seltsilt mälestuskivi, mis paikneb tema rajatud kunagise kiriku aias. Kalk kasutas oskuslikult ära vaatlusandmeid, ent ka argumenti, et Peeter I (kui autoriteetne isik) oli andnud käsu siia sadam rajada. Temalt pärineb tänini sügavalt kinnistunud teadmine Paldiskist kui jäävabast sadamast. Ta tõi sadama rajamist toetavate väidetena välja ka lahe sügavuse, kaitstuse tuulte eest ja lahte ankrusse jäämiseks sobiva merepõhja. Argumendid olid nii veenvad, et suuresti tänu neile ehitati 1870. aastal raudtee.

Lugu Peterburi viivast apelsiniraudteest on tuntud, ent Messinas Sitsiilias apelsinide ja teiste eksootiliste viljadega lastitud laevad maabusid Paldiskis juba 1840. aastatel. Hästi toimivat kaubasadamat ei tekkinud aga Paldiskisse ei enne ega ka pärast raudteeühenduse loomist, siia tuldi vaid häda sunnil. Näiteks Taani väinade tolliraamatute andmeil olid Paldiski kindla reisisihina välja toonud vaid üksikud laevakaptenid. Enamasti põikasid omal jõul või veeti sisse merel õnnetusse sattunud laevad või tuldi pakku halbade ilmaolude eest. Seetõttu peeti Paldiskis sageli merel kahjustada saanud kauba ja laevade oksjoneid. Linna ajalookirjutuses seda tavaliselt ei märgita, niisamuti pole laevaremondidokkide rajamist käsitletud võimalusena linna elu edendada.

KAUBASADAM *VERSUS* VÄGEV SÕJASADAM

Paldiski on hea näide, et sadam ei saa eksisteerida muust maailmast eraldatuna. Kui kohalikud olud võivadki näida sadama rajamiseks ideaalsed, siis jäävabast, varjulisest ja kindlast ankrupaigast ei ole kasu, kui meretee sinna on jääs. Sadam ei saa eksisteerida tagamaata, mis oli siin ajalooliselt vaene ja inimtühi. Ühendused maismaal olid kehvad ning kulgesid läbi suurte metsade ja soiste alade. Isegi maa ja mere ühendus oli pankranniku tõttu piiratud, maalt pääses merele vaid üksikutes kohtades. Seega ei olnud ka sõjasadamal reaalselt erilisi väljavaateid. Võimalik oli arendada laht merelaevastiku talvekorteriks, ent strateegiliselt oli paik ikkagi kõrvaline ja tähtsusetu.

Ulla Fersen, üks kahest Rootsi fregatist, mis 1790. aastal Paldiski vallutasid. Graafiline leht sarjast „Põhjamaade sõjateater". Allikas: Viini Muuseum

Paldiski ajalugu on seetõttu kõike muud kui kuulsusrikas, sest sõjasadamat siia ei rajatud ja kaubasadama plaan ei edenenud.

Linna staatus on aga andnud ajaloos põhjust uskuda muud. Eeldatavalt olulist „Balti sadamat" tulid 234 aastat tagasi vallutama rootslased, Krimmi sõja ajal inglased, I maailmasõja ajal sakslased, Nõukogude armee tegi sellest viimaks suletud allveelaevade baasi. Kõik vallutajad leidsid eest unise väikelinna, aga seda ei olnud kerge tunnistada. Ilmekaks näiteks on tundmatu kunstniku kujutus, kuidas see uhke kants langeb kahel fregatil saabunud rootslaste kätte. Graafiline leht kuulub seeriasse „Lahingud põhjas", mis kujutab Rootsi kuningas **Gustav III** Venemaaga alustatud sõja sündmusi (1788–1790). Rootsi kaotas retkega Paldiskisse oma eelise vaenlast üllatada, uskudes, et uhke nime taga on ka vallutamist väärt tegelikkus.

Sadamad on 21. sajandil küll kosunud, ent nende ümber laiutab endiselt tühjus. Niisiis võibki üldistada, et olgu kohtadega seotud ideed ja ettekujutused kui säravad tahes, nende saatuse määrab lõpuks ikkagi see, kas need sobivad kokku reaalsete olude ja keskkonnatingimustega. Ajal, mil aina enam investeeritakse mainekujundusse ja kuvandiloomesse, tasub seda õppetundi meeles pidada.

Müürilehe ja keskkonnaajaloo keskuse KAJAK koostöös sündinud rubriik toob kokku kaks sageli eraldi eksisteerivat teemat: ajaloo ja keskkonna. Igas loos meenutavad keskkonnahumanitaarid mõnda minevikuseika, millel on tulevikule palju öelda.

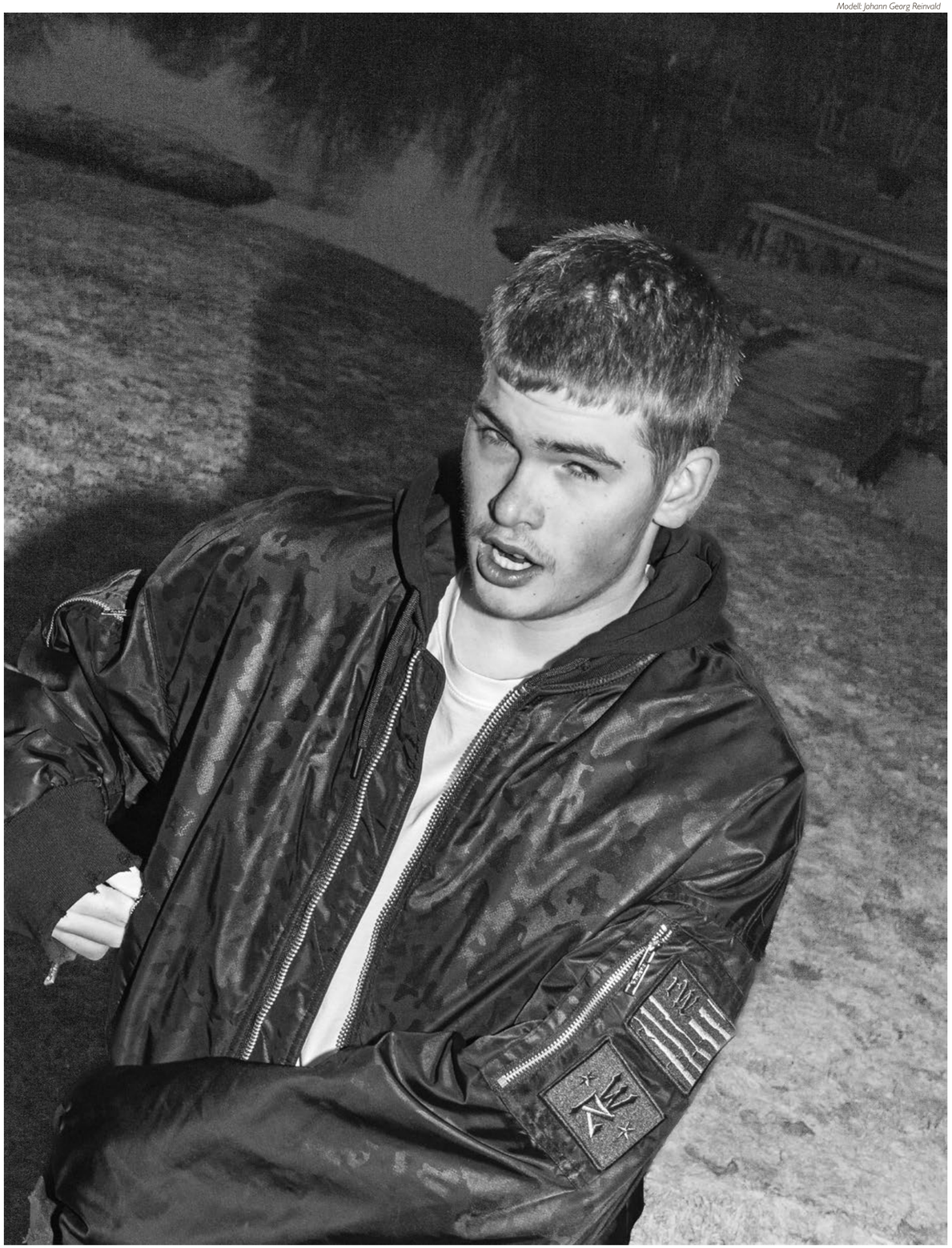
Foto: Merlis Lätti

Tiina Peil on ajalooline geograaf, kes on pikka aega Paldiski teemaga tegelenud.

RESIDENT EVIL 3

Autor:
Johanna Reinvald

Modell: Johann Georg Reinvald



ARHITEKTUURI RAHVA-LIIGA EHK TÜÜPILINE VÕISTLUSE-*RANT*

Mis väljundid on noortel arhitektidel, et Eestis läbi lüüa, kui arhitektuurivõistlused ei võimalda enam jalgu alla saada?

Kirjutasid **Jõnn Sooniste**, **Xenia Angela Sooniste**, **Andreas Krigoltoi**

Oleme teinud Stuudio Ela[mus] liikmetega (meid on kolm) viimase viie aasta jooksul kumulatiivselt kuskil 70+ võistlustööd. Hoolimata amatöörtasemest (osaleme võistlustel „päris" töö kõrvalt) oleme Eesti avalike arhitektuurivõistluste fännid ja tunneme uhkust riiulile kogunenud trofeede üle. Peame end „noorteks arhitektideks" ja võitleme vapralt selle terminiga kaasnevate stigmade vastu. Võistlused ongi ilmselt parim viis, kuidas noor büroo saab endale nime teha, või vähemalt varem on see Eestis nii olnud. Viimase pooleteise aastaga on aga toimunud arhitektuurivõistluste maastikul mõtlemapanev areng.

Jääb mulje, et arhitektuurivõistlustest on saanud „imago-projekt" või „hea ruumi pesu", millega näidatakse, et kohalikul tasandil toimub midagi.

RISKIKÄITUMISEST

Eesti avalikel arhitektuurivõistlustel osalejate arv on viimastel aastatel kahe- või isegi kolmekordistunud. Auhinnafondid pole aga samas märkimisväärselt kasvanud ning rahaliste kohtade arv samuti mitte. Kiire otsing näitab, et 2019. aastal oli Lihula „Hea avaliku ruumi" auhinnafond 25 000 eurot. Nüüd, viis aastat hiljem on see Mustvee „Hea avaliku ruumi" võistlusel täpselt sama suur. Paistab, et aeg on võistluste korraldamisel seisma jäänud. Praegu tulevad palka maksvad bürood esimese koha preemiaga heal juhul tasa. Võistlustest motiveerib enamasti ikkagi osa võtma projekteerimisetappi jõudmine. Tavapäraseks on aga saanud, et võistlustele ei järgne projekti ega ehitust. On palju näiteid, kuidas juba võistluse ajal levivad kohalikus meedias jutud puudulikust projektirahastusest. Jääb mulje, et arhitektuurivõistlustest on saanud „imagoprojekt" või „hea ruumi pesu", millega näidatakse, et kohalikul tasandil toimub midagi. Probleem on aga selles, et pingutus ei kajastu mitte kohaliku omavalitsuse kulureal, vaid suuresti arhitektide omal.

Kui on teada, et keeruline on isegi võistluse auhinnaraha välja maksta, peaks korraldaja väga kriitiliselt mõtlema, kas võistlus on talle üldse võimetekohane. Kui projekteerimise või ehituse rahastus on küsimärgi all, tasuks mõelda formaadile ning kaaluda, kas tegemist on arhitektuuri- või visioonivõistlusega. Kui võidutöid ei realiseerita, tekitab see pettumust arhitektides ja avalike hoonete puhul ka valijates. Täiesti eraldiseisev teema on võistluse eeskirjas sätestatud projekteerimistingimused, millega projekti sageli ajaliselt survestatakse ning realistlikku eelarvet piiratakse. Pikas plaanis suurendab see just osalevate arhitektide riske ning hävitab motivatsiooni edaspidi võistlustel osaleda. Usume, et arhitektuuris on keskne missioonitunne, aga see kaob kiirelt, kui seda kasutatakse ettekäändena arhitekte survestavate meetmete kehtestamisel. Paratamatult tekib küsimus, kas selline võistluskorraldus on proportsionaalne ajal, kui suurte projektide osakaal turul on väike. Kas hindame arhitektide riske ja võimekust adekvaatselt?

ANONÜÜMNE TÖÖAEG

Võistlustega ei kaasne ainult rahaline kulu, vaid arhitektid peavad sinna ka palju aega panustama. Kui varem (kuskil 12 kavandit võistluse kohta) oli heas tiimis võimalik eeldada, et tihedas võistlusgraafikus tuleb aasta jooksul võit või paar ikka, siis praegu, kui võistlustöid esitatakse *ca* 30, on olukord märgatavalt muutunud. See muutus on nii suur, et mõjutab ka üldist lähenemist võistlustele. Mudelite, visuaalide ja jooniste vormistus on üha tähtsam, et päriselt mängus püsida. Fookus nihkub projekti mõttelt info edastamisele ja väljapaistvusele. Keegi ei taha esimeses hindamisvoorus välja langeda. See tähendab kallimaid visualiseeringuid, 3D- ja 2D-programme ning isegi põnevaid tehisajupõhiseid tööriistu. Pildil ja pildil on vahe, millest saab neid kõrvutades aru. Sama kehtib ka jooniste ja skeemide puhul. Põhjalikum vormistus nõuab ka rohkem aega. Keskmisele võistlustööle kulub meil nüüd juba *ca* 500 töötundi – varem jäi see tavaliselt 300 kanti. See tähendab ajakulu ligi kahekordistumist. SÜKU kavandi kallal töötas meeskond kokku *ca* 1000 tundi. Kiire arvutuse kohaselt on 500 tundi ümmarguselt 63 tööpäeva. Kuna projekteerimistöid on vähem ja võistlustöid palju, võtavad võistlused proportsionaalselt rohkem aega. Tekib nõiaring ja võistlustele pühendatav aeg muudkui kasvab. Samas arutatakse lõppfaasis sisuliselt ainult 10 töö üle. 20 väljajäänud tööd (ehk umbes 10 000 töötundi) on edaspidi elektrooniline prügi, millega pole mõnel juhul võimalik isegi pilves, veel vähem arhitektuurinäitusel tutvuda. Isegi kui võistlustöid saab vaadata, pole neid võimalik siduda kindla arhitektuuribürooga. Tekib illusioon, et tehtud anonüümne „vabatahtlik" töö ei olegi oluline ega vaja väärilist tasu. Tegemist ei ole ju päris arhitektuuriga.

PÕNEVAD LAHENDUSED JÄÄVAD VÕISTLUSMÜÜRI TAHA

Mõnes mõttes on ju hea, et enam ei ole käega löömist ja näeme väga kvaliteetset võistlusarhitektuuri. Pikas plaanis kurnab aga suurenev koormus arhitektid ära. Eriti põlevad just noored, kes peavad traditsiooniliselt büroosiseselt võistluste põhitöö enda peale võtma. On siiski küsitav, kas aktiivsem võistlustel osalemine kajastub kuidagi ka hoonetes endis, sest uute tööde vajadus meelitab arhitekte projekteerimislaua tagant eemale. N-ö kindla peale võitma minnes kannatab ka looming, kuna pinnale jäävad juba väljakujunenud ja läbiproovitud lahendused. Riskida pole mõtet. Nalja teha ei tasu. See on juba ammu liiga kallis. Ka meil on vaja söögi, elektri ja üha suuremate arvete eest maksta. Hinnatõus ja inflatsioon mõjutavad kõiki. Kooli lõpetanud noored arhitektid tahavad ilmselt avada oma büroo, saada lapsi ja esimese kodu osta. Ehk tasuta töö tegemine on neile väga kallis. Ja mõelgem, mida kõike saaksid arhitektid teha selle mahavisatud 10 000 töötunniga võistluse kohta…

ETTEPANEKUD VÕISTLUS-KORRALDUSE MUUTMISEKS

Jõudsime ajurünnaku käigus kolme ettepanekuni, mida võiks võistluste korraldamisel arvesse võtta.

1. Preemiat võiks maksta esikümnele ja auhinnafondi tuleks suurendada.

Traditsiooniliselt on võistlustel olnud neli või viis äramärkimist, mis on olnud loogiline, sest võistlustöid on olnud keskmiselt kümme. Suuremate võistluste puhul, kuhu esitatakse üle 25 töö, võiks äramärgitavate tööde hulka suurendada, et esiletõstetavate tööde proportsiooniks jääks pool või kolmandik. Kindlasti tuleks kasvatada auhinnafondi. Täpne summa sõltub juba lähteülesandest. Elu on igatahes võrreldes viie aasta taguse ajaga kindlasti kallimaks läinud.[1] „Hea avaliku ruumi" võistluste puhul peaksime rääkima auhinnafondi vähemalt kahekordistamisest. See summa ei pea kajastuma tingimata esikoha preemias, vaid võimaldaks maksta rohkem eripreemiaid.

Meil on muidugi lihtne öelda, et tõstke preemiate hulka ja suurust. Tegemist on siiski struktuurse muudatusega, mille eesmärk on tõsta arhitektide töö väärtust turul. Preemiate info jookseb läbi kõigist maakonna- ja riiklikest lehtedest – nii võistlust välja kuulutades kui ka lõpptulemusest teatades. Need summad on teada ka arhitektuurivõõrale inimesele. Sellele teadmisele tuginedes asutakse sõlmima ka esimesi projekteerimislepinguid ja tihti tekivad kääärid „päris töö" ja võistlusmaailma vahel.

2. Võistlused tuleks muuta kaheetapiliseks.

Üldiselt esitatakse kogu töö korraga ja see muudab protsessi osaleja jaoks riskantseks, sest töö on vaja täielikult läbi mõelda ja see on ajakulukas. Alternatiiv oleks muuta võistlused kaheetapiliseks, nii et esimeses etapis oleks võistlustöö maksimaalselt ühel A1-suurusel plaršetil või kehtiks mõni muu töömahu piirang. Teises etapis, kuhu pääseb juba tunduvalt vähem osalejaid, tuleks esitada võistlustöö praegu tavapärases formaadis. Kogu võistlus oleks endiselt anonüümne.

Sarnast formaati võib kohata tihti näiteks rahvusvahelistel üliõpilasvõistlustel, kus osalejaid on sadu. Nii on arhitektidel võimalik oma tööd paremini optimeerida. Esimeses etapis väheneks töömaht märgatavalt ja ebaõnnestumise korral poleks see büroole nii suur väljaminek. Lisaks aitaks see tõsta võistlustel n-ö põnevamate mõtete ja lahenduste osakaalu. Väidame, et „kindla peale võitma minnes" suretab võistluskultuur suure osa originaalsetest ideedest ära. Kaheetapilisus aitaks esimeses etapis riske vähendada ja tänu sellele loomingule vabamalt läheneda.

3. Kutsega võistlustele võiks lubada ka teisi arhitektuuribüroosid.

Võistlused ei ole Eestis otsa saanud. Paljud neist toimuvad „kutsega võistluse" formaadis ehk tegemist on võistlustega, kus osalejate arv on piiratud, nad on arendaja valitud ja enamasti on iga võistlustöö ka tasustatud. Väljavalitute ringi kuulub enamasti väike arv tuntud Eesti büroosid. Saksamaal on toimunud kutsega võistluste formaadis oluline areng. Nimelt saavad lisaks kutsutud arhitektuuribüroodele, kellele makstakse tasu, ka teised bürood võistlusest tasuta osa võtta ehk võistlus on n-ö osaliselt kutsega.

Keskmisele võistlustööle kulub meil nüüd juba ca 500 töötundi – varem jäi see tavaliselt 300 kanti.

See aitaks osalevate arhitektide tööd võistluste vahel paremini hajutada. Kui valikus on ainult avalikud võistlused, siis näiteks kortermajad ja büroohooned jäävad sellest enamasti välja. Paljudel arhitektuuribüroodel on oma spetsialiteet ning kutsega võistluste formaat takistab nende eneseteostust. See on oluline just väikesel Eesti turul. Lisaks võimaldab osaliselt kutsega võistlusformaat ka noorematel ja väiksematel büroodel jala ukse vahele saada.

Lõpetuseks küsime, mis on noorte eesti arhitektide pikemaajaline plaan, kui võistlustega seotud risk kasvab? Enamik tuntud büroodest alustas pärast kooli just võistlustel osalemisega. Novembrikuisest The Architectural Review'st saab lugeda, kuidas arhitektuuri maine, eriti alustavate büroode seas, on kreenis.[2] Noorte arhitektide ärakasutamine on üleilmne probleem ja neil on vähe kaugeleulatuvaid väljundeid. Probleem kandub edasi ka vanemate arhitektide ellu. Meie kogemuse põhjal on suuremate tiimide keskmine vanus Eestis tavaliselt alla neljakümne. Vanemad arhitektid peavad vastu enamasti ainult partnerina või akadeemias. Pärast büroos reaarhitektiks või mõnel juhul vanemarhitektiks saamist vaatab vastu karjääriredeli lõpp. Eesti büroodel ei ole kombeks uusi partnereid värvata. Oma büroo ja arhitektuurivõistlused on eriti noortele arhitektidele üks vähestest väljakujunenud võimalustest päriselt läbi lüüa. Usume, et võistlusformaadi muutmine on üks viis, kuidas arhitektid saaksid oma mainet kujundada, kui see on arhitektide kollektiivne otsus. Alati on võimalik ühiselt öelda: „Ei, me ei võta osa. See on meie jaoks liiga kallis." Arhitektidest tuleb rohkem lugu pidada, sh üliõpilastest ja noortest arhitektidest, ja see peab algama arhitektidest endist.

Riskida pole mõtet. Nalja teha ei tasu. See on juba ammu liiga kallis.

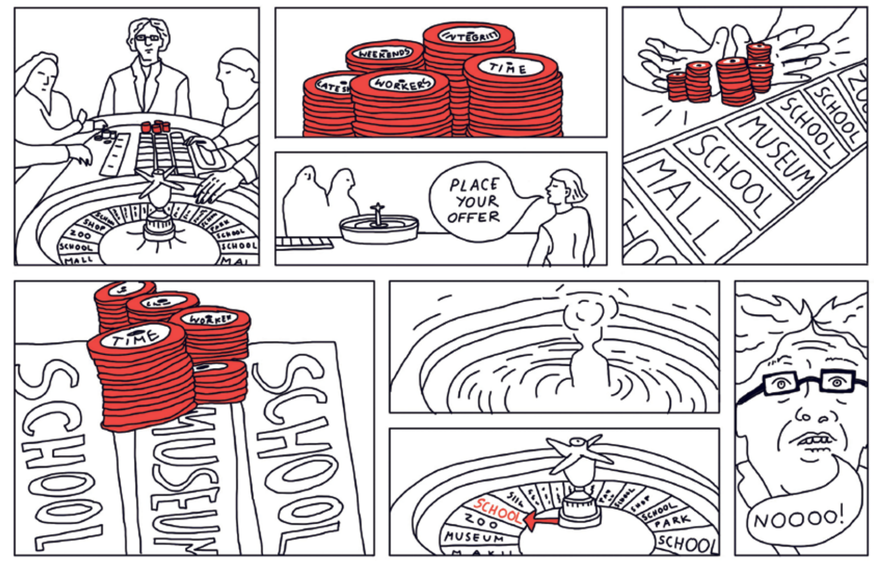
Joonistused: Katariina Mudist

Stuudio Ela[mus] on kolmest noorest arhitektist koosnev eesti ja šveitsi taustaga loominguline kollektiiv.

POINT OF VIEW

Illustratsioonid Stuudio Ela[mus] 2022. aasta Veneetsia arhitektuuribiennaali Eesti konkursi võistlustööst. Idee: Stuudio Ela[mus], teostus: Katariin Mudist

TACTICS & STRATEGIES



[1] *2023. aasta tarbijahinnaindeksi tõus oli 9,2 protsenti. – ERR, 08.01.2024.*

[2] *Mollard, M.; Beaumont, E.; Rapacki, K. 2023. Editorial: first principles. – The Architectural Review, 30.10.*

KANGELASE HOMMIK

KIRJUTAS **ILJA PROZOROV**, TÕLKIS **ERLE NÕMM**, ILLUSTREERIS **LIISA KRUUSMÄGI**

Dima saabus kodusesse Preobraženskojesse vana tolmuse bussiga. Alles kuus aastat tagasi oli ta sellega kooli sõitnud. Sellest ajast oli PAZi pisut putitatud: ära olid vahetatud tagumised lehtvedrud, mistõttu olid need hakanud veelgi rohkem kägisema, reisijate istmed olid üle löödud vineeriga ja kere oli värvitud jaburat pruuni värvi.

Dima vahtis ringi – midagi polnud muutunud. Ühetaolised söötijäänud põllud ja hiigelsuured tulnukalikud karuputked teepervedel. Sünge ja rõõmutu maa. Kunagi ammu karjatati siin lehmi ja hobuseid – need oli maastikku natukenegi kaunistanud.

Mingisugune tähtis mõte tikkus pähe. Keskendumist segasid bussi tärisevad aknaklaasid ja lehtvedrude kriuksumine. Teisalt oli ta liigagi palju mõelnud viimase kahe nädala jooksul, kui ta lamas laatsaretis, lisaks kaks unetut ööpäeva rongis.

Dima vältis vaatamist juhi pea kohal rippuvasse peeglisse. Ta teadis, mida ta seal näeb. Milleks seda endale veel kord meelde tuletada!

PAZ kargas kruusateelt vanale, ammuilma avariilises seisukorras malmsillale, mis viis üle jõe. Kui Dima viiendas klassis käis, oli isa purjus peaga kihla vedades silla ülemiselt avalt pääsukest hüpanud – kolmkümmend kaheksa meetrit – ja peaaegu surnuks kukkunud. Isa sai selle eest viis tuhat rubla ja esimese infarkti.

Dima polnud emale kiire kojutuleku kohta tõtt rääkinud. Ta oli hoiatanud, et sai kergelt haavata ja saabub sellel kuupäeval, sellel kellaajal ja kogu lugu! Kraamigu korter ära, tehku Dima lemmikpirukaid muna ja sibulaga, keetku frikadellisuppi.

Ta oli Preobraženskojest lahkunud viis kuud tagasi. Möödunud oli peaaegu pool aastat. Justkui õige vähe, aga tegelikult terve elu. Dima oli teele asunud, nii uhke nägu peas, et lausa helendas. Ja ema oli sosistanud hüvastijätuks: „Ma olen sinu üle uhke, Mitjuša", kuigi enne seda oli ta mitu päeva nutnud ja poega loobuma keelitanud. Dima esimene kaalutletud otsus – iseseisev, läbimõeldud. Isa – olnuks ta elus – oleks uhke olnud.

Ta ei helistanud emale kordagi. Saatis sõnumeid, vahel fotosid. Ta naeratas kõikidel piltidel ja hoidis põialt püsti. Kui ema sai sõnumi, pesi ta alati käed puhtaks, pani televiisori kinni ja istus külaliste toas diivanile. Vaatas telefoni ja nuttis. Lõi risti ette ja tänas sosinal abikaasat, et too oli üles kasvatanud säärase kaitsja. Ta oli uhke ja rääkis naabritele: „Minu Mitja on kangelane!"

Dima teadis seda kõike ema kohta ja see pani häbi tundma. Mis nüüd saab, kui ema kõigest kuuleb?

Buss peatus Preobraženskoje keskväljakul. Keegi tundis Dima kaugelt ära. „Mitjai, kas sina…?"

Dima ei keeranud ringi; heitnud spordikoti üle õla, jooksis ta kiiresti üle tee ja astus läbi haljaku kodu poole, möödudes hõbedasest Lenini mälestusmärgist keemiakombinaadi pääsla ees. Pannud sõdurimütsi pähe, vältis ta kohtumist möödujatega. Peaasi et ära ei tuntaks, muidu kannavad emale ette juba enne, kui ta korterisse astub.

Eemalt hakkas paistma helesinine viiekorruseline maja – kodu. Varem oli ta arvanud, et kogu maa on tema kodu. Suur, ümbritsetuna sügavatest ookeanidest ja meredest tormab see kaardil tulilakalise ratsuna ja külvab rahu kogu Maal. Ta armastab oma poegi ega lase neile liiga teha.

Viimased kuud olid Dimat kainestanud. Ta ei saanud enam normaalselt magada. Nägi unes õhkulastud jalaväe lahingumasinat ja põlenud võitluskaaslasi, kellelt oli veel hiljuti sigarette pomminud. Seersant ütles hiljem purjus peaga, et see ei lähegi meelest. Ajusid võib steriliseerida, aga hinge mitte. Noorusele omase nipsakusega Dima ei uskunud, võitles košmaaridega algul viina, hiljem kanepiga. See kõik kaugendas sõja õudust selle mõttetusest üksnes ajutiselt. Kolmesajaste[1] põhiküsimus koju sõites oli „miks?". Kahesajastel oli ükskõik.

Kui suurem osa Dima roodu isikkoosseisust oli surnud, laskis ta end lõdvaks ega kartnud enam surma. Nagu oleks keegi talle salaja tableti poetanud ja hirmuelund oleks kärbunud. Varem oli ta vältinud eesliini, eelistades sitsida tagalas. Nüüd oli tal ükskõik, kuhu saadetakse.

Dima oli muutunud hajameelseks, ei vaadanud ümberringi ega jalge ette, ei reageerinud ülemuste norivatele hõigetele. Sõjas maksab selline käitumine kätte ja ta riivaski blindaaži üle vaadates kogemata parema käega „kroonlehte"[2].

Algul suhtus ta juhtunusse ükskõikselt. Taipamine toimus kolmandal päeval, kui ta püüdis habet ajada ega leidnud paremat kätt.

Dima istus kaua maja taga pingil. Vaatas rõdu, kus heljusid tuules lapsepõlvest tuttavad lina ja tekikott. Ema teadis, et Dimale meeldib magada puhta pesuga – oli valmis pannud, puhtaks pesnud.

Siis nägi ta ema ennast. Pisike ja sakris nagu hüljatud kassipoeg, kogus ta hoolikalt pesu nöörilt, pesupulgad hammaste vahel. Dima vaatas teda: mitte naine, vaid hale vari. Tõelised naised ei pea töötama kuus päeva nädalas tehases koristajana. Kolm aastat tagasi oli emal diagnoositud vähk. Tehti ettepanek asuda ravijärjekorda, aga ema keeldus otsustavalt – ei uskunud meditsiini.

Õhtul tulid vanamehed õue kabet ja doominot mängima. Nad kõik tundsid Dimat hästi ja ootasid teda kui kangelast. Ättide järel tulid jalutama noored emad. Ka nemad ootasid kangelast.

Dima tegi tiiru ümber maja, hiilis trepikoja ukse juurde ja jooksis siis kolmandale korrusele.

„Tere, ema," ütles ta süüdlaslikult, kui ema oli ukse avanud.

Ema ei märganud kohe tema paremat kätt, täpsemalt seda, et kätt polegi. Ta teadis, et poeg oli saanud haavata ja eeldas ilmselt, et käsi ripub sidemega kaelas.

Nad kallistasid, suudlesid, ema hakkas, käterätt käes, korteris askeldama.

„Astu edasi, pojake, võta saapad jalast. Pirukad on veerandi tunni pärast valmis. Pakun sulle kohe suppi…"

Dima vajus kükki ja hakkas aeglaselt tolmuseid saapaid lahti nöörima.

„Ma arvasin, et tuled hilja õhtul," hüüdis ema rõõmsalt köögist. Ta oli nooruses laulnud harrastajate kooris ning tema hääl oli komnoorelikult kõrge ja reibas. „Ma ei helistanud nimelt…"

Dima astus jopet seljast võtmata kööki.

„Ema, palun istu."

Ema võttis sõnakuulelikult istet.

„Mis lahti, pojake?"

„Ma pean sulle midagi ütlema… või kuidas seda täpsemalt öeldagi… ühesõnaga…"

Dima ei teadnud, mida taolistel puhkudel öeldakse. Seepärast nööpis ta jope vasaku käega lahti ja viskas selle maha, liigseid sõnu tegemata.

Köögis kõlas lühike ja terav karjatus, mis sarnanes lasuga. Keegi oleks justkui peopesas väikese linnukese lömastanud. Ema vajus toolilt põrandale.

Dima tegi külmkapi ukse lahti ja leidis ülemiselt ravimiriiulilt nuuskpiirituse.

Ema istus taburetil ja vaatas nüri õudusega Dima paremat käekönti, nagu mõned emad vaatavad äsjasündinud, üsalimaga kaetud lapsi.

„Ema, kas sa kuuled mind?" nipsutas Dima terve käe sõrmi. „Kõik polegi nii pahasti, ema… Meil on selliseid poisse palju, ema, ja elavad."

Ema ei kannatanud enam välja: pistis röökima nagu laps, keda täiskasvanud on petnud.

„Mis meist nüüd saab…"

„Ei midagi, ema! Kõik jääb vanaviisi."

„Miks sa mulle tõtt ei rääkinud?" küsis ema läbi pisarate. „Ma arvasin, et…"

„Ema!" röögatas Dima. Ema pööras tal oma küsimustega sisemuse pahupidi, pisarad lämmatasid Dimat. „Kõik saab korda…!"

Ta püüdis endale ema rahustamiseks ise suppi tõsta, aga tegi asja ainult hullemaks, pillates kulbi ja läigatades vedelikku põrandale, sest oli paremakäeline. Dima sarnanes parmuga, kellel lapsed on kõik jalad peale ühe otsast rebinud – nalja pärast.

Ema ei suutnud Dima äpardlikku jahmerdamist kauem vaadata ja läks tuppa. Dima kinnitas keha prääkinkute ja teega. Siis seisis veel pikalt rõdul, tõmbas pool pakki suitsu. Kuulis, et ema pani televiisori käima. Pärast isa surma ravis ema end niimoodi. Sileda näolapiga Malahhov aitas tal kurbusest üle saada. Ta jäi televiisori ette magama.

Dima tundis ema järsku iseloomu hästi: tal oli vaja aega, et olukorraga leppida. Ta oli ju viis kuud tehases ja hoovis kelkinud, milline kangelane on tema Mitja! Tuleb tagasi, rind medaleid täis, saab korteri, kompensatsiooni, loob perekonna ja hakkab elama nagu vanajumala selja taga. Emale ei tee selgeks, et sõda on mõttetu lollus; talle on tähtis tulemus nagu paljudele naistele. Ema ootas medalit, aga sai kõndi ja kogu sõjaromantika oli tal nagu tuuletõmbusega peast pühitud.

Astudes paljajalu kleepuval linoleumil, hiilis Dima kuuldamatult oma tuppa. Ta ei pannud tuld põlema ning sinises ööeelses hämaruses joonistusid selgesti välja mööbli ja esemete piirjooned, mis olid veel hiljaaegu moodustanud Dimaga ühtse terviku. Nüüd oli see kõik võõras ja tarbetu – kola, mille koht on prügimäel.

Rohelise kristallvaasi ja kunstlilledega kirjutuslaud, mille taga Dima oli isa range järelevalve all piinelnud võrranditega ja tuupinud Jessenini luuletusi emakesest-eidekesest, seisis nurgas nagu pärjatud kirst. Laual oli arvuti. Dima oli siin üheksa ja pool aastat tulistamismängudega tapmist harjutanud.

Voodi kõrval tukkus rahumeelselt armastatud kuuekeelne akustiline kitarr – Dima esimene pill, mille ta oli kaardimängus Äädika-Saškalt võitnud. Selle kõrval oli Yamaha elektrikitarr – isa kingitus. Kui palju mälestusi sellega seondus: kontsert klubis, esimesed suudlused, kaklus kooli taga Tanjuhha Strižakova pärast. Kui poleks kitarre, oleks Dima vist siiani süütu. Tanjuhha armastas Dimat, tahtis temaga lapsi saada, käis tal isegi sõjaväes kaks korda külas. Aga polügoon asus paksus metsas, pooleteisetuhande kilomeetri kaugusel Preobraženskojest, Arhangelski all.

Viis kuud tagasi oli sellel kõigel – kitarril, arvutil… – veel tähendus, aga nüüd oli see kola. Dima vajus tusaselt voodile, puhtale, ema pestud pesule. Kelle nali see on, küsis ta endalt, kellel läks tarvis tema paremat kätt? Milliste pattude eest see oli? Dima on kõigest kahekümne kahe aastane. Nii palju plaane oli olnud: Moskva, Arbat, teatrikool…

Ja Dima keris aega tagasi, hetke, kui ta küünilisel ja ülbelt sõtta läks, täis tahtmist raha teenida ja tappa! See mälukannust kallatud pisike piisk sundis teda nüüd pead patja suruma ja nutma puhkema.

Ta nuttis kaua, kuni jäi magama. Nägi imelist und: Dima saabub Preobraženskojesse paraadlimusiinis-kabrioletis, tal on seljas tärgeldatud kraega munder, rinnal ripub trofeeautomaat. Väljakult viiekorruselise majani on moodustunud elav koridor, kõik hüüavad „hurraa!" ning viskavad Dimale punaseid nelke ja saadavad õhusuudlusi. Trepikoja ees võtavad teda vastu ema ja kindral. Dimale antakse au. Ta on kangelane. Kindral paneb talle medali rinda ja kingib tõelise Fenderi – unistuste kitarri!

Kella üheksa paiku hommikul äratasid Dima laste kilked hoovis. Ta avas mõnutundega silmad, taibates, et ärkas oma toas. Hommikupäike veeres aeglaselt kodust kilometrei kaugusel põldude vahel vonkleva jõe vastaskaldal.

Köögist kostis meeldivat askeldamist: praemuna sisinat ja veekannu nõrka vilinat.

Dima ringutas, haigutas valjuhäälselt, samal hetkel paotus tasakesi uks.

„Oled üleval?" küsis ema ettevaatlikult. „Tõuse siis, hommikusöök on peaaegu valmis. Peame täna palju jõudma…"

Tõstnud pea padjalt, vaatas Dima teda küsivalt.

„Sa pead invaliidsuse vormistama," lausus ema kuivalt, „sellega ei maksa venitada…", ja sulges ukse.

Algas uus hommik – kangelase hommik.

[1] *Vene armee slängis tähendab „last 200" (груз 200) surnuid ja „last 300" (груз 300) haavatuid.*

[2] *Vene armee slängis teatud jalaväemiin (ГПФМ-1 „Лепесток").*

Foto: erakogu

Ilja Prozorov on prosaist. Kolme eesti- ja venekeelse raamatu autor. Vahel avaldatud ka Eesti ajakirjades. Elab ja töötab Tallinnas.

Foto: erakogu

Erle Nõmm on tõlkinud mitmeid tuntud ja tunnustatud vene nüüdisautoreid, nagu M. Stepnova, O. Slavnikova, G. Služitel, N. Abgarjan, V. Orlov, A. Salnikov, A. Ivanov, M. Põgar, S. Valiulina, D. Lipskerov jpt. Samas ka filosoofe ja klassikuid, nagu L. Šestov, P. Florenski, A. Belõi, D. Merežkovski.

Aprillikuus rahvusraamatukogus

L 06.04 13–18
LAUAMÄNGUPÄEV
Brain Gamesi juhendajatega
RaRa väike maja

N 11.04 18–19
KIRJANIKUD KESKPUNKTIS
Gert Kiiler ja Martin Algus
RaRa väike maja

L 20.04
PEREHOMMIK
Nutikast nutikam
RaRa Solarise saatkond ja Apollo raamatupood

L 20.04 12–19
LAUAMÄNGUPÄEVA ERI
Tiivuliste turniir
RaRa väike maja

T 23.04 9.30–15.00
AUTORIÕIGUSE SEMINAR
Ai-ai-AI, mis siis autoritest sai?
Filmimuuseum

N 25.04 10–15
MEEDIAPÄDEVUSE TÖÖTOAD
Hookuspookusest kriitilise mõtlemiseni
RaRa väike maja

N 25.04 10–15
18.00–19.30 AUTORIÕHTU
Austria kirjanik Karin Peschka
RaRa väike maja

R 26.04 12–15
JAZZKAARE LINNARUUMIPROJEKTI KONTSERT
Täistunnikontserdid
RaRa väike maja

L 27.04 kell 11–18
LAUAMÄNGUPÄEVA ERI
Carcassone Eesti Meistrivõistlused
RaRa väike maja

LVLup! MUUSEUM
Interaktiivne videomängude näitus
RaRa väike maja, 0-korrus
E–L 12–18

RaRa EESTI RAHVUSRAAMATUKOGU

Väike maja Narva mnt 11
Solarise saatkond Estonia pst 9
Vaata lähemalt: rara.ee/sundmused

PRIMA VISTA

6.–12.05.2024

Kirjandusfestival
Prima Vista
2024

Paremad
ja halvemad
tulevikud

Literary festival
Prima Vista
2024

Futures
Better and
Worse

Tartu 2024
Euroopa kultuuripealinn

A.LeCoq
Jooglpartner

Delfi
Meedlapartner

prima vista

UNIVERSITY OF TARTU
Institute of Cultural Research

kirjandusfestival.tartu.ee

PÜHA SÕPRUS

APRILLIS

7.04 **MONTY PYHTON JA PÜHA GRAAL** (1975)

14.04 **BRIANI ELU** (1979)

28.04 **MONTY PYHTON. ELU MÕTE** (1983)

WWW.KINOSOPRUS.EE / KINOSOPRUS

Eesti Filmi Instituut · Eesti Kultuurkapitel · Europa Cinemas · Tallinn · DHL · ellington · PÕHJALA · MTÜ MUST KÄSI

Foto: IDA produ

DJ-ANKEET

KERTU LAHERAND

Pöörame ajaratta 60ndatesse – eelmise sajandi ühte revolutsioonilisimasse ajastusse popmuusikas, kui sündis ja rahvast hullutas psühhedeelne rokk ning jõudsalt kogusid populaarsust nii surfi- ja progressiivne rokk, barokk- ja päikesepaistepopp, soul, *funk* kui ka Ladina-Ameerika muusika. Just selle kümnendi kirjus arhiivis juhatab teed DJ ning IDA Raadio saate „Time Beat" juht Kertu Laherand.

Debüüt: 2020. aasta jaanuaris Genialistide Klubis pärast seda, kui olin maja töötajana programmijuhile Jaan Kroonile mõnda aega oma 60ndate peo *pitch*'imisega pinda käinud. Mul oli Spotifys viietunnine *playlist* piinliku täpsusega läbi mõeldud, et *crossfade* saaks oma tööd teha, samal ajal üritasin puldis hinge kinni hoides tähtsat nägu teha ja näilikult vahepeal mõnda nuppu puudutada. Alles pärast teist sellist pidu õppisin lõpuks tehnilised baasteadmised ära.

Muusikas oluline: Elus tunne, teatav orgaanilisus, mingi *special ingredient*, mida ma ei oska sõnadega kirjeldada, aga mille mu keha ja aju enamasti esmakordsel kuulamisel ära tabavad.

Muusikas ebaoluline: Ma ei pööra enamasti BPMile suurt tähelepanu.

Mida mängin: Põhiliselt 1960ndate muusikat: *beat*, soul, džäss, *groove*, popp, psühhedeelia, surfirokk jne. Aeg-ajalt ikka mõtlen, et millal see nüüdseks juba 13 aastat kestnud kuuekümnendate faas mul läbi saab. Mulle meeldivad kontrastid ja eklektika ning just selle dekaadi eksperimentaalne meelestatus kõnetab mind ikka ja veel. Mida mugavamalt ma end puldis ja keskkonnas tunnen, seda veidramaid lugusid kipun mängima. Viimasel ajal olen ka rohkem 1970ndate alguse poole piilunud ning viimase kahe aastaga on mu *playlist*'idesse ja settidesse rohkelt brasiilia ja üldse Lõuna-Ameerika muusikat lisandunud.

Eredaimad mängumälestused: Hiiumaal Suuremõisa lossis kostüümipeol. Laenutasin Estoniast suure dramaatilise klounikrae ja tundsin end mõisas fantastiliselt. Ka esimene MOJO pidu oli minu jaoks märgiline, mul oli suur au, et Chris (DJ Rhythm Doctor) mind niiviisi usaldas. Mingi aeg oli kombeks, et mu settide ajal oli saalis alati vähemalt üks habeme ja/või patsiga meesterahvas, kes iga loo alguses omaette nõusolevalt noogutas. Viimasel ajal on nad kuskile kadunud.

Lugu, mida mängiksin oma parima sõbra pulmas: Chris Montez „The More I See You" (ja järgmisena on kohe ootamas Wings „Silly Love Songs").

Koht, kus tahaksin kindlasti mängida: Mõnel mõnusal suvisel festivalil. Hädapärast Eestis, ideaalis näiteks Portugalis.

***Guilty pleasure*:** Vanema muusika fännina juhtub üsna sageli, et artistide kappidest tulevad aja jooksul igasugused luukered välja ja esile kerkib artisti tema loomingust eraldamise küsimus – selle vastuseks on ilmselt kõik artistid, kelle kohta tean mõnda ebameeldivat fakti, aga keda satun sellegipoolest kuulama.

Alt üles vaatan…: Neile melomaanidele, kellel on kodus seinad vinüülplaate täis. Mul on väga spetsiifiline suhe füüsiliste objektidega, kuid paremaks vinüülikogujaks tahaks küll hakata. Muusika loojate puhul innovaatoritele, kastist väljapoole mõtlejatele.

Viis klassikut:
Booker T. & The M.G.'s „Time Is Tight"
Bernard Estardy „Autoscopie"
Pink Floyd „Flaming"
Jorge Ben Jor, Toquinho „Carolina Carol Bela"
Erasmo Carlos „Sentado à Beira do Caminho"

Viis hetkekummitajat:
Sandie Shaw „Mama Roux"
Dave Hamilton „Late Freight"
Antônio Carlos Jobim „Lamento"
The Dixie Cups „Iko Iko"
Absoluutselt kõik Jorge Ben Jorilt

Tehnilist: Vahel tunnen end halvasti, kui mõni vana haruldane lindistus kõlab failis või vinüülplaadil hästi pudruselt, aga lohutan end sellega, et *feeling* on olulisem kui klaar heli. Hästi raske on seinast seina failikvaliteetidega seti ajal ühtset joont hoida. Arenemisruumi on tehniliselt küll ja veel.

Lõppsõna: Hakkasin ise muusikat mängima, sest ma ei kuulnud pidudel piisavalt sellist muusikat, mida oleksin tahtnud – kõik vanem tundus 70ndate ja 80ndate disko-souli-*funk*'i kõrval, rääkimata elektroonilisest muusikast, nii *underrated*. Kindlasti ei ole mu muusikamaitse laiahaardeline *people pleaser,* kuid on olnud suur rõõm näha aastate jooksul huvi selle niši vastu nii tantsupõrandal kui ka programmijuhtide, IDA Raadio kuulajate ja teiste muusikaarmastajate puhul. Aitäh!

Kuula meie veebiväljaandest ka Kertu Müürilehele tehtud miksteipi või pane kõrv peale aadressil idaidaida.net/et/saated/time-beat

TÕUKEJÕUD

ALYONA MOVKO-MÄGI

„Tõukejõud" on rubriik, mis tutvustab inimesi, kes tegutsevad muusikaga seotud elualadel, kuid ise lavalaudadele ei satu. Seekord räägib oma tööst äsja aasta videokunstnikuks kuulutatud Alyona Movko-Mägi.

Foto: Mikk Mägi

Mis on sinu kui kunstniku protsessis kõige tähtsam, et kontserdile sobiv visuaal luua?
Kõige rohkem sõltub mu inspiratsioonist, mis tuleb kas muusikast endast või ruumist, kus kontsert toimub. Tihti on artistil juba mingi visioon või suund, mille poole liikuda. Briifil põhinevaid visuaale ma enam ei tee, kuna kogemuse põhjal tean, et arenduspro tsess jõuab sel juhul tupikusse. Ruum ise on väga oluline, sest õhkkond, mida muusikute või orkestriga loome, on väga efemeerne, seda ei saa pildistada ega lindistada, vaid ainult tunda, selles kohas ja sellel hetkel. Seega ruum, või selle puudumine, on oluline kapsel, mis hoiab materjali endas ja peegeldab seda.

Oled inseneri taustaga, ühendad oma töös kunsti, tehnoloogia ja inimkogemuse ning selles on omajagu filosoofiat ja psühholoogiat. Mis tundeid ja kogemusi sa oma töödega edasi tahad anda?
Ma olen väga empaatiline, mis põhjustab mulle omajagu probleeme. Ajaga olen õppinud, kuidas seda enda kasuks pöörata, kuidas oma emotsionaalsus vaatlejale suunata ja teda kaasata. Alateadlikult loon maailma, mis on poeetiline, tundlik, kuid ka kindlate rõhuasetustega. Tänu inseneri taustale on mul väga hea arusaam tehnoloogiast ja selle võimekusest. Seega sellele poolele ma aega ei raiska ja pühendun rohkem sisule; vorm on alati tunnetuslik.

Oluline on mainida, et oled sünesteet. Kuidas see sinu puhul väljendub ja kuidas kajastad seda visuaalides, mida muusika taustaks lood?
Ma usun, et iga inimene on mingil määral sünesteet. Asi seisneb selles, mis tundeid ta omavahel seob. Kunstnikuteekonna alguses tundus mulle, et muusikat „näha" on täiesti tavaline, kuid alles muusikaakadeemiasse sisse astudes sain aru, et see ei ole kõigile loomulik. Praegu ma sellele omadusele eriti ei rõhu, sest vahel on vaataja teadmatus vabadus.

Mis on videokunsti vallas uuemad tehnoloogilised võimalused?
Viimasel ajal oleme rääkinud palju tehisintellekti arengust ja selle võimalustest. Mulle endale pakub see kaasloome rõõmu – on tore, kui saan vastuseks midagi ootamatut. Tehisintellekt võib tulla lagedale millegi väga tundliku ja vaheldusrikkaga, seega see on suurepärane mänguväli. Soovitan vaadata Emer Värgi Instagrami kontot – seal on imelised näited, kuidas andeka kunstniku ja tehisintellekti koostöö viib kaasahaarava tulemuseni. Ehk siis oleme liikunud rohkem virtuaalsesse ruumi – alates etenduskunstist (teater e¯lektron) kuni kunstiplatvormideni (*kanvas.ai*). Füüsilises maailmas on LED-ekraanid läinud suuremaks, projektorid võimsamaks, CGI odavamaks ja graafikakaardid on endiselt kallid.

Milline oleks su unistuste kontsert, millele videokunsti luua?
Kardan, et ma ei oska enam unistada, sest mu unistused täituvad alati – seega on mu unistuste kontserdid kõik need, mida teen. Ma tõesti armastan seda värki.

Küsis **Mariliis Mõttus**

Kollaaž: HUNGR

VIHJE

Alles see oli, kui kvääriklubi HUNGR tiim palehigis seinu värvis ja baariletti ehitas, et kõik avamiseks valmis saada. Nüüd on aastake möödas ning käes aeg pidada esimest sünnipäeva! 12.–13. aprilli nädalavahetusel oodataksegi kõiki HUNGRi sõpru aadressile Tulika 9-11 tähistama. Esimesel õhtul on tantsupõrand alternatiivse klubimuusika tulevikutalentide päralt, teisel päeval on kavas *drag show* turniir koos *afterparty*'ga. Vaata lisaks: *facebook.com/FeelTheHungr*

■■■■□

Kuulas Kristi Jõeste

SHELTON SAN – LIVE ON THE BBC

(9x9 Records, 2024)

Kassinimelise alternatiivrokitrio plaadiesitlus toimus Terminalis 9. märtsil. Aasta varem jaanuaris samas kohas kõlanud salvestuskontserti kanti üle BBC Radio Merseyside'i otse-eetris. Olin kohal mõlemal. BBC Radio taustaga estofiil Issy Hughes oli avastanud bändi 2022. aasta septembris EKKMist, kus nad esitlesid pärast 11-aastast pausi uut singlit. Seda, kuidas kõik edasi arenes, saab lugeda albumi vahelehelt, kuhu Sander Varusk on koondanud vestluse laulja-kitarristi Valter Nõmmega.

Keskealise naise ning postpungi, *dream pop*'i ja *shoegaze*'i austajana hindan muusikas enim meloodilisust, üllatuslikult leian seda ka Shelton Sani loomingust. Võib-olla on hüpnootilised rifid võti, miks nende kuulajaskond ei piirdu kindla tüpaažiga? „Live on the BBC" on väljavõte bändi viimasest viiest-kuuest varasemast palast. Need on enne vastutusrikast otse-eetrit nädalate viisi harjutamisest nii käe sees, et siin pole kohta ajukrambile. Aju võiks välja lülitada ka kuulaja. Üks lugu sulandub sujuvalt teiseks, puhata saab üksnes plaadipoole vahetamise ja B-poole veidi aeglasema loo „Steptrouble" ajal. Kehale meenub *live*'i-kogemus – muusika põhineb luupivatel kitarrikäikudel, mis ürgjõuliselt tantsuliigutustesse suunavad. Kuigi sõnad liiga hästi ei eristu, siis kusagil kuulen ikkagi fraasi „that's right, you're dead!". Häälepaeltest viimast võttev vokaal õigupoolest mõjubki kolme pilli täiendava instrumendina. Täpne, kuid mitte kordagi eputada ja kõike enda alla matta sooviv trumm. Bass, mis kohe avaloos võtab otsustava positsiooni ega lase energiat hajuda.

Ekstra kiitus kujundajale: Kaarel Vahtramäe on eemaldunud žanri stampvõtetest, minimalistlik plaadikaas võiks kuuluda pigem mõnele väljapeetud *indie*-albumile.

POOLRING – DRAGONS

(2024)

■■■■□

Kuulas Maria Helena Vain

Minimal Windist tuntud Paula Pajusaare sooloprojekti Poolring esimest EPd „Dragons" iseloomustavad siirus, lihtsus ja pretensioonitus selle parimas tähenduses. Lauljanna häälest kostab vabadust ja äraolevust, mis annavad mõista, et muusik ei püüa oma loominguga kuulajat šokeerida või talle muljet avaldada – tundub, et plaadi eesmärk on pakkuda turvatunnet ja hingekosutust, et end kaitsvasse maagia ja pehmuse tekki mässida.

Kui artisti varasem looming on maisema tunnetusega, siis värske EPga uitab neiu hingestatumatel unenäopopi radadel. Albumi pehmus ja orgaanika väljenduvad klassikaliste instrumentide ja *field recording*'ute kasutamises ning õhulises vokaalis.

Nimilugu on emotsionaalse ja siidise kõlaga, ent selle enim tähelepanu tõmbav külg avaldub viimase osa üleminekus, kus on paari sekundi vältel klaveripartiisse kromaatilisi noote põimitud. Kromatismi julgemast kasutamisest oleks lugu kindlasti palju juurde saanud. Silmapaistvaim pala „Valkyrie" on kirjutatud autori väljamõeldud keeles ning meenutab meloodiliste korduste poolest regilaulu või mõne põhjamaise põlisrahva loitsu. Loo teises pooles sumedale vokaalile lisanduv kare perkussioon sarnaneb kohati träpibiidiga, ent koos laulja nõidusliku häälega on raske huvitavat kooskõla žanripiiridega määratleda.

Kontseptuaalselt tundub see terviklik album, mille eeterlikus maailmas hõljuda. Samas osutub lugude seisundite liigne sarnasus üheks selle nõrkuseks – kunstnik on esitlenud kuulajale vaid ühte külge oma emotsionaalsest ja vokaalsest spektrist ning tekitab sellega janu millegi dünaamilise, toore ja inimlikult vahetuma järele. Potentsiaali, et selle ingelliku vaoshoituse alt võiks välja kooruda inimlikku teravust ja jõulisust, igatahes paistab.

■■■■□

Kuulas Mihkel Noot

KARL KILLING – 37

(Warner Music Finland, 2024)

Suhkru, vürtside ja kõige muu toreda kokkusegamisel ellu kutsutud poistebändi Beyond Beyond debüütsingel „So Alive" ilmus kaheksa aastat tagasi, seega võib vast väita, et Karl Killingu nimi on figureerinud kohaliku muusikakuulaja teadvuses umbes sama kaua. Noore artisti kohta on tegemist nüüdseks küllaltki staažika tegijaga, kes on laulja, produtsendi ja koosloojana mänginud märkimisväärset osa eesti popmuusika kõla nüüdisajastamises. Peamiselt RnBst ja uue kooli popmuusika motiividest mõjutatud debüütalbum „37" tähistab ühe pikalt kestnud karjäärietapi lõpp-punkti ning annab aimu Killingu saundi tulevikusuundadest.

Ei saa üle ega ümber asjaolust, et esimese asjana köidab tähelepanu Anne Veskiga koostöös valminud „sinust saati" – eeterlik, nunnumeetrit piirajasse ajav duett, mis katsena generatsioonidevahelist silda ehitada on igati tervitatav, kuid mõjub tervikuna pigem kitšlikult. Hoopis efektiivsemalt maandub „hoitud" koos YASMYNiga, mille puhul Killingu oskus kaasartistile ruumi teha ei varjuta tema enda panust ning loo lihtsus ja siirus mõjuvad kui soe kallistus. Soolopakumistest tõusevad esile The Weekndi algusaegu meenutav „ma proovin" ja afrobiidist inspireeritud tantsubänger „EEMALE".

Albumi ainsaks komistuskiviks on temaatiline samasus: Killing esitleb end kui mitte liigselt detailidesse laskuvat romantikut, kes tahab teda, ei taha teda, igatseb teda, väldib tema sõpru või siis mõtleb temast. Sisu mõttes on liha luudel vähevõitu, kuid muusikaliselt on kogu komplekt natuke liiga hea, et sel end ülemäära häirida lasta.

■■■■■
suurepärane

■■■■□
väga hea

■■■□□
hea

■■□□□
mittemidagiütlev

■□□□□
halb

BEDWETTERS – IT IS WHAT IT IS

(2023)

■■□□□

Kuulas Simo Atso

„It Is What It Is" on vaid kunagise Bedwettersi vari, kuid olgem ausad – *comeback*'i puhul pole oluline mitte see, mis välja antakse, vaid kuidas seda turundatakse. Kogu tagasitulek on olnud peensusteni läbi mõeldud, alustades väga targalt valitud koostöödest ning lõpetades tugeva konkureerimisega Eesti Laulul. Muusika mõttes siin aga kahjuks pikka pidu pole.

Ütlen keerutamata välja: see, et Bedwetters kuulutati tänavu EMA galal aasta rokkalbumi võitjaks, on täielik vargus. Kõik, kes mängisid selle auhinna jagamises osa, küsin teilt siiralt: kas te ei suuda näha, kui vähe sellel albumil rokiga pistmist on?

See plaat on täielik *bitch slap* kõigile, kes 17 aastat tagasi bändi toetajad olid. Kuigi muutus on osa iga ansambli eduloost, on Bedwettersi puhul ilmselge, et uus suund on tingitud sellest, mis praegu müüb, olgu see EDM, DnB või Sky Plusi esikümnepopp. Kas Bedwetters tegi ka oma hiilgeajal poppunki vaid põhjusel, et see oli *in*? Oeh, ei tahaks uskuda.

Sellegipoolest oleks liiga karm öelda, et „It Is What It Is" on otsast lõpuni halb – need hetked, kui bänd läheb oma rokijuurtega kindla peale välja, saab lugeda õnnestunuks. On isegi hämmastav, kuidas „Monsters" ülejäänud albumist peajagu üle on.

Negatiivselt paistab silma „End of the World", mis kõlab, nagu Joosep Järvesaar oleks kleepinud Cartooni loo keskele *stock*'ist rokirefrääni ja arvanud, et sellega petab rahva ära küll. Viimaseks looks „Chasing Dragons" polegi Bedwettersist midagi alles jäänud, see kõlab konkreetselt nagu B-kategooria Cartooni lugu.

Jah, Bedwetters, „juu meid it", kuid kas see oli seda väärt? Inimestelt on röövitud võimalus mäletada Bedwettersit kui bändi, kes oli suurem kui elu, bändi, kelle Snoop Dogg kuulutas MTV otse-eetris Euroopa parimaks uueks koosluseks, bändi, kes sõna otseses mõttes vallutas Eesti. See staatus kaotati turunduse järgi haiseva rokimõjutustega popmussi nimel.

BIWA JÄRVE 8 NÄOTUST

„Biwa järve 8 nägu" astus kogu täiega fetišeerivasse orientalismipange.

Vaatas **Doris Kala**

„Biwa järve 8 nägu" jagab pealkirja japanofiil **Max Dauthendey** 1911. aastal ilmunud raamatuga.[1] Filmi tutvustatakse kui linateost, mis tõlgib vanad jaapani armastuslood Peipsi külakogukonna igatsuste ja ihade keelde. Peategelaste hingeseisundit vaadeldakse kaheksa idamaise poeetilise motiivi kaudu: koju pöörduvad purjekad, ehapuna, esimene lumi, õine vihm, sügisene täiskuu, templikell, ootamatu tuuleiil, metshanede äralend.[2]

Filmis on matkitud killuke *jo-ha-kyū* struktuuri. See on kolmes osas kulgemine, mida rakendatakse paljudes jaapani kunstides ning mis kätkeb aeglast algust, tempo tõstmist ning äkilist lõppu. Seda võib näha isegi võitluskunstides, kus sätitakse end pikalt sobilikku poosi ning seejärel tehakse äkiline liigutus.

Mõnele võib selline tempo tunduda võõrastav, kuid tänu filmi ülevoolavale veidrusele see ei häirinud. Kriipima hakkas aga jaapani kultuuri kaasamine. Film on tehtud raamatu *ainetel*, mis on adapteerimise kõige lahjem aste. Algallikas annab uuele loomingule vaid tõuke ja raamatust on tõepoolest kõigest inspiratsiooni võetud. Mõned leiavad, et allikast lahknemine on justkui truuduse murdmine. Teisalt on adaptsioon täiesti iseseisev uus looming. Siin tekib küsimus, et kui Dauthendey teost kasutati vaid tõukepunktina, siis miks Jaapan endiselt meie kultuuriruumi rebiti.

Jaapan langeb tihti fetišeerimise ohvriks, kui see taandatakse kirsipuudeks, valgeks võõbatud geišadeks ja veidrateks seksimängudeks. Kõnealune film astus samasse ämbrisse. Kirsipuud on nii klišeeks muutunud, et seda ei pane enam tähelegi. Silma jäi aga *shibari* sidumiskunst, mida oli filmis igale poole topitud. *Shibari* on välismaalaste kaaperdatud sadomasopraktika, mida Jaapanis küll harrastatakse, kuid mis on Läänes äärmiselt ülepaisutatud. Jänesesilmanimelise tegelase tätoveeritud huuled häirisid samuti. Tegemist on Jaapani põlisrahva ainude tätoveeringuga. Ainud on pidanud nii ajalooliselt kui ka tänapäeval diskrimineerimist taluma, nende traditsioonide segamine kirsiõite ja *shibari* sadomasomängudega on taktitundetu.

Jaapani kultuurielemendid ei aktiveeri kohalike vaatajate mõtetes midagi. Jaapani kunstides kasutatav *mitate* võte ehk teose sees teisele teosele viitamine töötab ainult siis, kui vaatajatel on jagatud kultuuriline taust. Raamat ise selgitab Biwa järve vaadete motiivi ära: purjekate naasmine Yabatsest tähistab armastuse süttimist; Miidera templi kell „laulab armastava naise naerust"; Awazu (mitte Amazu) tuuleiil on võrgutamise ja petmise allegooria jne. Filmis avati ainult metshanede lendu. Ja ka selles stseenis tehti andestamatu viga, nimetades jaapani kirjamärki „hieroglüüfiks". Tegemist on *kanji*'dega! Võhikutele on säärane detail ebaoluline, aga see kinnitas kõhutunnet, et filmis kasutatakse Jaapanit kõigest veidra eksootilise müstika tekitamiseks.

Film saavutas oma salapärase absurdistliku eesmärgi ilma Jaapanita. See oleks olnud võluv, kui see oleks jäänud Eesti ja Soome piiridesse. Terve loo oleks võinud kodustada. Oleks olnud huvitav näha, kuidas jaapani motiivid kohalikku konteksti ümber pannakse. Raamatus kirjutas Hanake *waka*'sid, mida oleks olnud kurioosne kuulda näiteks regilaulu vormis. Peipsi järv oleks saanud veel rohkem särada, kui poleks pidanud Jaapaniga tähelepanu nimel võitlema.

[1] *Dauthendey, M. 2005. Biwa järve kaheksa nägu. Loomingu Raamatukogu.*

[2] *Lõhmus, J. 2024. Film, mis toob Jaapani ja Eesti Peipsi äärde kokku. – Sirp, 15.03.*

Kaader filmist

„BIWA JÄRVE 8 NÄGU" (EESTI-SOOME, 2024), 126 MIN. REŽISSÖÖR MARKO RAAT, OPERAATOR STEN-JOHAN LILL, KUNSTNIK KRISTINA LÕUK, KOSTÜÜMIKUNSTNIK REET AUS. OSADES ELINA MASING, TIINA TAURAITE, KÄRT KOKKOTA, SIMEONI SUNDJA, TOMMI KORPELA JT.

NAISED, KULDKALAD, STERIILSED TÜHITÄHISTAJAD

Kunstikoguja kapist väljas – Volta galeriis eksponeeritakse Kaupo Karelsoni erakogusse kuuluvaid kaasaegsete naiskunstnike töid, kõrvutades neid meeskunstnike omadega.

Külastas **Anette Pärn**

„Feministlikke" kunstinäitusi on ilmunud viimase aasta jooksul skenele nagu pärast vihma seeni, kes on järsku avastanud, et nad on liiga fallilise kujuga. Volta galeriis avatud Lilian Hiobi kureeritud „Femisfäär" põhineb Kaupo Karelsoni erakogul, mis – rõhutatakse – koosneb koguni 54%[1] ulatuses naiskunstnike töödest!

Jalutuskäik trammipeatusest galerii poole viib läbi Volta kvartali uusarenduspiirkonna ning on spektaakel omaette! Kunagised tööstushooned, raua-, õli- ja higilõhnased industriaalehitised, on saanud uued marmorpõrandad ja nende seinte vahel peetakse steriilseid hotelle kuldkaladele.[2]

Teostes ei käsitleta naise keha objektina, vaid vaadeldakse seda naise pilgu (female gaze) *kaudu ning seeläbi omandavad kujutatud kehad subjektsuse ja autonoomia, neil on olemas valikuvabadus ja enesemääratlemisõigus.*

Hüva, dihhotoomia *naise* ja *mehe pilgu* vahel on näituse kontseptuaalseks keskmeks seatud: kaasaegsete naiskunstnike töid kõrvutatakse möödunud sajandi meeskunstnike teostega, kus kujutatakse naist pea eranditult allavaatava alandliku ilmega ning kann ja tiss on eeskujulikult kikkis. Vastukaaluna peaks aga naiskunstnike töödes avalduma dimensioon, milles ollakse vabanenud patriarhaalse fantaasia ikkest, tulemuseks sundimatu ja suveräänne pilk.

Esialgu on ju kõik nunnu. Mis aga nii selle kui ka mitmete teiste „feministlike" näituste puhul kriipima jääb, on nende teoreetiline lihtsakoelisus. Muidugi, naiskunstnike esiletoomine, nende teadvustamine ja tunnustamine on äärmiselt positiivne trend. Näitus, mis koosneb aga naiskunstnike teostest, mis kujutavad naisi, ei tee seda veel loomuldasa *feministlikuks*. Taotlus esindada *naise pilku*[3] – kui midagi sellist saab patriarhaalses maailmas üldse eksisteerida – on üleüldiselt väga pretensioonikas ettevõtmine. Võidakse küll olla teadlik oma soole pealesurutud performatiivsetest eeldustest, neid mitte pooldada, võib-olla isegi aktiivselt vastu mässata, aga seni, kuni patriarhaati pole kukutatud, kehtestub *pilk*[4] alati seotuna valitseva hegemooniaga.

Kõnelemata siinpuhul konkreetsete teoste kunstilisest tasemest, emotsionaalsest või kontseptuaalsest kandvusest, puudub näitusel tervikuna tugev argumenteeritus ja afektiivsus. Vaevalt saab pidada juhuseks, et erakogusse kuuluvates teostes vastab naisfiguur ja sooline väljendus siiski moel või teisel konventsionaalsetele hetero- ja euronormatiivsetele standarditele. Mööda ei õnnestu vaadata ka kriiskavalt neoliberalistlikust alatoonist: 1) näituse peatoetaja on Endover Kinnisvara; 2) naiskunstnike tööd saavad nii kallis ruumis rippuda vaid põhjusel, et üks valge keskealine mees[5], kellel on piisavalt raha erakogu omamiseks, on otsustanud need sinna panna.

„Feminism", millel puudub intersektsionaalne mõõde, on tühi tähistaja – teadvustamata laiemat ühiskondlikku ebavõrdsust ning repressioonimustreid, mis seda aina taastoodavad, ei saa tuumakat feministlikku käsitlust ega tegevust päriselt eksisteerida.

[1] *Rõhutame: statistika on oluline!*

[2] *Loe: gentrifitseerumine.*

[3] *Erinevalt terminist „male gaze", mille arendas 1970ndatel välja filmiteoreetik Laura Mulvey, puudub terminil „female gaze" selge käsitlus ning see on kultuuriliselt esindatud pigem ujuvat tähendust kandva sõnakõlksuna.*

[4] *Terminile „gaze" omistatakse valdavalt tugevat sotsiaalpoliitilist laetust, s.t küsimus ei ole tingimata selles, kes keda vaatab, vaid mis kontekstis see vaatlus toimub.*

[5] *Pole rünnak! Ka selles demograafilises grupis leidub igati kirglikke feministe!*

Foto: Roman-Sten Tõnissoo

„FEMISFÄÄR"
(NÄITUS KAUPO KARELSONI ERAKOGUST)
VOLTA GALERIIS (15. MÄRTS – 21. APRILL).
KURAATOR LILIAN HIOB.
KUNSTNIKUD CLOE JANCIS, SARAH NÕMM, ANITA KREMM, EDUARD WIIRALT, MARTA STRATSKAS, MIRJAM HINN, LAURA PÕLD, EIKE EPLIK, UKU MASING JT.

FILMIKRIITIKUTE SULERPOOV

Kaader Eeva Mägi filmist „Lembit Uulu"

KUTSUB KIRJUTAMA EESTI DOKUMENTAALFILMIDEST

Seekordse suleproovi fookuseks on Eesti dokumentaalfilm, sest kui me ise ei kirjuta, siis keegi teine seda ka meie eest ei tee. Kui inspiratsiooni peaks mingil põhjusel nappima, soovitame Arkaadris või Jupiteris ringi vaadata – ainest jagub!

Ootame osalema autoreid, kelle sulest pole varem filmikriitikat avaldatud.

Arvustamisele võib võtta nii lühikese kui ka täispika dokumentaalfilmi, ent teksti pikkus ei tohiks ületada 3500 tähemärgi (tühikutega) piiri. Tööd tuleb saata e-posti aadressile ***filmikriitik@muurileht.ee*** **hiljemalt 10. maiks.**

Parimad autorid seovad selge argumentatsiooni ja asjatundlikud hinnangud loomingulise lähenemise ja kaasakiskuva tundelisusega.

Säravaima teksti autorile annab Eesti Filmi Instituut 500-eurose rahalise stipendiumi. Teise koha pälvijale kingivad Kino Sõprus ja Elektriteater aastase tasuta sissepääsu kõikidele tavaseanssidele. Kolmanda koha auhinnaks on 2024. aasta PÖFFi pass. Parimad dokfilmiarvustused avaldame Müürilehe juuninumbris. Žürii tööd juhib Müürilehe kultuuritoimetaja Helena Aadli.

<3500 TM / 10.05.

Julgustame osalema ja soovime kerget sulge!

LOOMING KUI ARMASTUSE TÖÖ

Maailmas, kus kapitalistlike suhetega takistatakse ja ka ergutatakse loovust, on autonoomne kunstnik saanud ebakindlaks muutunud töö musternäiteks. Mida see tähendab? Ja mis määratleb kunsti üleüldse kui „tööd"?

Laura Elisabeth Konsand

Kaasaegse eesti kunsti ühes sümboolseimas videoteoses „Luuser" (1997) kasutas **Kai Kaljo** autobiograafiliste anekdootide ja ameerika *sitcom*'idest tuntud lavastatud naeru kombinatsiooni, et kommenteerida nõukogudejärgset vaba Eesti ühiskonda kunstniku vaatepunktist. Autobiograafilisest teosest saab Kaljo kohta mitmesugust infot: ta on naiskunstnik, 37-aastane, elab siiani oma emaga ja teenib kunstiakadeemia õppejõuna 90 dollarit kuus. Lõpetuseks ütleb ta: „Ma leian, et kunstnikuks olemise juures on kõige olulisem vabadus." Kaljo video võiks iseloomustada tabavalt seda „julma optimismi", mis loovisikute tegevust ning toimetulekut sellest hetkest peale saatnud on. „Vabadus" tähistas tsensuuri puudumist ja sõnavabadust, kuid seda neoliberaalse kapitalismi tingimustes, võimaldades kunstnikel – sarnaselt kogu ülejäänud ühiskonnaga – piltlikult öeldes siis ja edaspidi vabalt valida, kuidas turg neid ekspluateerib.

Ent kunstniku vabaduse peamine eeldus on, et tema teosel on väärtus, mis ulatub kaugemale selle rahalisest väärtusest. Kunst on kahtlemata unikaalne, sest seda ei looda üksnes kasumi eesmärgil erinevalt enamikust asjadest, mida me ostame ja müüme. See võimaldab paigutada kunsti väljapoole majanduslikke suhteid, näiteks institutsioonidesse või ühiskondlikku diskursusesse, mis käsitleb seda eeskätt pärandi, ajaloo ning traditsioonide kaudu rahvusriigi säilitajana, nii et sellel pole rahaga näiliselt pistmist.

Kunst on kapitalistliku süsteemi kõikehõlmavuse hägustel äärealadel – justkui vabaduse konteiner.

Kunst on seega pigem kapitalistliku süsteemi kõikehõlmavuse hägustel äärealadel, justkui vabaduse konteiner ja abstraktse representatsiooni valdkond. Hüpoteetiliselt on võimalik kujutada ette uusi olemis- ja mõtlemisviise, kuid seda kapitalismi kujutlusvõime seatud piirides.[1] Alles siis, kui omistame kunstiteosele täielikult kauba olemuse, võttes arvesse selle ajalooliselt autonoomset staatust ja selle lubatud vabadust, saame küsida, mida see tähendab nendele, kes teevad kunsti kui „tööd".

AGA KAS KUNST ON TÖÖ?

Pole sugugi iseenesestmõistetav, et kunsti loomist saaks pidada või peaks pidama võrdväärseks igasuguse tööga, kuivõrd kunstiteosed ei pretendeeri kasulikkusele.[2] Kui tegemist oleks kasutusväärtust tootva tööga, poleks enam tegu kunstiga. Teistpidi on küsitav, kas suur osa tänapäeva palgatööst üleüldse toodab kasutusväärtust? Siinkohal meenub näiteks teenuse- ja haldussektori paisumine, mis pakub tööd lugematutele administratiiv-, teenindus- ja tugitöötajatele, kelle ülesanne on piltlikult öeldes paberit liigutada (*pushing paper around*). Või hõivatud töötajate ja ülemuste ning ülemuste ülemuste massi teenindada. **David Graeber** on nimetanud selliseid töökohti mõttetuteks ametiteks. Ta on arutlenud, et kuigi tänapäeval võiks meie töönädal olla tänu töö automatiseerimisele 15-tunnine, on tehnoloogia arengu tuules leitud viise, kuidas meid kõiki veelgi rohkem tehnoloogia heaks tööle panna.[3]

Kui töö on mõõdetav üksnes palgas, kuid sarnaselt „paberi liigutamisega" on selle eesmärk pelgalt finantsilist infrastruktuuri teenindada, sidumata seda ühiskondliku vajalikkuse narratiiviga, ei saa loomingulist tööd liigitada tavapäraste töö kriteeriumite alusel.[4] Ühtlasi ei saa kunst alistuda ega loovisikute ja kõikide teiste töötajate vahele võrdusmärki panna.

LOOMING KUI EBAKINDLUSE TEENÄITAJA

Kui paralleele tõmmata, siis tagurlik autonoomse (nälgiva) kunstniku mudel on saanud igasuguse töö võrdkujuks. Ebakindlus, ajutisus, konkurents, individualism ja tingimuslikud eneseteostusvõimalused iseloomustavad üha enam töö muutuvat olemust. Selle üheks võtmemomendiks on „inimkapital", mis moodustub lisaks oskustele, teadmistele ja kogemustele, mida inimesed enda töös rakendavad, ka eraelulistest aspektidest, nagu toitumine, armastus või religioon. Praegu ei ole oluline üksnes „inimkapitali" olemasolu, vaid ka võime seda väärtustada, hallata, arendada, sellega spekuleerida ning see enda kasuks pöörata, et suurendada enese turustatavust ning teenimisvõimalusi. Neoliberalismi soositud oma „inimkapitali" investoritest subjekte võib käsitleda seega kui enda elu kõiki aspekte hõlmava investeerimisportfelli haldajaid.[5] Sellest johtub, et ühiskond näeb üksikisikut järjest enam ettevõtliku subjekti ja majandusliku toimijana, kes vastutab isiklikult enda väärtuse ja tööalase konkurentsivõime igakülgse maksimeerimise eest. Paindlikkusest, mobiilsusest ja loovusest saavad nendes tingimustes isikuomadused, mida ei eeldata enam üksnes loovisikutelt. Vastupidi, kujutledes ennast mütoloogilise versioonina kunstnikust, kellenagi, kes on valmis riskima ebakindlusega, ärgitatakse kõiki töötajaid kasutama loovust ja kirge oma isikliku brändi laiendamiseks.

Autonoomse kunstniku mudel on saanud igasuguse töö võrdkujuks. Ebakindlus, ajutisus, konkurents, individualism ja tingimuslikud eneseteostusvõimalused iseloomustavad üha enam töö muutuvat olemust.

Seega, kunsti võime lisada kohtadele ja situatsioonidele väärtust loob emantsipeeriva kuvandi nii tööst ja materiaalsetest tingimustest – mis on muutunud järjest ebakindlamaks ja ekspluateerivamaks – kui ka subjektidest, kes püüavad enesele kui loomingulisele kaubale tööturul lisaväärtust leida.[6] Mõeldes ütlusele „tee, mida sa armastad, ja sa ei pea elus päevagi töötama", sobib töö loomevaldkonnas siinkohal nagu valatult, kuid idealiseerib tegelikkust.

OLEMUSLIK TASUTA TÖÖ

„Kunstnikuna ellujäämise" diskussiooni kõrval saab vähem tähelepanu asjaolu, et kultuuriväli rajaneb olemuslikult tasuta või alamakstud tööl (praktikandid, vabatahtlikud, muuseumivalvurid, piletimüüjad ja samuti… kunstnikud) ja edu saadab üksnes väheseid. Ebavõrdsusel ja konkurentsil põhineva süsteemi kollektiivse adresseerimise asemel on toimetulek taandatud isiklikuks mureks, mida saab potentsiaalselt leevendada parema enesejuhtimise, ajaplaneerimise, *network*'imise jms oskustega.

Teisisõnu eeldab töö mis tahes loomingulisel erialal järjepidevat enese reguleerimist, emotsionaalset tööd ja spekulatiivseid investeeringuid enda „inimkapitali", mis võib – kuid ei pruugi – tagada nende investeeringute tasuvuse tuleviku karjäärivõimalustes.

On ilmne, et loomingulisest tööst on saanud omamoodi teenäitaja tänapäeva tööeetikas, mis seob tööd eneseväärtusega ning loob soodsa pinnase (enese)ekspluateerimiseks. Loomingu kui armastuse töö sisendiks on autonoomia ja vabadus, mida võimendab omakorda ühiskondlik diskursus, mis idealiseerib tegelikke põhjuseid, miks kunsti luuakse. See aga varjab tasustamata või alatasustatud kultuuritöö ekspluateerivat tegelikkust nende jaoks, kes otsivad selles toimetulekut või autonoomiat.

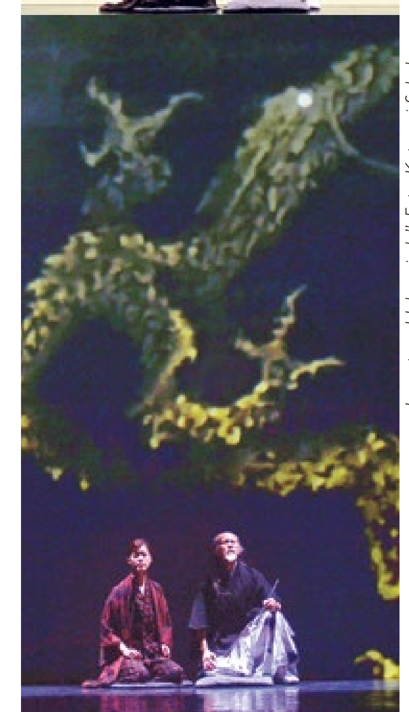
Kui kunst on töö, siis võiksime ka öelda, et kunst ja elu ei ole ainult lahutamatud, vaid teineteisest fundamentaalselt sõltuvad, nii kontseptuaalselt kui ka materiaalselt. See eeldaks esmajoones suhestumist kunsti kui tööga, et vähendada autonoomia haaret, mis taasloob müüti, et kunst vajab päästmist kapitalismi küüsist. Seetõttu võiks kunstivaldkond võita üldisemast diskussioonist töö muutuva olemuse üle. See nõuaks aga omakorda rohkem solidaarsust mitte ainult valdkonnasiseselt, vaid ka laiemalt.

[1] Demby, N.; Spaulding, D. 2015. Art, Value, and the Freedom Fetish. – Mute Magazine, 28.05.
[2] Kui asi on kasutu, siis on ka selles sisalduv töö kasutu; seda ei loeta töötegemiseks ja seega ei loo see ka väärtust. Marx, K. 1990. Capital: A Critique of Political Economy. Volume I. Penguin Books.
[3] Graeber, D. 2013. On the Phenomenon of Bullshit Jobs: A Work Rant. – STRIKE!, nr 3.
[4] Kaasaegse kunsti produktsioon on läbi põimunud majanduslikest raamistikest – alates kunstiturgudest ja brändingust, lõpetades biennaalide ja linnade gentrifikatsiooniga.
[5] Feher, M. 2009. Self-Appreciation; or, The Aspirations of Human Capital. – Public Culture, nr 21 (1), lk 21–41.
[6] Marina Vishmidti doktoritöö tõmbab kaasaegse kunsti puhul paralleele nüüdisaegse kapitalismiga, kuivõrd need moodustavad spekulatsioonil rajaneva ühiskonna poolused. Ta väidab, et neoliberaalse tööturu tingimustes on loovus sageli kaubastatud, olles muutunud igasuguse palgatöö iseloomulikuks tunnuseks. Kunstilist loovust, mida varem hinnati selle sisemise (mitte rahalise) väärtuse alusel, kasutatakse üha enam majandusliku väärtuse loomise vahendina. Vishmidt, M. 2012. Speculation as a Mode of Production in Art and Capital. Doctoral dissertation, Queen Mary University of London; vt ka Vishmidt, M. 2019. Speculation as a Mode of Production. Forms of Value Subjectivity in Art and Capital. Brill.

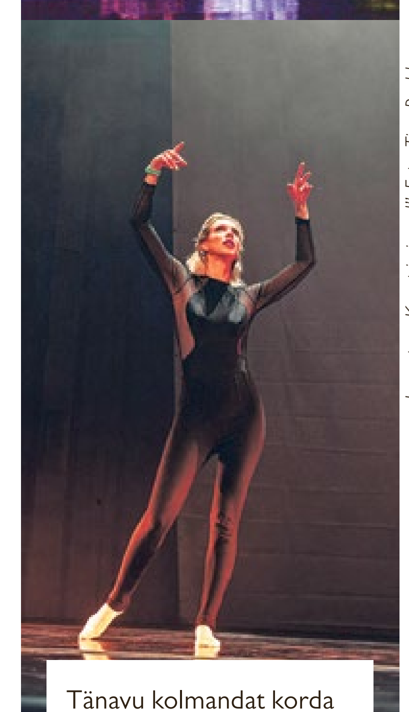
Foto: erakogu

Laura Elisabeth Konsand on vabakutseline kultuuritöötaja, kes tegutseb Hollandis ja Eestis.

Lavastus „Hokusai elu". Foto: Katsumi Sakakura



Lavastus „Hokusai elu". Foto: Katsumi Sakakura



Lavastus „Kurat ja jumal". Foto: Tina Bychkova

Tänavu kolmandat korda toimuv Aasia sõnatu teatri festival 1000 Kurge toob 8.–13. aprillini Tallinnasse ja Viimsisse maailmatasemel etendajad Singapurist, Lõuna-Koreast ja Jaapanist. Eestist on seekord programmis loomingulise koosluse *birdname uus ballett „Kurat ja Jumal". Muu hulgas toimub 12. aprillil Theatrumis lühivormide õhtu, mille jooksul publik saab nautida nelja teost. Uuri lähemalt: *birdname.ee/1000-cranes*

05.04.
TÄDI ÕIE SÜNNIPÄEV

5. aprillil esietendub Kanuti Gildi SAALis Urmas Lüüsi eksistentsiaal-utoopiline komöödia „Tädi Õie 65. sünnipäev". Tegevus toimub installatiivses kaht korrust läbivas elamises. Publik saabub peole, tädi Õie korter on küll kitsas, kuid seltsis segasem. Tähistatakse koos elatud aastaid, vaadatakse otsa mineviku valudele ja oleviku olemisele. Tsiteerides laulusõnu: noorus on ilus aeg, noorus ei tule iial tagasi! Info, piletid jm: *saal.ee*

05.04.
EKKMI KEVAD

5. aprillil kell 18 avatakse EKKMis 2024. aasta hooaeg rahvusvahelise grupinäitusega „Päästik", mis on muuseumi kuraatorite Evelyn Raudsepa ja Maria Helen Kännu esimene ühisprojekt. Näituse idee sündis reaktsioonina olukorrale, kus oleme pidevalt tunnistajateks poliitiliste kriiside pingelisele kaosele. Väljapanek hõlmab jõuliselt kehalisi videoteoseid, tööstuslikust energiast laetud kohaspetsiifilist heliinstallatsiooni, õrn-teravaid kineetilisi skulptuure, digitaalsünteetilisi maale ning moe- ja ehtekunsti traditsioonist väljamurdvaid objekte. Vt: *ekkm.ee*

10.04.
LÄBIPAISTEV SÜDA

10. aprillil kell 18 esitletakse Tallinna Kirjanike Majas antoloogia „Eesti luuletajad Jelena Skulskaja tõlkes" viiendat köidet. Värskesse köitesse (pealkirjaga „Läbipaistev süda") on Skulskaja koondanud Kristiina Ehini, Hasso Krulli ja Mehis Heinsaare vene keelde tõlgitud luuletused. Esitlusel kuuleb, kuidas eesti luuletajate tekstid originaal- ja vene keeles kõlavad, kuidas tõlkija luuletaja mõtteid edasi annab ning kuidas teatristuudio õpilased neist aru saavad. Uuri: *ekl.ee*

10.—14.04.
TOIT FILMIDES

Toidufilmide festival kutsub 10.–14. aprillini Kino Sõprusesse (ja põgusalt Tartu Elektriteatrisse) uudistama erilisi restorane, silmapaistvaid toiduvalmistajaid ning oivalisi maitseelamusi. Toidudokumentaalid viivad vaatajad Gröönimaa imelisse gurmeerestorani, Hispaania tuntud veinipiirkonda, Kanada vetikafarmi, Itaalia vanglarestorani ja mujalegi, kus leidub toiduentusiaste ning inspireerivaid lugusid. Filmid linastuvad inglise keeles. Lisainfo: *foodfilmfestival.ee*

Kaader filmist „Restoran maailma äärel"

11. ja 12.04.
MILJARD AASTAT…

Tormi Torop on võtnud EMTA magistrantuuri lõpetamiseks ette Arkadi ja Boriss Strugatski romaani „Miljard aastat enne maailmalõppu", mille ainel valminud samanimeline lavastus toob kokku teatri- ja filmimaailma – lugu jutustavad ja visualiseerivadki koos filmi- ja teatriprofessionaalid, kellest näeme laval Johan Elmi, Maria Reinupit, Karl Koppelmaad, Dan Jeršovit ja Liis Aedmaad. Etendused Ülemistel (Valukoja 10) veel 11. ja 12. aprillil. Jälgi mängu: *facebook.com/miljardmaailmalopp*

12.04.
BEN FROST PAAVLIS

Hinnatud eksperimentaalmuusika artist Ben Frost annab 12. aprillil Paavli Kultuurivabrikus täispika kontserdi. Austraaliast pärit, kuid Islandil resideeriva ja sealt jäist ainestki ammutanud Frosti läbivalt instrumentaalne looming keskendub enamjaolt elektroonikale, industriaalrokile ja *noise*'ile, kuid kohati on muusikas kuulda mõjutusi pungist, *black metal*'ist ja klassikalisest minimalismist. Lähemalt: *kultuurivabrik.ee*

Ben Frost. Foto: Topper Komm

12.04.
PÕGENEVAD LOOMAD

Kauge tulevik: inimesed on hävitanud looduse ja ühiskonna ning Maa on suur prügikõrb. Üksiku lõkke ääres on nälginud inimene, kes on teinud endale rämpsust muusikariistad ning oma viimseid päevi viisikesi tuututades surma poole veeretab… Tartu Üliõpilasteatri lavastus „Apocalypse Now ehk Põgenevad loomad" võtab muinasjutuvestja-teatri võtmes ette soome-ugri rahvaste muinasjutud. Lugude tegelased kehastuvad laval rollideks ja sündmusi edastatakse objektide ja liikumise vahendusel. Lavastaja Enor Niinemägi, esietendus 12. aprillil Tartu Üliõpilasmajas (Kalevi 24). Infot: *yliopilasteater.ee*

20.04.
KAUGE JA TUTTAV

Festival KAUGE x Tartu 2024 tähistab eesti elektroonilise tantsumuusika arengut, kaasates tegijaid minevikust, olevikust ja tulevikust nii Tartust kui ka kaugemalt, just eesmärgiga ühendada kauge tuttavaga. Tartu Kammivabriku ajaloolises hoones 20. aprillil neljal laval toimuv üritus toob kokku Tartu skeenelt tuttavad tegijad, nagu Black Box, Reivkom ja SÜNK, ning loob ühise pinnase rahvusvaheliste artistidega, nagu Chlär & Noizar. Vt: *facebook.com/kauge2024*

20.—21.04.
OPEN HOUSE TARTU (2024)

Tänavu jõuab satelliidina esimest korda Tartusse pealinnas juba aastaid tagasi kanda kinnitanud üritusformaat Open House. Ühel kevadisel nädalavahetusel, 20. ja 21. aprillil avavad huvilistele tasuta enda uksed ligi 30 Tartu asukohta, sh ülikooli- ja koolihooned, nii mõnigi kirik ja lasteaed, aga ka riigikohus, rahvusarhiiv, tähetorn, Eesti Üliõpilaste Selts… Kogu programm: *openhousetartu.ee*

26.04.—05.05.
BALTI JA EESTI OMAILM

Eesti suurim esiettekannete festival Eesti Muusika Päevad toimub tänavu 26. aprillist 5. maini samuti Euroopa kultuuripealinnas Tartus. Kohaliku nüüdismuusika olulisim suursündmus (seekord teemal „omailm") hõlmab 2024. aastal ka uut läti ja leedu muusikat, kandes sestap ka laiendatud nime Balti ja Eesti Muusika Päevad. Kunstilised juhid on Märt-Matis Lill, Helena Tulve ja Timo Steiner. Festival avatakse 26. aprillil Toomemäel üritusega „Kolme torni kutse", kus kõlab Märt-Matis Lille uudisteos. Pilk peale: *eestimuusikapaevad.ee*

Defunensemble. Foto: Ville Mattila

SÜRR
SÜRREALISMI SAJAND

Tartu Kunstimuuseumi näituseprogramm „Sürrealism 100" on pühendatud sürrealismi manifesti 100. juubelile. Programmi kuuluvad Tartu Kunstimuuseumis eksponeeritavad Kris Lemsalu isikunäitus „DONATELLA. Elukeeris", „Ilmar Malin. Igaviku hõõg" ja eesti karikatuurikunstile keskenduv „Initsiatiiv altpoolt. Eesti karikatuur 1980ndatel". Lisaks avati aprilli alguses Eesti Rahva Muuseumis rahvusvaheline näitus „Sürrealism 100. Praha, Tartu ja teised lood …". Uuri lähemalt: *tartmus.ee*, *erm.ee*

KUNST
KÕIK OLNUD VÕIMALUSED

Riias asuv kaasaegse kunsti keskus Kim? ja Kogo galerii avasid koostöös märtsi lõpus läti visuaalkunstnik Krista Dzudzilo esimese isikunäituse Eestis. Näitus „kõik olnud võimalused" koosneb kahest söe- ja pliiatsijoonistuste seeriast, videoteosest ja heliinstallatsioonist – 19 stabiilsuse kallutamise katsest. Väljapanekuga uurib kunstnik, kuidas muuta vaatlus teadlikuks kogemuseks, ja küsib, mida tähendab kõike küljele kallutada ja omandada teine telg. Kas tegu on uue stabiilsusega? Kuidas leida liikumist staatilises? Infot: *kogogallery.ee*

EESTI MUUSIKA-
JA TEATRIAKADEEMIA

Heli, visuaali
ja muusikatehnoloogia festival

COMMUTE 6

FONS AMORIS

21.04–26.04

KONTSERDID, VESTLUSED, INSTALLATSIONID

21.04 kl 19 | Kino Sõprus
INTERSECTIO
Audiovisuaalsed teosed
Kavas EMTA tudengite ja rahvusvaheliselt tunnustatud välisautorite looming

22.04 kl 19 | Eesti Teatri- ja Muusikamuuseum
INFINITA MEMORIAE
Ruumi- ja heliinstallatsioonide näituse avamine
Osalevad EMTA tudengid Hele-Mai Vettik, Uku Õunapuu, Adla Cameselle Barbosa, Emilio Casaburi, Sandra Leon, Adrian Paemurru ja Kenneth Flak

23.04 kl 19 | EMTA suur saal
FONS AMORIS
Pergolesi „Stabat Mater" 3D-videomäpinguga
EMTA ja Itaalia muusikakõrgkoolide koostööprojekt
Kavas Antonio Vivaldi ja Giovanni Battista Pergolesi

24.04 kl 19 | EMTA suur saal
CONUBIUM SONI
Heliloomingu ja improvisatsioonilise muusika ja muusika interpretatsiooni osakondade ning doktoriõppe keskuse tudengite ühisprojekt
Kavas esmaettekanded kammerkoosseisudele

25.04 kl 19 | EMTA black box
VOX ELECTRUM
Elektroakustilise loomingu ja nüüdismuusika ansambli tudengite ühisprojekt
Kavas EMTA tudengite uudislooming

26.04 kl 19 | EMTA black box
FABULAE VISIBILES
Juanjo Guillem (löökpillid)
Kavas Juanjo Guillem, Voro Garcia, Joakim Sandgren, Andreas Kalvet, Kenneth Flak, Botond Bartokos

EESTI KULTUURKAPITAL

eamt.ee
commute.art

pileti keskus
piletikeskus.ee