

Tekst **Kairi Oja**
Fotod **Andres Haabu, erakogu**

Disainer Piret Parve teekond loominguks maailma on olnud loomulik – tema ema, sisearhitekt Sirje Parve asutas nõukogude aja lõppedes nii oma sisekujundusfirma Ruumidisain OÜ kui ka samanimelise kodukujunduskooli. Ema järgedes liikunud ruumikujundaja Piret Parve hoiab ema saavutatud taset, ent tal on selgelt välja kujunenud oma isiklik käekiri ja lähenemised.

Kaugeltki mitte kõik üheksakümnendate algul loodud ettevõtted pole jäänud ellu. OÜ Ruumidisain on üks neist, kes on. Ning mitte ainult – ettevõtte on välja kujunenud oma kindel klientuur ning selle nime teatakse erialaringkondades võrdlemisi hästi.

Kuidas disainimaailmaga kohtusid, miks see maailm Sind tõmbab?

Oli 1991. aasta, kui Ruumidisain sai alguse. Mäletan, kui innustav oli mu ema jaoks erialane tegutsemine – vaba varasematest kunstinõukogudest, mis kvaliteedi tagamise sildi all tegelesid ahta sisekujundusturu hoidmisega väheste käpa all. Mitusada huvitatud õppurit näitas, et toonasel Tartus oli nõudlust sihiteadliku sisearhitektuuri ja -disaini vastu. Olen selle töö sees üles kasvanud ning näinud nii kergemaid kui ka raskemaid aegu. Ema tee jätkamine tuli loogilise sammuna iseenesest.

Kui umbes 12 aastat tagasi valmisid mu esimesed iseseisvad tööd, ei mõelnud ma veel sellest, et ühel päeval pean ema ettevõttega ise toime tulema. Nüüd on sellest saanud minu igapäev. Tartu Kõrgema Kunstikooli järel astusin TÜ majandusteaduskonna magistriõppesse, et suudaksin Ruumidisaini juba saavutatud taset kindlamalt hoida. Tean, et valitud tee tähendab pidevalt kestvat õppimist.

Mis teeb heast disainist, heast sisekujundusest tõeliselt hea?

Hea – see on tulemuse saavutaja või

“ Selleks, et keegi saaks olla kõrghetasemel ruumikujundaja, peab tal olema jõukas suure ambitsiooniga tellija.

disainer Piret Parve



Swedbanki Tallinna Liivalaia tänava peakontori sisekujundus on suures osas valmis, kuid vajab veel mõnd lõppdetalli.



selle kasutaja hingeseisund! Niisamuti ilu. Erisugustesse kooslustesse kuuludes omandab ruumikujundushuviline temale omase ilu mõiste ja ettekujutuse sellest, mis on hea. Kitsamad mõjustajad on lastetuba ja oma küla kombes. Need kasvavad inimesele sisse ja suunavad teda seestpoolt. Eespool olevad arhitektuur, kaubandus ja reklaam suruvad väljast. Kokku loob see maitse.

On võimatu määratleda üleüldiselt, milline sisekujundus on hea ja milline tõeliselt hea. Tarbija poole pealt on otsustavaks tema rahulolu. Ent professionaal peab lisaks tarbija rahuldamisele töötama ka kooskõlas tema piirkonna professionaalide seas aja jooksul kristalliseerunud tavade ja tavadega. Ta võib neid loominguks rikkuda, kuid sellel on oma piir, mille ületamisel muusikat nimetatakse ka-