

**Eesti Kunstiakadeemia
Kunstiteaduse Instituut**

Hanna-Liis Kont

**TARTU KUNSTIMUUSEUMI NÄITUSEPLAKATID
AJAVAHEMIKUS 1979–1992 UUE MUSEOLOOGIA KONTEKSTIS**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: prof. Virve Sarapik

Tallinn 2014

Sisukord

SISSEJUHATUS.....	3
1. UUS MUSEOLOOGIA JA KOMMUNIKATSIOONITEOORIAD.....	7
1.1 Uus museoloogia.....	7
1.2 Muuseumikesksed turundus- ja kommunikatsioonistrateegiad.....	11
1.3 Üldistest kommunikatsioonimudelitest ja nende rakendatavusest muuseumi kommunikatsioonivahendite analüüsil.....	15
2. TARTU KUNSTIMUUSEUMI KOMMUNIKATSIOONIVAHENDID JA NÄITUSEPLAKATITE ÜLDISELOOMUSTUS.....	19
2.1 Tartu Kunstimuuseumi kommunikatsioonivahendid.....	19
2.2 Tartu Kunstimuuseumi näituseplakatite üldiseloostus arhiivi põhjal.....	23
3. TARTU KUNSTIMUUSEUMI NÄITUSEPLAKATID AJAVAHEMIKUS 1979–1992.....	31
3.1 Perioodi plakatite omadused ja tagamaad.....	31
3.2 Autoriplakat.....	33
3.3 Perioodi plakatid kommunikatsioonivahendina.....	45
KOKKUVÕTE.....	50
KASUTATUD KIRJANDUS.....	52
LISAD.....	55

Sissejuhatus

Siinse bakalaureusetöö eesmärk on analüüsida Tartu Kunstimuuseumi näituseplakateid ajavahemikust 1979–1992, võttes aluseks muuseumi kommunikatsiooniviiside aspekti. Analüüsi käigus otsitakse vastust küsimusele, kuidas väljendusid selle perioodi plakatikunsti arengud muuseumi näituste infoedastuse viisides. Tartu Kunstimuuseumi plakatite kui olulise infokandja käsitlemisel on toetuspunktiks uue museoloogia teooria ja sellega haakuvad kommunikatsiooniteooriad. Antud kõrvutuse eesmärk on kaardistada konkreetse muuseumi kommunikatsioonistrateegiate teisenemisi valitud perioodil. Teiseks esitatakse bakalaureusetöös küsimus, kas antud ajavahemikus toimunud muutused Tartu Kunstimuuseumi kommunikatsioonis on pigem tingitud sünkroonselt Eesti plakatikunsti võimsast arengust, või on selle taga ka muuseumi enese arenguloogika, n-ö uue museoloogia kommunikatsiooniprintsiibid.

Siinne uurimistöö koosneb kolmest peatükist, mis jagunevad omakorda alapeatükkideks. Esimene peatükk käsitleb uue museoloogia ning sellega haakuvate kommunikatsiooniteooriate peamisi seisukohti. Samuti kirjeldatakse plakatite analüüsiks vajalikke kommunikatsioonimudeleid. Teine peatükk käsitleb Tartu Kunstimuuseumi kommunikatsioonipraktikaid. Peatüki raames analüüsitakse muuseumi erinevaid informatsiooni edastamise viise ning keskendutakse seejärel muuseumi näituseplakatitele, andes neist kümnendite kaupa ülevaate. Viimase peatüki fookuses on näituseplakatid ajavahemikust 1979–1992. Seejuures analüüsitakse nii nende omadusi ja tagamaid kui autoriplakatite eripärasid ja kommunikatiivset iseloomu.

Muuseumide rolli teisenemise temaatika on olnud aktuaalne juba aastakümneid ning mõjutanud ka Eesti muuseumide tegevust. Teatavat murrangut museoloogia-alases mõtlemises võib näha 20. sajandi teisel poolel, mil kerkisid esile institutsioonikriitilised seisukohad, mis seadsid muuseumide senised tööprintsiibid kahtluse alla. Selliste arengute mõjul kujunenud teoreetilist lähenemist nimetatakse sageli uueks museoloogiaks. Antud mõtteviisi iseloomustab muuseumide seniste tööviiside kriitiline ülevaatamine, soov muutuda publikule avatumaks ja kaasata inimesi aktiivsemalt muuseumi tegevustesse ning püüd eemalduda muuseumi kui elitaarse ja objektiivse institutsiooni kuvandist. Toimunud muudatuste üheks väljenduseks on ka muuseumide kommunikatsiooniviiside areng. Tegemist on väga olulise valdkonnaga, kuna see omab kaasaegse infoühiskonna tingimustes määravat positsiooni muuseumi kui avalikkusele suunatud institutsiooni toimimises.

Uue museoloogia põhimõtted kogusid muutuvate ühiskondlike tingimuste tõttu alates 1980. aastatest aina enam aktuaalsust ning on leidnud rakendust ka Eestis. Samas näib, et Eestis on neid põhimõtteid üle võetud pigem järk-järgult ja osaliselt ning mitte alati pole neid uuendusi

teadlikult uue museoloogiaga seostatud. Üks sellistest muuseumidest, mida on üldjoontes iseloomustanud nimetatud uuenduste osaline omaksvõtt, on Tartu Kunstimuuseum. Antud muuseumil on Eesti kontekstis suhteliselt pikk ajalugu, kuna see asutati juba 1940. aastal. Tegutsemisaja jooksul on kinnistunud mitmed muuseumitöö traditsioonid ja arusaamad, mistõttu on muutuste rakendamine keerukas protsess. Muuseumi üle seitsmekümneaastane aktiivne tegutsemine pakub tänasele uurijale hulgaliselt analüüsimaterjali ning erinevaid võimalikke teemapüstitusi, samas on see materjal oma mahult siiski hõlmatav. See on üks põhjustest, miks sinne töö tugineb Tartu Kunstimuuseumi arhiivile. Institutsiooni kommunikatsiooniviiside arengud ja konkreetsemalt nende väljendumine muuseumi näituseplakatites on üks paljudest teemadest, mida pole Tartu Kunstimuuseumi puhul uuritud.

Plakatile keskendumise põhjusteks on mitu asjaolu. Esiteks õigustab plakatikeskset analüüsi tõsiasi, et see kommunikatsioonivahend on olnud kasutuses pea kogu muuseumi tegutsemisaja vältel ning pakub seetõttu ilmekat ülevaadet erinevatele perioodidele omastest kommunikatsiooniviisidest ja nende muutumisest. Teiseks on plakat mõistetav valik antud uurimuse keskpunktina ka seepärast, et tegemist on visuaalse infokanaliga, mis pakub mitmekülgeid analüüsivõimalusi just kunstiteaduslikust vaatepunktist.

Kitsam periood, mida siinses töös pärast laiemat konteksti kaardistamist süvitsi analüüsitakse, on 1979.–1992. aasta näituseplakatid. Nimetatud ajavahemiku valik lähtub asjaolust, et siis loodi Eesti kultuuriplakati vallas uuenduslikke ja omanäolisi töid, mis eristuvad selgelt nii varasemast kui ka hilisemast plakatikunstist. Seetõttu on nende plakatite puhul eriilmeline ka suhe publikuga. Lisaks kohalikele eripäradele on antud perioodi disaini mõjutanud postmodernismiga seonduvad põhimõtted, nagu ühe universaalse tõe olemasolu eitamine ning selle asemel pluralistliku maailmapildi pooldamine. Samuti on postmodernistlike muutustega seotud institutsioonikriitika ja uue museoloogia tõekspidamiste väljakujunemine, mis suhtuvad kriitiliselt nii lõplikesse tõdedesse kui juurdunud autoriteetide domineerimisse.

Uue museoloogia mõju võib väljenduda kõigis muuseumi tegevuse aspektides, kuid väga oluline on see just kommunikatsioonivaldkonnas. Näituseplakatid on olnud muuseumide infoedastuse oluliseks vahendiks ning nende vaatlemine uue museoloogia kontekstis võib pakkuda kõnekaid järeldusi vastava institutsiooni arengusuundade kohta. Kas ja kuidas uue museoloogia kommunikatsiooniprintsiibid Tartu Kunstimuuseumi näituseplakatitega haakuvad või neile vastanduvad, on üks antud uurimuse probleemipüstitustest. Seejuures ei eeldata, et uus museoloogia juba nõukogude ajal Eestisse levida jõudis, kuid on võimalik, et teatud põhimõtteid järgiti ka siinsetes muuseumides ja et mitmed sellega seotud arusaamad levisid esialgu

teadvustamata, st neid kindlama teoreetilise taustaga seostamata.

Ajavahemiku konkreetse algus- ja lõpuaasta valik tuleneb Tartu Kunstimuuseumi plakatiarhiivi spetsiifikast – 1979. aastal loodi muuseumile esimesed plakatid, mis on käsitletavale perioodile omased ning 1992. aastast pärinevad viimased iseloomulikud näited. Perioodi on korduvalt nimetatud Eesti plakatikunsti kõrgajaks ning selle tutvustamiseks on koostatud mitmeid kultuuriplakati teemalisi näituseid ning kirjutatud artikleid. Ometi pole ilmunud uurimusi, mis keskendusid konkreetset näituseplakati puudutavatele eripäradele. Samuti pole piisavalt analüüsitud selle perioodi plakatite seost muuseumide kommunikatsiooniprintsiipidega. Just selline lähenemine pakub võimalust analüüsida plakateid muuseumitöö vaatepunktist lähtuvalt ning pöörata tähelepanu sellele, kuidas väljendus sinne plakatikunsti kõrgaeg kohalike muuseumide kommunikatsiooniviisides.

Tartu Kunstimuuseumi näituseplakatitest ülevaate andmine on kõnekas nii ühe muuseumi tegevuse analüüsimise aspektist kui ka laiemas Eesti näituseplakati kontekstis, sest kohaliku kultuuriplakati on iseloomustanud teatav ühtsus. Need tendentsid, mis on teatud ajal olnud omased ühe institutsiooni plakatitele, esinevad suure tõenäosusega samaaegselt ka mujal. See hüpotees on saanud kinnitust mitmete kohalike institutsioonide kunstinäituste plakateid kõrvutades ning vastavateemalisi tekste lugedes. Täielikku ülevaadet Eesti näituseplakatist siinkirjutajal siiski pole, kuna selle materjali mahukus nõuab tunduvalt põhjalikumalt uurimust, kui seda võimaldab bakalaureusetöö formaat.

Uurimuse empiiriliseks allikaks oli üks konkreetne kogu – Tartu Kunstimuuseumi plakatiarhiiv, mis töö käigus katalogiseeriti. Antud arhiivis on üle neljasaja näituseplakati. Siinse töö lisana on ära toodud Tartu Kunstimuuseumi plakatiarhiivi täielik nimekiri ajavahemikust 1949–2013 (vaata LISA 1), mis valmis antud uurimuse käigus. Seeläbi on üheks töö tulemuseks ka nimetatud arhiivi tutvustamine ja seda kirjeldava süstematiseeritud info kättesaadavuse parandamine. Lisaks toetub uurimistöö kõrvutavalt teiste arhiivide materjalidele. Tutvutud on Eesti Kunstimuuseumi graafilise disaini kogus olevate näituseplakatite ja Eesti Rahvusraamatukogu plakatikogu kajastava kartoteegiga. Töö käigus viidi ajavahemikus 11. veebruar kuni 5. mai 2014 läbi intervjuud Tartu Kunstimuuseumi kogude kuraatori Tiiu Talvistu, muuseumi endise direktori Mari Nõmmela (1983–1996), Eesti Kunstimuuseumi graafilise disaini koguhooldja Madli Mihkelsoni ja plakatikunstnik Silver Vahtrega ning telefonivestlus plakatikriitiku Jüri Hainiga.

Kasutatud kirjanduse võib jagada kaheks. Üks osa sellest toetab töö teoreetilist poolt ning teine plakatite analüüsi. Teooria osas on peamiselt kasutatud uue museoloogia valdkonda puudutavaid

kogumikke ning artikleid, nagu 1989. aastal ilmunud briti kunstiajaloolase Peter Vergo toimetatud raamat „Uus museoloogia“ ning tunduvalt hilisem sama teemat lahkav teos „Uus muuseumi teooria ja praktika“ (2006), mille autoriks on Leicesteri ülikooli professor Janet Marstine. Lähtunud on ka kirjandusest, mis koondab muuseumispetsiifilisi turundus- ja kommunikatsiooniviise, sealhulgas briti museoloog Kevin Moore'i toimetatud kogumikust „Muuseumi juhtimine“ (1994), kus on mitmeid uue museoloogia vaimus kirjutatud artikleid muuseumide turundusest ja suhtlusest publikuga. Lisaks on nii teoreetilises kui ka plakatite analüüsi peatükkides toetunud mitmekülgsel raamatule „Graafilise disaini teooria“ (Meredith Davis, 2012), mis sisaldab olulisemate kommunikatsioonimudelite ülevaadet ja seost graafilise disainiga, aga ka erinevate ajastute plakatikunsti analüüsivaid tekste teoreetiliste mõtteviiside (nt postmodernism) kontekstis.

Eesti plakatiajalugu käsitleva kirjanduse hulgas on näitusekatalooge ja artikleid, mille autoriks on Eesti üks viljakamaid plakatikriitikuid Jüri Hain. Esiletoomist väärib tema kokkuvõtlik käsitlus kogumikus „Kadunud kaheksakümnead“. Lisaks on kasutatud ka teiste autorite kirjutisi, sealhulgas Mari Nõmmela, Peeter Linnapi ja Silver Vahtre artikleid.

1. Uus museoloogia ja kommunikatsiooniteooriad

1.1 Uus museoloogia

Kuna Tartu Kunstimuuseumi näituseplakatitele keskenduva uurimuse fookus on viisidel, kuidas üks kunstimuuseum oma publikuga on suhelnud, siis on analüüsi üheks teoreetiliseks lähtekohaks kommunikatsiooniteooriad. Enne spetsiifilisemate muuseumikommunikatsiooni strateegiate vaatlemist on kasulik avada kokkuvõtvalt üht üldisemat teoreetilist suunitlust, mida nimetatakse enamjaolt uueks museoloogiaks ning mis pakub selgitavat raamistust järgnevalt käsitletavatele kommunikatsiooniprintsiipidele.¹

Uus museoloogia on tugevalt seotud institutsioonikriitika esiletõusuga 1960. ja 1970. aastatel. Esmalt väljendus see kunstnike tegevuses, kes hakkasid kritiseerima kunstiinstitutsioonide poolt esitatavaid tõdesid, rõhutades nende subjektiivsust.² Mitmete kunstnike loomingus avaldub institutsioonikriitika nn valge kuubi kriitikana. Oma tegevusega lükati ümber arusaam, nagu oleks valgete seintega näituseruum midagi neutraalset või ideoloogiavaba. Taolise institutsioonikriitikaga on seotud tuntud kunstnikud nagu Arman, kes täitis galeriiruumi prügiga, et selle autoriteet kahtluse alla seada (1960), või Daniel Buren, kes sulges ühe Milano galerii ukse kogu näituse ajaks (1968). Seeläbi jäeti publik galeriist väljapoole ning kunsti asemel oli tähelepanu keskpunktis galerii mõte ja tähendus ning selle normide eiramine.³ Institutsioonikriitika on olnud keskne ka saksa päritolu kunstniku Hans Haacke loomingus, kelle tööd tegelevad sotsiaalsete struktuuride tagamaade paljastamisega, sealhulgas ka muuseumide kriitikaga.⁴ Antud laine arenes edasi ka teoreetikute ja muuseumijuhtide käsitlustesse, kes hakkasid omakorda kriitiliselt üle vaatama seniseid arusaamu ja tõekspidamisi ning neid ümber mõtestama. Kuraator ja teoreetik Simon Sheikh, kes on seda teemat mitmetes tekstides avanud, toob esile, et institutsioonikriitika raames on olnud erinevaid laineid ning rõhutab viimaste

¹ Vaata peatükk 1.2. Muuseumikesksed turundus- ja kommunikatsioonistrateegiad, lk 11.

² S. Sheikh, Notes on Institutional Critique. European Institute for Progressive Cultural Policies. I 2006 – <http://eipcp.net/transversal/0106/sheikh/en> (vaadatud 10. V 2014).

³ B. O'Doherty, Inside the White Cube: the Ideology of the Gallery Space. Berkeley, California: University of California Press, 1999, lk 87-107.

⁴ S. Gathercole, Art in the 1970s. – A Companion to Contemporary Art Since 1945. Toim A. Jones. Malden: Blackwell, 2006, lk 66.

arengute puhul, et institutsioonikriitikuteks on aja jooksul saanud kuraatorid ise, kes ei ole niivõrd vastalised, kuivõrd püüavad asutusi seeläbi parandada ja edendada.⁵

Mitmed museoloogiaga tegelevad mõtlejad, kes samuti institutsioonikriitika lainega kaasa läksid, tegid seoses muuseumide seniste tegevusprintsipidega konkreetseid järeldusi edasisteks muudatusteks. Seeläbi kujunes 1970. ja 1980. aastatel välja uue museoloogia teoreetiline raamistik.⁶ Sellel teemal 1998. aastal oma doktoritöö kirjutanud Andrea Hauenschild toob esile muuseumitüüpe, mis antud teooria mõjul erinevates maailma paigus tekkisid. Ta kirjutab, et paljud museoloogid otsisid samaaegselt viise, kuidas ajast maha jäänud muuseumide tööpõhimõtteid ja struktuuri muuta. Neid ajendas soov anda muuseumidele suurem sotsiaalne roll oma kogukonnas. Mitmed katsetused viisid uut tüüpi muuseumide tekkeni – nt naabruskonnamuuseumid Ameerika Ühendriikides, integreerivad muuseumid Ladina-Ameerikas, eriti Mexicos, ja ökomuuseumid Prantsusmaal ja Quebecis.⁷ Kõik need tõlgendavad ja kehastavad pisut erineval moel uue museoloogia teoreetilisi põhimõtteid.

1989. aastal ilmunud raamatu „Uus museoloogia“ eessõnas püüab briti kunstiajaloolane Peter Vergo terminit defineerida kui rahulolematust nn vana museoloogia suhtes. Ta väidab, et muuseumid on liialt palju keskendunud oma töömeetoditele ja liialt vähe muuseumi üldistele eesmärkidele.⁸ Samal teemal võtab sõna ka kultuuriteoreetik Mieke Bal, kes kirjutab artiklis „Muuseumi diskursus“, et muuseumid vajavad interdistsiplinaarset uurimist ning esitab uue museoloogia raames kolm nõuannet, mida järgida: 1) konkreetse muuseumi jutustav-retoorilise struktuuri süstemaatiline analüüs; 2) museoloogilise diskursuse ja institutsiooni ajaloo alustalade seoste uurimine, et leida üles potentsiaalsed arengusuunad; 3) diskursusele omase piiritletuse tõttu on suur vajadus kriitiliseks eneseanalüüsiks.⁹ Kõik need nõuanded viitavad sellele, et uue museoloogia jaoks on oluline oma tegevust (nii varasemat kui kaasaegset) pidevalt kriitiliselt analüüsida ning olla võimeline seda vajadusel muutama.

⁵ S. Sheikh, Notes on Institutional Critique.

⁶ MINOM-ICOM kodulehekülg. – <http://www.minom-icom.net/> (vaadatud 6. V 2014).

⁷ A. Hauenschild, Claims and Reality of New Museology: Case Studies in Canada, the United States and Mexico. Washington, D.C.: Center for Museum Studies, Smithsonian Institution, 1998. – <http://museumstudies.si.edu/claims2000.htm> (vaadatud 11. V 2014).

⁸ P. Vergo, Introduction. – The New Museology. Toim P. Vergo. London: Reaktion Books, 1989, lk 3.

⁹ M. Bal, The Discourse of the Museum. – Thinking About Exhibitions. Koost R. Greenberg, B. W Ferguson, S. Nairne. London; New York: Routledge, 1996, lk 214.

Uus museoloogia oli teemaks ka Briti Kuningliku Kunstiakadeemia 1991. aasta konverentsil Londonis. Seda kajastava trükise „Uus museoloogia: muuseumid ja alternatiivsed näitusepaigad“ sissejuhatuses on kirjas, et „muuseumi kui pelgalt monumendi ajad on suure tõenäosusega möödas. Inimesed ei ole enam rahul, kui neid suletakse konteineritesse, mis määravad kindlaks nii tegevused kui eluviisid. Kunagi oli muuseum koht, kus sai minevikust õppida ja õpitut pühalikult seedida. Aina enam on see aga koht, kuhu minnakse oleviku üle mõtlema ja tulevikku planeerima.“¹⁰ Muuseumide muutuvale rollile viitas konverentsil teiste seas ka hollandi kunstnik Louwrien Wijers, kes leidis, et tulevikus saavad muuseumidest varasemaga võrreldes hoopis erinevad institutsioonid – need pole enam pelgalt kohad, kus saab erinevaid objekte vaadata, vaid paigad, kuhu inimesed saavad tulla, et kõikvõimalikel viisidel uusi ideid hankida.¹¹ Niisiis pöörati korduvalt tähelepanu muuseumi kasutusviiside laienemisele, mille raames saab taolistes institutsioonides aina efektiivsemalt oma kaasaja mõtestamisega tegeleda.

Samas on Leicesteri ülikooli professor Janet Marstine oma 2006. aastal ilmunud raamatus „Uus muuseumi teooria ja praktika“ toonud välja, et uus muuseumi teooria ehk uus museoloogia ei ole ühtne teooria, vaid sisaldab erinevaid arvamusi. Peamiseks sisemiseks lahknevuseks peab ta suhtumist muuseumide arengusse – on neid, kes leiavad, et muuseumid on muutumas, kuid ka neid, kes leiavad, et muutusi pooldav retoorika ei vii veel tegelike uuendusteni. Küsimustele, kas muuseumid on üldse muutumiseks võimelised või on nad endiselt kinni oma elitaarsetes juurtes, leidub lahknevaid vastuseid. Kõige optimistlikum neist on tema hinnangul post-muuseumi teooria, millega viidatakse ennast täielikult ümber mõtestanud institutsioonile, mida iseloomustab eesmärkide, strateegiate ja otsustamisviiside selge artikleeritus, nende pidev analüüs ning aktiivne soov jagada võimu oma kogukonnaga. Väga oluline on ka sotsiaalse ebavõrdsuse vähendamine.¹² Taolist mõtteviisi jagab näiteks Tate Britain Londonis, kus viidi ajavahemikus 2007–2010 läbi ulatuslik uuring vähemusgruppide muuseumikülastuse võimaluste tõhustamiseks.¹³ Kõige pessimistlikumad mõtlejad leiavad aga, et muuseumid ei olegi

¹⁰ New Museology: Museums and Alternative Exhibition Spaces. Academy Symposium at the Royal Academy of Arts. Toim A. C. Papadakis. London: Academy Editions, 1991, lk 9.

¹¹ Samas, lk 24.

¹² J. Marstine, New Museum Theory and Practice. Oxford: Blackwell, 2006, lk 5–6, 19.

¹³ A. Dewdney; D. Dibosa; V. Walsh, Post-critical Museology: Theory and Practice in the Art Museum. Oxford: Routledge, 2013, lk 122–148.

põhimõtteliseks muutumiseks võimelised ning vananevad seepärast aina enam.¹⁴

Seoseid uue museoloogia ja muuseumi kommunikatsioonivaldkonna arengute vahel on esile toonud museoloog Peter van Mensch, kes paistab siiski leidvat, et on toimunud väga mitmeid olulisi arenguid. Tema 2004. aasta essee „Museoloogia ja juhtimisteooria – kas vaenlased või sõbrad? Teoreetilise museoloogia ja muuseumide juhtimise praegused suundumused Euroopas“, viitab esmalt kolmele revolutsioonile muuseumide ajaloos. Neist esimene toimus tema sõnul 19. sajandi lõpus, kui tunti suurt vajadust arendada välja erialane vaatenurk, mis süstematiseeriks muuseumitöö valdkonnaga seonduvaid tegevussuundi. „Nimetatud ajajärku (umbes 1880–1920) iseloomustab esimeste riiklike erialaorganisatsioonide loomine (kõige esimene oli 1889. aastal Suurbritannia Muuseumide Assotsiatsioon), esimeste erialajakirjade avaldamine (*Zeitschrift für Museologie und Antiquitätenkunde* 1878. aastal Saksamaal), esimese eetikakoodeksi vastuvõtmine (*Grundsätze über das Verhalten der Mitglieder des Deutschen Museumbundes* 1918. aastal Saksamaal) ning esimeste erialaste koolitusprogrammide sisseseadmine (*Ecole du Louvre* 1882. aastal Prantsusmaal).“¹⁵

Teine revolutsioon toimus van Menschi hinnangul 1960.–1970. aastatel, mil senise teemade järgi spetsialiseerumise asemel võeti järk-järgult kasutusele funktsioonipõhine struktuur. Selliste ümberkorralduste tagajärjel võeti muuseumidesse aina sagedamini tööle vastava väljaõppega haridus- ja kommunikatsioonispetsialiste. Ta leiab, et see uuendus vabastas museoloogia temaatiliste distsipliinide kesksest tööviisist, mis oli vajalik samm rõhutamaks muuseumide suurenenud tähelepanu oma sotsiaalsele rollile. Kirjeldatud revolutsiooni seob van Mensch uue museoloogia esilekerkimisega:

Traditsioonilise museoloogia jaoks on omane, et parameetrite hierarhilisel paigutamisel alustatakse “kultuuripärandist”, kuna professionaalsust käsitletakse kui “sisemist diskursust”. 1970. aastate alguses kerkis museoloogias esile uus meetodiline lähenemine, mida tavaliselt nimetatakse “uueks museologiaks”. See museoloogia põhineb ümberpööratud hierarhial, mis alustab ühiskonna vajadustest ning keskendub pigem

¹⁴ J. Marstine, *New Museum Theory and Practice*, lk 27.

¹⁵ P. van Mensch, *Museology and Management: Enemies or Friends? Current Tendencies in Theoretical Museology and Museum Management in Europe*. –

http://www.icomportugal.org/multimedia/File/V%20Jornadas/rwa_public_pvm_2004_1.pdf (vaadatud 18. V 2014).

kultuuripärandi sotsiaalsele tähendusele kui muuseumide organisatsioonilistele ja protseduurilistele struktuuridele.¹⁶

Van Mensch toob välja ka kolm uut paradigmat, mis uue museoloogia esilekerkimisega muuseumide töösse tulid. Nendeks on „kogukonna museoloogia”, „kaasav muuseum” ja „lieux de mémoire” ehk „mäluaigad“. Kogukonna muuseumi printsiipi avades kirjeldab ta probleemi, mis on siiani aktuaalne ka Eesti muuseumide puhul. Ta tõdeb, et traditsioonilistes muuseumides peetakse ikka veel esmaseks kohustuseks kogusid ja mitte külastajaid, rõhudes oma vastutusele objektide ees. Külastajatelt eeldatakse, et nad mõistavad, et tegemist on privileegiga, kui neid muuseumisse lastakse. Sellele mõtteviisile vastupidiselt toetab kogukonna museoloogia lähenemist, mille kohaselt on muuseumide esmaseks vastutuseks piirkonna kogukonna areng. Seejuures on olulisteks märksõnadeks kaasamine ja koostöö. Niisiis on kogukonna muuseum ja kaasav muuseum väga tihedalt seotud, kusjuures mõlemad rõhuvad avatusele ja kõigi külastajate võrdsusele. Mäluaegade printsiip viitab aga sellele, et muuseum ei oma kogu kollektiivset mälu, mis tähendab, et suur osa sellest on kogukonna käes ja muuseumitöötajate valikute taga on seda suurem juhuslikkus, mida vähem tutvutakse teiste paralleelselt eksisteerivate mäluvõrgustikega. Van Mensch viitab ka juba kolmandale revolutsioonile, mille peamiseks märksõnaks on termin „korraldamine” (*management*).¹⁷ Niisiis on toimunud ja toimub ka edaspidi muuseumide tegevuse pidev ümbermõtestamine, et neid institutsioone elujõulistena hoida ning olla kooskõlas ühiskonna arengutega laiemalt. Taolised muutused väljenduvad otseselt ka kommunikatsiooni-printsiipides.

1.2 Muuseumikesksed turundus- ja kommunikatsioonistrateegiad

Koos funktsioonipõhise töö ülesehitamisega muuseumides hakati aina enam looma eraldi turunduse ja kommunikatsiooniga tegelevaid ametikohti ning osakondi. Tulenevalt muuseumide erilisest rollist ja mittekasumlikust tegevusprintsiibist mõistsid mitmed ametisse asunud kommunikatsioonispetsialistid, et antud institutsioonid vajavad kontekstispetsiifilist lähenemist, mitte üldiste turundusstrateegiate mehhaanilist rakendamist. Briti kultuuriloolane Fiona Combe Mclean on kirjutanud artikli „Turundus muuseumides: kontekstuaalne analüüs“ (1993), milles ta rõhutab kontekstipõhise turunduse väljatöötamise vajadust muuseumides. Ta leiab, et seda tehes

¹⁶ P. van Mensch, *Museology and Management: Enemies or Friends?*

¹⁷ Samas.

tuleb arvestada nii muuseumi kogu, hoone, töötajate, organisatsiooniliste mehhanismide kui publikuga. Kolleksiooni peab ta seejuures väga oluliseks muuseumi identiteedi kujundajaks, kuid leiab ka, et kogusid tuleb kriitiliselt analüüsida, kuna nende kujunemine ja esitusviisid on siiski olnud subjektiivsete otsuste tulemuseks. Kindlasti ei tohiks keskenduda ainult kogule, kuna turundusstrateegia loomisel peab samavõrra analüüsima ka teisi aspekte, eriti oma publikut.¹⁸

Lisaks sellele nõuandele on veel mitmeid juhiseid, mida 1990. aastatest kuni viimase ajani erinevates tekstides rõhutatakse. Üks peamisi soovitusi on see, et igal muuseumil peab olema oma konkreetselt sõnastatud visioon (*mission statement*) ning sellel põhinev arengukava (*corporate plan*). Museoloog Kevin Moore toob seejuures esile asjaolu, et ei piisa vaid üldiselt tunnustatud muuseumide definitsioonile (kogumine, säilitamine, vahendamine jne) toetumisest, vaid on vaja teha selgeks, milles seisneb konkreetse muuseumi eriomane panus.¹⁹ Ettevõtja ja mitmete Ameerika kunstimuuseumide juhatusse kuulunud Peter B. Lewis on samuti kirjutanud, et muuseumid vajavad isikupära ning nad peavad seda ka süsteemselt ja läbivalt oma tegevuses väljendama. Seejuures tuleb aga arvestada, et korporatiivse identiteedi loomine ja juurutamine võtab palju aega.²⁰ Sarnasest vaatepunktist on muuseumide edukuse põhialustest kirjutanud kunstiinstitutsioonides (nt Whitney muuseumis) juristina töötanud Stephen E. Weil, kes toob välja neli põhimõõdet (eesmärk, ressursid, mõjus, tõhusus), mis iseloomustavad tema hinnangul kõige paremini muuseumitegevuse efektiivsust:

Esiteks, muuseumi võime sõnastada selge ja oluline eesmärk, mis on (a) küllaldase väärtusega, vähemalt selle sõnastaja jaoks, ning (b) vastab ka mõnele sihtgrupi konkreetsele vajadusele. Teiseks, muuseumi võime hankida eesmärgi saavutamiseks vajalikke ressursse. Kolmandaks, tõendus selle kohta, et muuseum oskab neid ressursse kasutada avalike programmide loomiseks ja läbiviimiseks, et seeläbi saavutada oma sõnastatud eesmärk. Neljandaks, tõendus selle kohta, et muuseumil on vajalikud juhtimisoskused võimalikult tõhusate avalike programmide loomiseks ja läbiviimiseks.²¹

¹⁸ F. Combe Mclean, *Marketing in Museums: a Contextual Analysis*. – *Museum Management*. Toim K. Moore. London; New York: Routledge, 1994, lk 237–239.

¹⁹ K. Moore, *Introduction: Museum Management*. – *Museum Management*, lk 7.

²⁰ P. Lewis, *Museums and Marketing*. – *Museum Management*, lk 222–223.

²¹ S. E. Weil, *Edu/ebaõnnestumise maatriks muuseumidele*. –

http://www.kul.ee/webeditor/files/muuseumid/bms/weil_edu_ebaonn.pdf (vaadatud 25. V 2014).

Seejuures on ilmselt paratamatu, et kõik need valdkonnad ei tööta alati sama efektiivselt, kuid on oluline neid pidevalt hinnata ja jälgida, kas nt hangitavad ressursid või korraldatavad üritused on kooskõlas sõnastatud eesmärgiga. Weil leiab seejuures üsna kompromissitult, et „muuseumil on õigus tegeleda vaid nende asjadega, mis viivad teda institutsionaalse eesmärgi poole.“²² Taoline väide kõlab küll karmilt ja selle sõna-sõnaline tagamine on keerukas, kuid sellises suunas mõtlemine aitab suure tõenäosusega muuseumi tegevust süstematiseerida ja laialivalgumist vähendada.

Üks probleem, mida autorid muuseumide puhul esile toovad, on asjaolu, et tulenevalt külastajanumbrite ja riiklike toetuste vähenemisest mõistetakse küll vajadust muuseumi efektiivsemalt turundada, kuid ei tunnista seejuures, et probleem võib olla alguse saanud institutsioonist endast. Lewis tõdeb, et sageli arvatakse, nagu oleks muuseumi positsioon ja roll ühiskonnas täpselt paigas ning järeldatakse seega, et inimesi tuleb lihtsalt efektiivsemalt harida, et nad muuseumi autoriteeti kui vaieldamatut tõde tunnustaksid. Sellisest mõtteviisist lähtuv tegevus pole aga mitte turundus, vaid otsene müük.²³ Taoline suhtumine ei ole kooskõlas ka põhimõttega, mille kohaselt on muuseumi kohus arvestada oma kogukonna vajadustega. Seega tuleb taaskord rõhutada juba eelnevalt mainitud enesekriitilise analüüsi ning reaalse olukorra kaine hindamise tähtsust.

Muuseumiküllastuste puhul räägitakse palju ka elamuse pakkumise vajadusest, mis aga valdkonnale spetsialiseerunud töötajaid sageli ei rõõmusta, kuna leitakse, et elamuste pakkumine seostub taoliste paikadega nagu lõbustuspargid ning muuseumid pakuvad siiski pigem süvenemist ja intellektuaalset väljakutset võimaldavaid professionaalseid näitusi, mitte meelelahutust. Teisalt tõdeb aga van Mensch paratamatut olukorda, kus praeguse tarbijakäitumise kontekstis on paremas seisundis need muuseumid, kes oskavad oma publikule elamust pakkuda. Ta väidab:

Muuseumid keskenduvad kogudele ja näitustele ning vaatavad mööda võimalusest, et külastajad võivad otsida mõtisklemiskohta, seltskondlikku kohtumispaika, omalaadset ostukogemust või paika, kus perekond saab koos kvaliteetselt aega veeta.²⁴

²² S. E. Weil, Edu/ebaõnnestumise maatriks muuseumidele.

²³ P. Lewis, Museums and Marketing, lk 217.

²⁴ P. van Mensch, Museology and Management: Enemies or Friends?

Neil ja Philip Kotler on oma raamatus „Muuseumi strateegia ja turundus“ (1998) jaganud muuseumikülastust mõjutavad valdkonnad viieks: füüsiline ruum, kollektsioon ja näitused, interpreteerivad materjalid (etiketaaž, seinatekstit, trükised), täiendavad programmid ning teenused (toitlustus, pood jne). Nad rõhutavad, et külastuskogemuse tõhustamisega tegeledes tuleb tähelepanu pöörata kõigile neile aspektidele. Seejuures kirjeldavad autorid muuseumipoodide kiiret arengut, väites, et algselt väikeste ja kõrvaliste kingilettide asemele on tekkinud laia valikuga poed või isegi poeketid, mis toovad institutsioonile märkimisväärset tulu. On paratamatus, et inimestele meeldib endale mälestuseks midagi kaasa osta ning muuseumid tulevad aina enam sellele vajadusele vastu, rõhudes tootevalikus enamasti oma spetsiifikale.²⁵ Niisiis on muuseumi teenuste mitmekesistamine üks võimalus külastajatele täiendavat elamust pakkuda.

Parandamaks oma kontakti publikuga, näevad paljud teoreetikud ja muuseumid hea võimalusena kaasava muuseumi põhimõtet, mille kohaselt ei oodata inimesi näitustele ainult passiivselt vaatama ja kuulama ehk valmis tõesid tarbima, vaid ka ise tegutsema ja arutlema – muuseumi kasutama. Van Mensch lisab, et „kaasava muuseumi eesmärk on saavutada ka nende üksikisikute ja kogukondade kultuuriline kaasatus, kes tihtipeale kõrvale jäetakse.“²⁶ Selleks, et taolisi tegevusi läbimõeldult pakkuda, tuleb inimeste vajadusi mõista ja neile teatud määral vastu tulla. Selle ülesande saavutamiseks on mitmel pool kasutusele võetud sihtgrupipõhine turundus, mille aluseks on nii turu-uuringute (nt küsitluste) läbiviimine kui pakutavate teenuste suunamine konkreetsetele inimgruppidele. Lewis väidab, et mitmed muuseumid ei ole kursis sellega, kui paljud inimesed nende teenuseid kasutavad ning veel vähem on teada, miks nad just neid teenuseid kasutavad ja mida neist arvavad. Kuna enamik muuseume püüavad pakkuda midagi kõigile sihtgruppidele, peaksid nad ennast senise olukorraga paremini kurssi viima ning vastavalt sellele puudujääke likvideerima, mitte olemasolevat situatsiooni võimendama.²⁷ See tähendab, et tuleb välja selgitada, millised sihtgrupid on muuseumi külastamise seisukohast kõige vähem esindatud ning miks, ja seejärel parandada tingimusi, mis neid muuseumisse tulekul on siiani takistanud.

²⁵ N. Kotler; P. Kotler, *Museum Strategy and Marketing: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*. San Francisco, Calif.: Jossey-Bass Publishers, 1998, lk 189.

²⁶ P. van Mensch, *Museology and Management: Enemies or Friends?*

²⁷ P. Lewis, *Museums and Marketing*, lk 225–226.

Muuseumikülastajate põhjaliku analüüsi viis ühena esimestest läbi kommunikatsioonispetsialist Marilyn Hood, kes tegi seda juba 1980. ja 1981. aastal Toledo Kunstimuuseumis. Uuringu tulemusena kaardistas ta kuus erinevat aspekti, mis võivad saada otsustavaks inimeste vabaaja tegevuste valikul: sotsiaalne keskkond, väärtuslik tegevus, mugav keskkond, uudne kogemus, õppimise võimalus ja osalemise võimalus. Ta leidis ka, et külastatavuse sagedus on otseselt sõltuv konkreetse külastaja motiveeritusest, isikuomadustest ja sotsialiseerituse tasemest.²⁸ Tema järeldused olid omas ajas murrangulised, kuna aitasid muuseumil oma külastajaid paremini tundma õppida ja nende vajadustele vastu tulla.

Sihtgruppidele suunatud turundus saab väljenduda ka disainis. Graafilise disaini professor ja raamatu „Graphic Design Theory“ (2012) autor Meredith Davis leiab, et „kui visuaalsed sõnumid soovivad praegustes informatsiooni ülekülluse tingimustes konkureerida, peavad nad esmalt kommunikeerima oma tähtsust läbi publikuga hästi sobituva sisu ja vormi ning seejärel esitama tähenduse, mis on vastavale kontekstile sobilik.“²⁹ Sellise teooria kohaselt peaks ka näiteks kataloogi või plakati kujunduses arvestama sellega, kellele see on mõeldud.

Niisiis väärtustatakse uue museoloogia raames kommunikatsioonistrateegiaid, mis on loodud konkreetse muuseumi konteksti arvestades ning suunatud selgelt määratletud sihtgruppidele, kelle vajadusi eelnevalt tundma õpitakse. Enne selliseid printsiipe järgiva turunduse elluviimist soovitatakse aga alustada sellest, et pannakse paika muuseumi visioon ja eriomane identiteet ning luuakse arengukava visiooni elluviimiseks. Kui need sammud on läbitud, saab edasi tegeleda kommunikatsiooniplaaniga, mis peab üldiseid eesmärke ja identiteeti toetama.

1.3 Üldistest kommunikatsioonimudelitest ja nende rakendatavusest muuseumi kommunikatsioonivahendite analüüsil

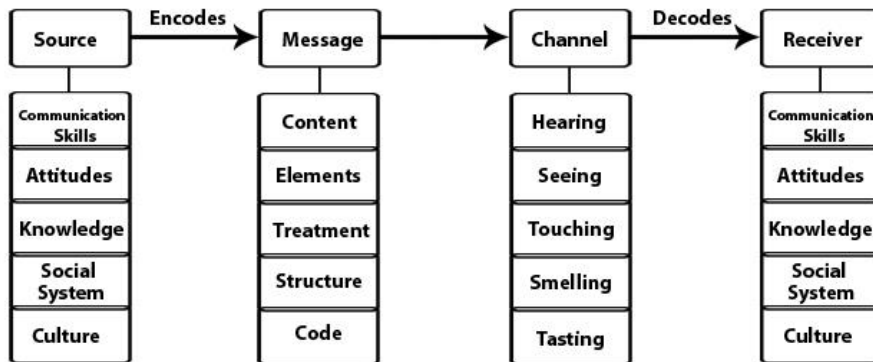
Kommunikatsiooniprotsesside analüüsi ajaloo raames on mitmed teoreetikud tegelenud suhtluse teemaga ja loonud erinevaid mudeleid, mis seda kirjeldavad. Antud uurimistöö kontekstis tulevad põgusa vaatluse alla need kommunikatsioonimudelid, millega on võimalik muuseumi näituseplakatite analüüsi toetada. Ükski mudelitest ei tule küll järgneva töö jooksul läbivalt kasutusse, kuid nendega arvestamine võimaldab märgata nii mõndagi olulist plakatite kui sõnumite ülesehituses.

²⁸ N. Kotler; P. Kotler, *Museum Strategy and Marketing*, lk 103–104.

²⁹ M. Davis, *Graphic Design Theory*. London: Thames & Hudson, 2012, lk 28.

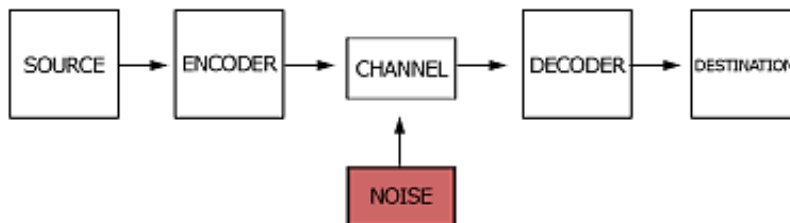
Mudel, mida siinses töös konkreetsete plakatite analüüsi puhul arvesse on võetud, on kommunikatsiooniteadlase David Berlo poolt 1960. aastal loodud skeem, mis toob info edastamise puhul esile allika, sõnumi, kanali ja vastuvõtja.³⁰ Kõigi nende nelja komponendi puhul on omakorda välja toodud elemendid, mis neid mõjutavad või millest nad koosnevad.

Berlos's SMCR Model of communication



David Berlo kommunikatsioonimudel.

Berlo ja ka paljude teiste kommunikatsioonimudelite eelkäijaks on infoteooria rajajate Claude Shannoni ja Warren Weaveri mudel aastast 1949.³¹



Shannoni ja Weaveri kommunikatsioonimudel.

Mõlemale mudelile on omane, et rõhutatakse sõnumi allikat ja vastuvõtjat (sihtpunkti) ning kanali, mida mööda see liigub. Kui varasem mudel lisab sinna juurde üldise müraallika, mis sõnumi kohalejõudmist mõjutab, siis Berlo loob detailsema skeemi, mille puhul on mõjutajad iga

³⁰ M. Davis, Graphic Design Theory, lk 21.

³¹ Samas, lk 15–16.

komponendi puhul eraldi esile toodud. Viimase kasulikkus muuseumi kommunikatsioonivahendite vaatluse juures tuleneb eelkõige sellest, et sõnumi puhul on esile toodud viis olulist alapunkti: sisu, elemendid, käsitus, struktuur ja kood. Nendele omadustele tähelepanu pööramine aitab disaineri poolt loodud kommunikatsioonivahendite (antud juhul näituseplakatite) analüüsimise käigus tähele panna üksikuid komponente ning nende omavahelisi suhteid. Meredith Davis leiab, et eriti tähtsaks võib seejuures pidada käsituslaadi ehk stiili. Ta väidab, et „visuaalse sõnumi komponentidest on just stiil see, mis kõige selgemalt kajastab kultuuriliste arusaamade muutumist. Disaini ajalugu on täis näiteid, kus ideoloogilised eriarvamused väljenduvad teravates stiililistes murrangutes. Seepärast on disainis sisalduvad stiililised viited laetud tähendustega ning toimivad peamiste kommunikatsiooni edasikandjatena.“³²

Kindlasti ei kata Berlo skeem kõiki kommunikatsiooniprotsessi aspekte. Davis peab eelpool kirjeldatud mudelite nõrkuseks seda, et nad ei arvesta viisidega, kuidas sõnum mõjutab ümbritsevat konteksti ning puudub ka käsitus sellest, mis saab sõnumitega pärast seda, kui nad on jõudnud oma esmase publikuni. Taolise puuduse kompenseerimiseks esitab Davis nn sõnumi tsükli (*Message-cycle*) ehk ringja skeemi, mille komponentideks on sõnumi loomine, reproduktsioon, levitamine, individidepoolne retseptsioon ja kultuuripoolne tarbimine.³³



Meredith Davise sõnumi tsükkel.

³² M. Davis, *Graphic Design Theory*, lk 26.

³³ Samas.

Ka Berlo skeem viitab erinevate kanalite ja vastuvõtja omaduste olulisusele, kuid viimase mudeli märksõnad toovad selgemalt esile vajaduse arvestada ka sõnumi levikut (plakatite puhul näiteks tiraaži ja esituspaiku), retseptsiooni ja üldisemat kultuurilist mõju puudutavate küsimustega. Selle edasiarendusega arvestamine on vajalik, kuna neist teemadest sõltub paljuski kommunikatsiooniakti efektiivsus.

Niisiis võib eelpool kirjeldatud skeemidest järeldada, et kommunikatsiooniprotsesside uurimise juures on vaja tähelepanu pöörata nii info allikale, sõnumile, kanalile kui vastuvõtjatele, kaasa arvatud sellele, millistest osadest sõnum koosneb, kuidas infot levitatakse, kellele seda suunatakse ja mis sellega oma kultuurilises kontekstis edasi juhtub.

2. Tartu Kunstimuuseumi kommunikatsioonivahendid ja näituseplakatite üldiseloostus

2.1 Tartu Kunstimuuseumi kommunikatsioonivahendid

Tartu Kunstimuuseumis on näitustegevusega tegeletud alates selle asutamisest 1940. aastal. Seejuures on alati olnud muuseumi loomulikuks tööülesandeks oma näituste kohta info edastamine. Aja jooksul on kasutatavad infokanalid muutunud ja mitmekesisestunud, kuid eksisteerib ka neid vahendeid, mis on pidevalt rakendust leidnud. Üheks selliseks on plakat. Muutunud on küll plakatite väljanägemine – lihtsakoelisest müürilehest on saanud professionaalse kujundaja loodud disainiobjekt, kuid üldjoontes on samaks jäänud peamine ülesanne tõmmata linnaruumis tähelepanu ja kutsuda seeläbi publikut näitusele.

Lisaks plakatile on olnud olulisteks info edastamise viisideks ka teated ajalehes ning algselt postiga ja hiljem meili teel saadetud kutsed.³⁴ Harvematel juhtudel on avalikkuseni jõudmiseks kasutatud raadio ja televisiooni võimalusi, kuid ka nende kanalite rakendamine on aina sagedasem. Viimasel aastakümnel on üha olulisemaks muutunud internetil põhinev suhtlus. Seeläbi on näituste kohta info edastamise üheks peamiseks viisiks saanud pressiteade, mis saadetakse laiali läbi erinevate meili-listide, pannakse üles muuseumi koduleheküljele³⁵ ja Tartu linnavalitsuse kultuuriosakonna portaali Kultuuriaken.³⁶ Uusi võimalusi muuseumi näituste ja ürituste reklaamimiseks pakuvad ka sotsiaalmeediakanalid nagu Facebook, mille abil on võimalik operatiivselt infot edastada ja korruga paljude inimesteni jõuda. Muuseumi Facebooki³⁷ kasutus on järsult hoogustunud just viimase aasta jooksul. Lisaks loetletud kanalitele on kasutatud arvukalt täiendavaid publikuga suhtlemise viise, nagu teemakohaste intervjuude andmine ja artiklite kirjutamine, kõikvõimalike näitusi saatvate trükiste koostamine ja levitamine (autorilehed, kataloogid, kunstnike monograafiad, haridustrükised, infovoldikud jne) ning haridusprogrammide läbiviimine erinevate sihtgruppidega.

Seejuures on aga märkimisväärne, et info edastamisega on tegelenud muu töö kõrvalt mitmed

³⁴ Intervjuu Tartu Kunstimuuseumi kogude kuraatori Tiiu Talvistuga 11.02.2014. Üleskirjutus autori valduses.

³⁵ Tartu Kunstimuuseumi kodulehekülg. – www.tartmus.ee (vaadatud 16. V 2014).

³⁶ Tartu linnavalitsuse kultuuriosakonna portaali Kultuuriaken. – <http://kultuuriaken.tartu.ee/> (vaadatud 12. V 2014).

³⁷ Tartu Kunstimuuseumi Facebooki lehekülg. – <https://www.facebook.com/tartmus> (vaadatud 16. V 2014).

muuseumitöötajad (nii muuseumi direktor, sekretär, näituse koostaja kui haridustöötaja) ning pole loodud eraldi kommunikatsioonijuhi ametit, rääkimata osakonnast. Küll aga olid viimastel aastatel mitmed taolised ülesanded koondunud näitusemaja juhataja tööülesannete alla. Eraldiseisva kommunikatsioonijuhi ametikoha loomist on pärssinud nii piiratud eelarve kui asjaolu, et varasematel aegadel oli info edastamise võimalusi tunduvalt vähem.³⁸ Tuleb arvestada tõsiasi, et nõukogude ajal suunas ja kontrollis kommunikatsiooni valitsev ideoloogiaaparaat, mis piiras tunduvalt muuseumi vaba suhtluse võimalusi.³⁹ Nende asjaolude koosmõju tulemusena pole van Menschi poolt kirjeldatud nn muuseumide teine revolutsioon, mis seisnes uue museoloogia põhimõtete esilekerkimises ja funktsioonipõhises tööjaotuses,⁴⁰ Tartu Kunstimuuseumis täielikult rakendust leidnud. Endiselt on muuseumitöötajate seas enamuses kunstiajaloolased, kes on sunnitud korruga realiseerima väga paljusid erinevaid muuseumi funktsioone, kaasa arvatud informatsiooni edastamist.

Näituste kommunikatsioonis on olulisel kohal ka publikule korraldatavad üritused, mille arvukus ja iseloom on aja jooksul varieerunud. Seda arengut kirjeldab Nõmmela muuseumi väljaandes „Kogude teatmik V“, kus avatakse institutsiooni tegevust järgmiselt:

Kui pealesõja aastatel pidi kunstimuuseum tegelema endale vajalike töö- ja hoiuruumide leidmisega, kogude arvelevõtuga ja tühjaksjäänud korteritest kunstivarade päästmisega, siis Vaike Tiigi ajal (juhtis muuseumi aastatel 1952–1976) seati eesmärgiks muuseumi osatähtsuse tõstmine Tartu ja kogu vabariigi kultuurielus. Mitmekordistati statsionaarsete näituste arvu, suurt rõhku hakati panema kunsti populariseerimisele ekskursioonijuhtimiste ja erialaste loengute kaudu, hakati korraldama rändnäitusi rajoonides, Lõuna-Eesti koolides, asutustes ja ettevõtetes. Kunstipedagoogilise töö üheks näitajaks oli ülevabariigilise kujutava kunsti kaugõppekursuse (KKKK) rajamine muuseumi juurde 1960. aastal. ... 1970. avati muuseumi esimene filiaal – skulptor A. Starkopfi Ateljeemuuseum.⁴¹

³⁸ Intervjuu Tiiu Talvistuga.

³⁹ Intervjuu Tartu Kunstimuuseumi endise direktori Mari Nõmmelaga (aastatel 1983–1996) 15.05.2014. Üleskirjutus autori valduses.

⁴⁰ P. van Mensch, *Museology and Management: Enemies or Friends?*

⁴¹ M. Nõmmela, Vaike Tiik. – *Kogude teatmik V*. Toim M. Nõmmela. Tartu: Tartu Riiklik Kunstimuuseum, 1991, lk 183.

Nii antud kirjelduses kui ka samas teatmikus olevas nimekirjas „Teaduslikud konverentsid, ettekannete päevad, mälestusõhtud aastail 1980–1989“⁴² jäävad üritustena silma eelkõige ekskursioonid näitustel, loengud, kunstnike mälestusõhtud, ettekanded ja mahukamad konverentsid, millel on enamasti õpetav iseloom. On toimunud ka filmiõhtuid ja kohtumisi kunstnikega. Pisut vähem on korraldatud publikut otsesemalt kaasavaid üritusi ehk rakendatud kaasava muuseumi põhimõtet – see on peamiselt väljendunud võimaluses võtta osa seminaridest või vestlusringidest. Suuremat osalust ja loomingulisust võimaldavad lastele mõeldud haridusprogrammid (muuseumipedagoogi ametikoht loodi 1998. aastal). Muuseumi endine direktor Reet Mark on 2005. aastal kirjutanud, et "kaasalöömise võimalust kogu perele pakuvad pühapäevadel korraldatavad perepäevad, kus ei piirduta ainult näituse vaatamisega, vaid antakse tegevust ka loovusele ja kätele. ... Kord nädalas tegutseb muuseumis noorukite kunstiring ning üle 20 aasta on meie juures koos käinud kunstiklubi."⁴³ Nii mõnedki mainitud algatused pole aga kahjuks püsima jäänud. Muuseumis ei toimu enam regulaarseid perepäevi ning on mitmeid sihtgrupe (nt liikumis- või nägemispuudega inimesed, vene keelt kõnelevad inimesed), kellele ei ole suudetud luua alalisi võimalusi muuseumi tegevustes osalemiseks.

Samas on muuseumist väljaspool asuvate mälupaikade kaasamisega tegeletud üsna mitmel moel. Uuritud on välismaal tegutsenud pagulaskunstnike loomingut, eksponeeritud era-kollektsioonidesse kuuluvaid kunstiteoseid ning koostatud rahvusvahelisi näituseid.⁴⁴ Niisiis on taaskord näha, et uue museoloogia poolt oluliseks peetavad kommunikatsiooniprintsiibid ja -strateegiad on rakendust leidnud osaliselt ning mitmete tegevussuundadega on küll tegeletud, kuid mitte järjepidevalt. Võib siiski tõdeda, et nõukogude aja lõpus oli muuseumi erinevate tegevuste haare üsna lai. Seda kinnitab muuhulgas ka asjaolu, et jõuti korraldada rändnäituseid ning rajati filiaal, mis aga 1990. aastate keskpaigas suleti. Mitmekülgse tegevuse üheks põhjuseks oli suure tõenäosusega asjaolu, et toona töötas muuseumis tunduvalt rohkem inimesi kui alates 2000. aastate algusest.⁴⁵ Lisaks soodustas 1980. aastate suhteliselt edukat tegevust ka

⁴² M. Nõmmela, Teaduslikud konverentsid, ettekannete päevad, mälestusõhtud aastail 1980–1989. – Kogude teatmik V, lk 171–174.

⁴³ E. Asu-Õunas; R. Kõiv; R. Pulk-Piatkowska, Tartu Kunstimuuseumi kroonika 1990–2005. Tartu: Sulemees, 2005, lk 7.

⁴⁴ Tartu Kunstimuuseumi kodulehekülj. – www.tartmus.ee (vaadatud 16. V 2014).

⁴⁵ Intervjuu Tiiu Talvistuga.

tõsiasi, et inimeste seas olid kultuuriüritused (kaasa arvatud kunst) väga populaarsed – polnud nii palju konkureerivaid tegevusi, nagu on praegusel ajal ja seega oli osavõtt muuseumi üritustest tunduvalt aktiivsem.

Mari Nõmmela kirjeldab 1980. aastaid kui väga elavat perioodi Tartu Kunstimuuseumi ajaloos. Ta meenutab, et muuseum oli sellel ajal populaarne, kuna suutis ära kasutada oma kauguse pealinnast ja sealsetest rangematest piirangutest. Tema sõnul seostati Tartut vabama vaimsurega, mida ka muuseum püüdis toetada. Tänu sellele käidi näiteks lektoriumi loenguid kuulamas ka mujalt Eestist.⁴⁶ Nõukogude ajal tegutses muuseumi juures ka Rahvaülikool, mille õpilaste seast pärinevad enamik muuseumi kunstiklubi liikmeid. Tiiu Talvistu sõnul korraldati nn sõpradeklubile muuseumi poolt igasuguseid üritusi, kaasa arvatud ekskursioone muuseumist väljapoole. Praegu on see klubi endiselt alles, kuid jäänud üsna passiivseks. Eraldi on püütud luua ka potentsiaalsetest sponsoritest koosnevat sõpradeklubit, kuid selles osas ei ole eesmärki saavutatud.⁴⁷

Tartu Kunstimuuseum on vahelduva eduga tegelenud ka muuseumiga seonduvate toodete müügiga, laiendades seeläbi pakutavate teenuste valikut. Peamiselt on rõhutatud küll institutsiooni enda trükiste müügile, mida on olnud võimalik soetada nii muuseumist kohapealt kui ka suurematest raamatupoodidest, kuid sellele lisaks on müüdud ka mõningaid meeneid, peamiselt postkaarte. 1980. aastatel müüdi Nõmmela sõnul väga edukalt ka autoriplakateid.⁴⁸ Siiski on eelkõige olnud tegemist tagasihoidliku letiga, mis nõuab küll lisatööd, kuid ei toimi stabiilselt kasumliku poena. Niisiis on selle muuseumitegevust rikastava väljundiga küll tegeletud, kuid taaskord on puudu jäänud konkreetsest visioonist ja järjepidevusest.

Lisaks loetletud infokanalitele ja tegevustele on muuseum enda välist kuvandit kujundanud ka sümboolika abil. Siinkirjutaja andmetel on Tartu Kunstimuuseumil olnud kaks logo, millest esimene oli kasutusel ajavahemikus 1967–1981 (autor Ilmar Malin). Sellel märgil on kujutatud pikkade juustega tütarlast, kes hoiab oma kädel tähti TKM. Antud logo nimetavad muuseumi staažikamad töötajad Madonnaks, viidates sümboolsele seosele kunstis levinud jumalaema kujutisega, kes hoiab süles jeesuslast. 1980. aastatel aga Malini loodud logo kasutamine vaibus, kuna sellega ei tuntud enam tugevat sidet. Uuesti nähti vajadust ühe konkreetse sümboli järele

⁴⁶ Intervjuu Mari Nõmmelaga.

⁴⁷ Intervjuu Tiiu Talvistuga.

⁴⁸ Intervjuu Mari Nõmmelaga.

1990. aastatel, kui valmis praegune logo, millel on kasutatud muuseumi kollektsiooni kuuluva Ado Vabbe teose „Arlekiin“ (1924) motiivi. Logo autoriks on Tiina Viirelaid.⁴⁹ Selle sümboliga rõhutab muuseum oma seost Pallase koolkonna pärandiga ning toetub identiteediloomes oma kollektsiooni ühele tuntumale teosele.

Üldiselt võib järeldada, et Tartu Kunstimuuseumis on kasutatud mitmekülgsed kommunikatsiooniviise, kuid erinevatel aegadel on seda tegevusvaldkonda saatnud vahelduv tulemuslikkus. Kui nõukogude ajal oli muuseum oma kogukonna poolt väärtustatud ning ka tegevuste haare laiem, siis pärast Eesti taasiseseisvumist ja inimeste vabaajaveetmise võimaluste mitmekesistumist ning informatsioonihulga suurenemist, on muuseumil olnud keerulisem oma kogukonna erinevate gruppideni jõuda. Peamiseks probleemiks näib seejuures olevat teatav süsteemitus. Need põhimõtted, mis on välja toodud siinse töö peatükis 1.2. (Muuseumikesksed turundus- ja kommunikatsioonistrateegiad, – 1) oma eripära ehk identiteedi ja missiooni selge sõnastamine ning edastamine, 2) vastavate eesmärkide elluviimiseks vajaliku arengukava koostamine ja järgimine, 3) konkreetse muuseumi konteksti ja üldist arengukava arvestava turundus- ja kommunikatsiooniplaani väljatöötamine ning elluviimine), ei ole leidnud stabiilset järgimist. Arengukavasid on küll koostatud, kuid need ei ole siinkirjutaja andmetele sisaldanud eraldi kommunikatsiooniplaani ega nägemust muuseumi identiteedist.⁵⁰ Samuti on takistuseks kommunikatsioonispetsialisti puudumine. Seega kehtib Peter Vergo poolt esitatud väide, et muuseumid on liialt vähe keskendunud oma üldistele eesmärkidele.⁵¹

2.2 Tartu Kunstimuuseumi näituseplakatite üldiseloostus arhiivi põhjal

Nagu eelnevast kirjeldusest võib järeldada, on Tartu Kunstimuuseumi kommunikatsioonivahendite nimekiri üsna mitmekülgne. Niisiis pole antud töö mahtu arvestades võimalik neisse kõigisse põhjalikumalt süveneda. Kuna plakati näol eksisteerib aga üks kanal, mis on olnud kasutuses pea kogu muuseumi tegutsemisaja vältel, siis pakub see materjal kõnekat vaadet kommunikatsiooniviiside arengule muuseumi erinevatel perioodidel. Kokkuvõtliku ülevaate muuseumi näituseplakatitest saab Tartu Kunstimuuseumi arhiivi põhjal. Mitmeid muuseumi

⁴⁹ Intervjuu Tiiu Talvistuga.

⁵⁰ Intervjuu Mari Nõmmelaga.

⁵¹ P. Vergo, Introduction. – The New Museology, lk 3.

plakateid leidub ka Eesti Kunstimuuseumi graafilise disaini kogus,⁵² Eesti Rahvusraamatukogu plakatikollektsioonis⁵³ ning mitmetes erakogudes.

Tartu Kunstimuuseumil on mahukas arhiiv, millesse on koondatud ka muuseumi enda näituste plakateid alates 1940. aastatest kuni praeguse ajani. Plakateid on arhiivis säilitatud kahel moel: iga näituse kohta, mis on muuseumis toimunud, on eraldi kaust, kuhu on enamjaolt lisatud vastava näituse plakat, kuid eraldi on olemas ka vaid plakateid koondav arhiiviosa, mis on süstematiseeritud kronoloogiliselt aastakäikude kaupa – iga aasta või vahel paari aasta kohta on üks kaust, kus on koos selle perioodi näituseplakatid (viimast nimetan edaspidi Tartu Kunstimuuseumi plakatiarhiiviks). Seeläbi on ära tehtud tänuväärne ja järjepidev töö, mille tulemusena on arhiivi kogunenud üle 400 erineva plakati. Arhiiv ei ole täielik, mis tähendab, et see ei sisalda kõiki plakateid, mis on kunagi Tartu Kunstimuuseumi näituseid saatnud, kuid siiski on suudetud neist suurem osa kokku koondada.

Näituseplakatite arhiveerimisel on lähtunud dokumenteerivast eesmärgist, mitte soovist koguda neid kui väärtuslikke disainiobjekte. Plakatite säilitamistingimusi on mõjutanud muuseumi pidevalt vaevanud ruumipuudus,⁵⁴ mille tõttu on kuni viimase ajani arhiveeritud plakateid kokku voldituna A4 suurustesse mappidesse. Taolise tegevuse üheks põhjenduseks on ka tõsiasi, et kunagi alguse saanud kogumisviisi pole seni küsimuse alla seatud. Sellisel moel on plakatid küll süsteemselt säilinud, kuid kõigil eksemplaridel on tugevad murdejooned, mis muudavad nad rebenemisohtlikeks ning eksponeerimise probleemseks. Samuti pole sellest arhiiviosast olnud siiani täpseid nimestikke, mis kajastaksid iga plakati, vaid üldisemad nimekirjad vastavate mappide olemasolu kohta. Iga mapi juurde on kirjutatud aasta või vahemik, mis perioodi plakatid selles paiknevad ning ka säilikute arv. Siinsele tekstile lisatud detailsem nimekiri on koostatud antud uurimistöö käigus, et hõlbustada edasist tööd arhiiviga ja muuta info selle sisu kohta kättesaadavaks ka laiemale huviliste-ringile. Antud nimestik kajastab plakatiarhiivi, mitte näituste kaustu, kus nagu juba mainitud, leidub samuti plakatite eksemplare (kohati ka selliseid eksemplare, mis plakatiarhiivist puuduvad).

⁵² Intervjuu Eesti Kunstimuuseumi graafilise disaini koguhoidja Madli Mihkelsoniga 12.02.2014. Üleskirjutus autori valduses.

⁵³ Eesti Rahvusraamatukogu plakatikogu. – <http://www.nlib.ee/plakatid-ja-postkaardid-2/> (vaadatud 19. V 2014).

⁵⁴ Intervjuu Tiiu Talvistuga.

Mõeldes tulevikule, on praeguse seisuga plaanis plakatiarhiivis olevad eksemplarid restaureerida ja ümber paigutada suurematesse mappidesse, kus neid saaks säilitada voltimata kujul. Samuti on võimalik, et uued mapid varustatakse plakatite detailsemate nimestikega.

1940.–1950. aastad

Kõige varasem kõnealuses arhiivis esindatud plakat on 1949. aasta Vene ja nõukogude kunstinäituse müürileht, mis on kujundatud erinevat tüüpi musta kirjaga ning ei sisalda veel ühtegi pilti. Plakat on kahe – eesti ja vene – keeles, mis on omane kõigile näituseplakatitele kuni nõukogude aja lõpuni. Mõnel üksikul juhul on trükitud kaks eraldi plakati, üks eesti ja teine vene keeles. 1940. aastatest on säilinud veel mõni üksik näide, kuid need on köidetud näitusekaustadesse ning plakatiarhiivis esindatud pole. 1950. aastate plakateid on arhiivis 35 ning nende seas on ka esimesed plakatid, millel on kujunduse elavdamiseks ja tähelepanu tõmbamiseks kasutatud mõne eksponeeritava kunstniku teose reproduktsiooni. Sellised on mitmed plakatid kunstnike mälestusnäitustele: näiteks Hando Mugasto (1957), Ernst Tiido (1957) ja Ella Mätik (1958). Valdavad on aga siiski plokk-kirjas lihtsad müürilehed, kus mõnel üksikjuhul on kasutatud erinevate värvide kombinatsioone (näiteks punase ja mustaga Läti NSV ja Leedu NSV tarbekunsti näituse plakat aastast 1956). Taolisi müürilehti ei kujundanud üldjuhul mitte eriharidusega disainerid, vaid need on valminud muuseumitöötaja ja Heidemanni trükikoja koostöö tulemusel⁵⁵ ning neid kasutati kuni 1990. aastateni keerukama kujundusega plakatitega paralleelselt. Tiraaž oli nende puhul enamasti 50–250 eksemplari, mis on autoriplakati tiraažidega võrreldes pisut tagasihoidlikum, kuid praeguse ajaga kõrvutades siiski arvestatav kogus.⁵⁶ Analoogseid müürilehti kasutas ka Eesti Kunstimuuseum.⁵⁷

1960. aastad

1960. aastate näituseplakateid on arhiivis 51, kuid puudu on plakatid ajavahemikust 1962–1965, mis tähendab, et läbivat ülevaadet sellest perioodist pole praegu võimalik saada. Olemasolevate näidiste põhjal võib siiski öelda, et üldjoontes on plakatid endiselt kas tekstipõhised või siis kombinatsioon tekstist ja reproduktsioonist, kuid nendes piirides on näha rohkem omapäraseid

⁵⁵ Intervjuu Tiiu Talvistuga.

⁵⁶ Plakatite tiraažid on nii müürilehtede kui autoriplakatite alaservas kirjas. Praegustel plakatitel neid enam kirjas ei ole.

⁵⁷ Intervjuu Madli Mihkelsoniga.

kujunduslikke lahendusi ning värvikirevust. Jüri Keevalliku kirjeldus selle perioodi plakatite kohta on antud arhiiviga täielikus kooskõlas:

Kultuuriplakati eri alaliigid arenesid 1960. aastatel, eriti kümnendi II poolel ebaühtlaselt, kuid stilistiliselt järk-järgult mitmekesisustes. Fotot kasutati kultuuriplakatites veel vähe ning tihti seisnes see tutvustava teksti ühendamises kultuurisündmusega seotud kunstiteose reproduktsiooniga, nagu mõningatel Aita ja Heino Kersna kujundatud näituseplakatitel. Tekstil põhinevate ja info edastamisele keskendunud näituse-, teatri- ja kinoplatatite kõrval hakkasid levima geomeetrilised ja abstraktsiooni kalduva kujundusega plakatid.⁵⁸

Selle perioodi uuenduslikest plakatitest on iseloomulik näiteks 1968. aasta Konrad Mäe teoste näituse plakat, mis piirdub küll teksti kasutamisega, kuid on see-eest väga kirev ja pilkupüüdev, tänu sellele, et olulisemad tekstiosad on esile toodud erkkollase raamiga. Märkimisväärsed on ka tarbekunstinäituste plakatid (näiteks aastatest 1966 ja 1969), mille tekstide ümara vormiga mängiv kujundus on silmapaistev ka järgnevate aastakümnete foonil. Niisiis pärineb sellest kümnendist mitmeid plakateid, mille autoriks on väga tõenäoliselt professionaalsed kujundajad, kuid kahjuks pole enamike autorid teada.

1970. aastad

1970. aastate plakateid on arhiivis 139 ehk ühe kümnendi kohta kõige rohkem. Tulenevalt nii arvukusest kui ka teatavast üleminekuperioodist eesti plakatikunstis üldisemalt on see kooslus väga mitmekesine ja ei saa tuua välja üheseid tunnusoone, mis kogu perioodi iseloomustaksid. Kujunduslikust aspektist on nii äärmuslikult minimalistlikke müürilehti (näiteks Leedu naivisti Monika Biciuniene maalide näitus, 1971) kui ka üllatavalt rikkalikke lahendusi nagu Restaureeritud kultuuriväärtuste näituseplakati üleni kuldne teostus samast aastast. Silmapaistva uuendusena esineb mitmeid plakateid, mille kujundus ühtib näitust saatva kataloogiga. Sellisel moel on moodustunud kujunduslikult terviklikud komplektid, nagu näituse „Valve Janov & Kaja Kärner“ (1971) või ka 1973. aasta Brno kaasaegse graafika väljapaneku puhul. Veel ühe uuendusena leiab selle perioodi hulgast esimesed plakatid, millel on kujundaja nimi eraldi välja toodud, nagu näiteks Tallinna kunstnike kevadnäituse plakat (1972), mille kujundajana on kirjas Endel Palmiste.

⁵⁸ J. Keevallik, Eessõna. – A. Saldre, Eesti plakat 1940–72. Tallinn: Kunst, 1976, lk 2.

Nendest uuendustest hoolimata tehti endiselt ka lihtsaid müürilehti, millele trükiti ühe või kahe värviga olulisem tekst ja ainsaks kujunduselemendiks oli mõni raamiv joon või täpp. Teravam muutus toimub aga 1970. aastate lõpus, mil võetakse aina sagedamini kasutusele ofsetrükk, luuakse esimesed fotolavastuslikud plakatid ning algab Tartu Kunstimuuseumi näituseplakatite kõige huvitavam periood. Taolise muutuse algust märgivad antud arhiivis vabariikliku metallikunsti näituse (1979, kujundus Ene Ammer, Alar Ilo) ja vabariikliku noorte kunstnike tööde näituse (1979, kujundus Villu Järmut, Enn Kärmas) plakatid. Vabariiklike näituste plakatite edumeelsus ei ole siinkohal üllatav, kuna neil väljapanekuil oli teistest suurem riiklik toetus, mis võimaldas ka plakatisse rohkem panustada.⁵⁹

Aastad 1979–1992

1980. aastate plakateid on arhiivis üle 80, kuid kui arvestada juurde ka kujunduslikult selle perioodiga haakuvad plakatid 1979. aastast ja 1990. aastate algusest, läheneb arv ümmarguselt sajale. Müürilehed moodustavad neist pisut üle kolmandiku, mis näitab, et endiselt kasutati äkilisema autoriplakati kõrval ka traditsioonilisemat lahendust. Müürilehe eelistamise põhjuseks oli lisaks harjumusele ka selle madalam hind keerukama autoriplakatiga võrreldes. Nõmmela sõnul kasutati müürilehte enamjaolt vähemtähtsate näituste reklaamiks.⁶⁰

Antud ajavahemiku plakatite ülejäänud kaks kolmandikku kajastavad aga Tartu Kunstimuuseumi näituseplakatite ja ka laiemalt eesti plakatikunsti arengu üht silmapaistvamat etappi. Uuenduslikkuse üks põhjustest on asjaolu, et graafilise disainiga hakkasid aktiivselt tegelema värskelt Eesti NSV Riiklikus Kunstiinstituudis tööstuskunsti erialal (loodi 1966. aastal) õppinud noored kujunduskunstnikud. Lisaks sellele olid mitmed noored plakatistid, nagu Enn Kärmas ja Alar Ilo omandanud fotograafiaalase hariduse Leipzigi Graafika- ja Raamatukunstikoolis.⁶¹ Uue põlvkonna disainerid eirasid varasemaid konventsioone ning löid hulgaliselt omanäolisi autoriplakateid, millele aitas kaasa ka trükitehniliste võimaluste paranemine. Oluline võte, mis võimaldas neil tuua senisesse plakatikujundusse värskaid lahendusi, oli fotolavastus, mida mitmed autorid, teiste seas Villu Järmut, Margus Haavamägi, Heikki Zoova ja Silver Vahtre, leidlikult ära kasutasid. Nende ja teiste selle perioodi kujunduskunstnike loodud

⁵⁹ Intervjuu Tiiu Talvistuga.

⁶⁰ Intervjuu Mari Nõmmelaga.

⁶¹ J. Hain, Plakatikunsti „kuldsed kaheksakümned“. – Kadunud kaheksakümned. Probleemid, teemad ja tähendused 1980. aastate eesti kunstis. Koost S. Helme, toim A. Trossek. Tallinn: Kaasaegse Kunsti Eesti Keskus, 2010, lk 105.

näituseplakatid eristuvad selgelt nii eelnenud kui ka järgnenud tekstipõhistest või reproduktsiooni kasutavatest plakatitest. Samas ei ole Tartu Kunstimuuseumi näituseplakatid erandlikud, kui võrrelda neid samal perioodil Eesti Kunstimuuseumile või ka teiste kultuurivaldkondade esindajatele loodud plakatitega. See asjaolu näitab, et tegemist oli üle-eestiliselt levinud nähtusega, mille mõju jättis tugeva jälje ka Tartu Kunstimuuseumi plakatitele.

1990. aastad

1990. aastatel loodud plakatid on antud arhiivis keerulises seisus, kuna suur osa neist tehti majanduslikult raskete olude sunnil ise lõika-kleebi meetodil ning kuigi ka selliseid seinalehti on osaliselt säilitatud, on need väga halvas korras ja vaid juppadena alles. Trükikojas valminud plakateid on sellest ajast arhiivis vaid pisut üle kümne, kuid on tõenäoline, et neid telliti siiski rohkem. Kui välja jätta viimased Tartu Kunstimuuseumile Järmuti poolt disainitud tööd kümnendi alguses, on selle aja plakatid suures osas repropõhised ja eelneva kümnendiga võrreldes tunduvalt madalama kvaliteediga. Selline muutus on taaskord omane eesti plakatikunstile laiemalt, mitte ainult Tartu Kunstimuuseumile. Lisaks majanduslikele põhjustele tõi languse kaasa asjaolu, et nõukogude võimu alt vabanenud ühiskonnas ei olnud plakatil enam sellist positsiooni, nagu oli olnud 1980. aastatel, kui see oli sageli ühiskonnakriitiliste sõnumite kandjaks. Kuna plakat oli tolle aja tsenseeritud ühiskonnas pisut vabam meedium, siis oli see muutunud siinse kunstilooime üheks eesrindlikumaks valdkonnaks. Jüri Hain on aga 1990. aastate kohta kirjutanud, et „kunsti aseaine asendus kunsti endaga ja see tähendas ühtlasi plakatibuumi lõppu.”⁶² Lisaks sellele kasutati 1990. aastatel plakatite loomisel aina enam arvuti abi, kuid see tähendas ühtlasi, et autoriteks olid sageli erihariduseta inimesed, kes ei suutnud tagada ei sisulist ega vormilist kvaliteeti.

Aastad 2000–2013

21. sajandi plakateid on arhiivi koondatud üle 120 ning võttestike poolest on tegemist üsna ühtse materjaliga, kus võimsalt jätkub reproduktsiooni domineeriv roll. Paralleelselt leidub nii disainerite loodud kui ka muuseumitöötajate või kunstnike poolt ise tehtud plakateid. Arvukalt on esindatud Peeter Paasmäe teostused, kes kasutab küll üldjuhul reproduktsiooni, kuid suudab sageli kujundusega pildi ja teksti kooslusele pisut huvitavama tervikilme anda. Sellised on näiteks näituste „Leonhard Lapin. Suprealistlik Köler“ (2003) ja „Tartu kunsti lood“ (2005) plakatid. Paasmäe on sageli kujundanud ka samade näituste kataloogid, luues seeläbi visuaalselt

⁶² J. Hain, Plakatikunsti „kuldseid kaheksakümneid“, lk 99.

terviklikud komplektid. Lisaks valdavale normile esineb selles perioodis ka silmatorkavaid erandeid. Nende eristuvate plakatite autoriteks on enamasti professionaalsed disainerid, nagu Jüri Kass („Raul Rajangu. Bedrooms’ Show“, 2005), Indrek Sirkel („Raul Rajangu. Nõukogude öö II“), Margus Tamm („Tanja Muravskaja. Split mind“, 2010) ja Tiit Jürna („Eesti kunst paguluses“, 2011), kelle puhul on selge ühine joon tekstipõhisus. Kõigil loetletud näituste plakatitel keskenduvad autorid vaid tekstile, mängides põnevalt selle vormi- või värvilahendustega. Niisiis on konservatiivsete lahenduste kõrval vähesel määral esindatud ka alternatiivsem suund, mida võib sageli näha Eesti Kunstiakadeemia graafilise disaini osakonna lõpetanud disainerite töödes.

Plakat on olnud küll üks stabiilsemalt muuseumitöös kasutusel olnud infokandjatest, kuid sellegipoolest on näituseplakatite kui kommunikatsioonivahendite roll aja jooksul muutunud. Viimasel ajal on plakati kui teabe edastaja tähtsus vähenenud, kuna juurde on tulnud palju teisi efektiivseid infokanaleid, eriti interneti kasutusel põhinevaid. Eesti Kunstimuuseumi graafilise disaini koguhoidja Madli Mihkelson on kirjutanud:

Ei saa öelda, et tänapäevane kultuuriplakat kvalifitseeruks enam klassikalises mõttes massikommunikatsiooni meediumiks. Pigem on see teatav rudiment, (pool)kohustuslik aksessuaar, praeguseks hetkeks suhteliselt ebarentaabel ja kulukas infoedastamise viis, mille esmaseks eesmärgiks pole mitte edastatava tekstilise mahu selgus, loetavus ning ammendavus, vaid ürituste enesemääratluse visuaalseks käepikenduseks olemine. Plakati esteetika peab võimaldama linnapildis mingi kultuuriinstitutsiooni või -sündmuse momentaalset äratundmist, ütleva vaatajale “Me oleme (jälle) siin” ja “Midagi toimub (ja MEIE korraldame seda).⁶³

Üldjoontes võib selle väitega nõustuda – massikommunikatsiooni vahendiks plakati enam pidada ei saa, kuna enamasti on tiraažid väikesed ja ka kohti, kus plakati (tasuta) näidata saab, ei ole palju alles. Kuid kui vaadata kas või Eesti Kunstimuuseumi ja Tartu Kunstimuuseumi viimase kümnendi plakateid, siis paistab, et visuaalis on pigem just tagasi jõutud lihtsa ja selge keelega infolehe juurde, mis püüab väga otsekoheselt ja neutraalselt pakkuda näituse kohta peamist teavet koos teksti kõrval või taustal asetseva illustreeriva reproduktsiooniga. Seejuures

⁶³ Kultuuriplakati paljunäolisus: Madli Mihkelson vaatab plakateid ja pajatab, mis mõtted siginevad. – Keskus 10. X 2011.

pole Tartu Kunstimuuseumi plakatitesse integreeritud institutsiooni enesemääratluse kajastust – selgelt äratuntavat visuaalset identiteeti, mida Mihkelson tänapäevase kultuuriplakati ülesandena esile toob. Enam on levinud lähenemine, mille puhul luuakse igale üritusele eraldi kujundus.

Antud peatükk andis sissejuhatava ülevaate Tartu Kunstimuuseumi plakatiarhiivist, et luua pilt üldistest arengusuundadest ja pakkuda taustainformatsiooni järgnevale analüüsile, mis keskendub põhjalikumalt ajavahemikule 1979–1992.

3. Tartu Kunstimuuseumi näituseplakatid ajavahemikus 1979–1992

3.1 Perioodi plakatite omadused ja tagamaad

Võttes vaatluse alla perioodil 1979–1992 Tartu Kunstimuuseumile loodud plakatid, on võimalik lähemalt esile tuua sellel ajal näituseplakatite valdkonnas kasutusele võetud uuenduslikke võtteid ning nende tagamaid ja mõju muuseumi kommunikatsioonile. Eelnevas peatükis kirjeldati põgusalt sel ajal muuseumile loodud plakateid. Nagu mainitud, on üks kolmandik neist endiselt müürilehed, kuid kuna taolised lahendused ei ole eriomased just konkreetsele perioodile ning esindavad vana traditsiooni jätkumist paralleelselt uute suundumustega, siis ei analüüsita neid siinkohal detailselt. Küll aga arvestatakse asjaoluga, et nende jätkuv kasutamine kannab endas mitut sõnumit. Ühelt poolt viitab see alalhoidlike tõekspidamiste esindatusele muuseumis, kuid veel enam majanduslikele põhjustele – müürilehti kasutati enamjaolt väiksema eelarvega näituste puhul.

Kui keskenduda antud perioodil eesti plakatikunstis toimunud uuendustele, siis on ühe põhjendusena oluline meenutada, et küllaltki lühikese aja jooksul muutus aktiivseks suur hulk noori disainereid, kellel oli eelkäijatest erinev väljaõpe. Muutuseid toetas ka mõningate tehniliste võtete areng, nagu ofsettrüki ja värvislaidide kvaliteedi paranemine.⁶⁴ Plakatite selleaegsest populaarsusest räägivad tiraažid, mis kõikusid Tartu Kunstimuuseumi puhul üldiselt 100 ja 500 vahel, kuid mõne erandina esines ka tiraaže 50 ja 800. Väiksemad tiraažid nagu 100 või 200 kaanesid enamjaolt müürilehtedega. Vabariiklike näituste ja mõningate suurte isikunäituste puhul, mida saatsid autoriplakatid, oli tüüpilisem tiraaž 400 või 500 ehk investeeriti rohkem nii kunstilisse teostusesse kui ka kogusesse. Tänapäevase muuseumi plakatitiraažidega võrreldes on 500 üsna suur kogus, kuid sellel ajal oli suurema koguse järele ka vajadus – eksisteeris rohkem plakatiseinu ning neid pandi ka müüki.

Eestile omaseid protsesse ja nende tagamaid ei saa aga vaadelda ainult kohalikus kontekstis, pööramata pilku mujal maailmas samal ajal toimunule. Graafiline disainer Richard Hollis kirjeldab oma teoses „Graafiline disain. Ülevaatluk ajalugu“ 1970. ja 1980. aastaid modernistlikule stiilile vastandumise perioodina, mil püüti vabaneda eelnenud traditsioonidest ning pöörati rohkem tähelepanu rahvuslike eripärade rõhutamisele. Ta väidab, et „suunamuutust

⁶⁴ J. Hain, Plakatikunsti „kuldseid kaheksakümneid“, lk 99.

väljendas nihe vabama kujunduskeeles suunas: geomeetrilise disaini asemele asus omamoodi fotograafilis-elektroniline juugend.“ Samas tõdeb ta nagu ka paljud eesti kriitikud, et taolised uuendused viisid sageli vormilialdusteni, mis ei arvestanud info võimalikult efektiivse edastamise ülesandega.⁶⁵ Vastandumist modernismile vaatlleb ka Meredith Davis, kes tõlgendab antud nähtust postmodernismi väljendusena, loetledes konkreetseid tunnusjooni, mis selle perioodi graafilisele disainile iseloomulikud olid. Ta rõhutab vastandumist modernistlikule selgele ja ratsionaalsele vormikeelele ning üheti mõistetavatele sõnumitele (loobumine universaalsest tõest). See tähendab, et postmodernismiga haakuv disainis luuakse keerukaid ja ootamatuid kompositsioone ning täidetakse disainiobjektid ambivalentsete ja vastandlike tähendustega. Taolised lahendused on tugevalt kooskõlas postmodernismile omase pluralistliku maailmapildiga, kus ei eksisteeri ühelegi küsimusele ühte õiget vastust. Koos sellega mainib Davis ka tarbija rolli muutumist – kui varasemalt pidi vaataja võtma omaks üheselt mõistetavalt ette antud sõnumi, siis postmodernistlikke põhimõtteid järgiv disain, mis võimaldab erinevaid tõlgendusi, muudab vaataja sõnumiloo osaks.⁶⁶

Eelnev kirjeldus tuleb esile näiteks Amsterdamis Stedelijki muuseumi puhul, mis on äärmiselt tuntud oma graafilise disaini lahenduste poolest. Seal oli postmodernistlike tunnusjoonte üheks peamiseks rakendajaks disainer Anthon Beeke, kes teostas 1980. aastate teises pooles ja 1990. aastate alguses hulgaliselt uudset mõjuvaid fotolavastuslikke plakateid. Märkimisväärne on näiteks tema poolt loodud plakatite seeria, kus kasutatakse humoorikate elementidega rikastatud kunstnike portreefotosid.⁶⁷

Kui lugeda taolisi kirjeldusi ja kõrvutada neid eesti plakatikunsti arengutega, on ilmne, et eksisteerib palju ühiseid jooni. Triin Loks on kirjutanud Eesti Kunstiakadeemias bakalaureusetöö teemal „Postmodernismi mõju 1980. aastate Eesti plakatikunstile Ruth Huimerinna loomingu näitel“,⁶⁸ kus tuuakse esile kohalike kultuuriplakatite seoseid postmodernismiga. Kuna siinse uurimuse eesmärk on tegeleda eelkõige kommunikatsiooni puudutavate küsimustega, siis ei keskendu järgnev analüüs vaid postmodernistlike tunnusjoonte äramärkimisele. Sellegipoolest

⁶⁵ R. Hollis, Graafiline disain: ülevaatlilik ajalugu. Tallinn: Eesti Kunstiakadeemia, 2007, lk 242–243.

⁶⁶ M. Davis, Graphic Design Theory, lk 176–205.

⁶⁷ F. Huygen; L. Reitsma, The Style of the Stedelijk. Amsterdam: Premisela, the Netherlands Institute for Design and Fashion, 2011, lk 62, 73.

⁶⁸ T. Loks, Postmodernismi mõju 1980. aastate Eesti plakatikunstile Ruth Huimerinna loomingu näitel. Bakalaureusetöö Eesti Kunstiakadeemias, juhendaja Anu Allas, 2010.

on oluline tõdeda, et need on Tartu Kunstimuuseumi näituseplakatites tuntavalt esindatud ning mõjutavad seega ka plakatite kommunikatiivsust.

3.2 Autoriplakat

Nagu mainitud, moodustavad käsitletava ajavahemiku plakatiarhiivi enamiku autoriplakatid, mis Eestis 1970. aastate lõpul ja 1980. aastatel jõudsalt esile kerkisid. Neile töödele on iseloomulik, et eemaldutakse müürilehe formaadist ning kasutatakse peamiselt ofsettrükki ja rikkalikumaid kujunduslikke kompositsioone. Autoriplakati nime saanud plakatitüübile on kohati omane ka see, et kujunduslik lahendus väljendab enam autori loomingulisi ambitsioone ning vähem institutsiooni või konkreetset üritust. Selle tulemusena võib mõningate taoliste plakatite puhul kergemini tuvastada disaineri käekirja kui reklaamitava näituse sisu. Siiski ei ole see valdav ning mitmete autorite loomingus on uudsed lahendused leidlikult kajastatava näituse teemaga seotud. Leidub ka neid autoriplakateid, mis jätkasid traditsioonilist reproduktsiooni kasutamise lahendust ning püüdsid seega väga otseselt näitusel eksponeeritavale kunstile viidata. Siiski oli ka plakatiste, kes kasutasid kultuuriplakati vabamat formaati ära, et peita sinna ühiskonnakriitilisi sõnumeid või rakendada enda väljakujunenud meelivõtteid. Järgnevalt mõnest levinud võttest, mida selle perioodi disainerid kunstinäituste plakatitel (ja ka Tartu Kunstimuuseumi plakatitel) korduvalt kasutasid.

Kõige tugevamalt paistab silma, et kunstinäituste puhul eelistati väga üldiselt kunstiga seonduvate esemete või motiivide rakendamist. Sellise loogika ajal võib näituseplakatitel lisaks reproduktsioonidele sageli kohata värvipritsmeid, maalitarbeid (pintslid, värvituubid, paletid, molbertid), joonistustarbeid või muid teemale viitavaid objekte. Taoline võtte tegi küll selgeks, et tegemist ei ole näiteks teatri- või filmiplakatiga, kuid konkreetse näituse sisulist eripära see enamasti välja tuua ei suutnud. Teine levinud võtte, mis polnud omane ainult kunstinäituste reklaamidele, oli inimkehal põhinev kujundus, mida kasutati eelkõige fotolavastuslikes plakatites. Erinevad autorid kasutasid selle teema raames varieeruvaid meelismotiive – kes käsi, kes jalgu, kes kinniseotud silmadega inimesi. Taolise võtte efektseks näiteks on Jüri Kassi loodud vabariikliku noortenäituse plakat (1981, vaata LISA 2), kus on kujutatud vanema kunstniku kätel nn munast kooruva noore kunstniku pead. Selle võtte kommunikatiivne loogika sõltub konkreetsest autorist ja lahendusest – leidub nii äärmiselt sisulisi teostusi (nagu kirjeldatud Kassi töö) kui ka pinnapealsemaid valikuid. Kolmas korduv motiiv, mida ka näituseplakatitel sageli kohtab, on avarate maastike kasutamine plakati informatiivsete elementide taustana. Teoreetik ja fotokunstnik Peeter Linnap on suhtunud taolistesse stereotüüpsetesse lahendustesse üsna kriitiliselt:

Tundub, et vaimse surutise tingimustes eelistati vabaõhu-pildietendusi, tüüpiliseks lavastuspaigaks avarad lagedad alad: mereäärne, liivaluited, veteväljad, lennuväli või 100-kilomeetrine lõik nimetatud maanteeäärt. Näib, nagu valitsenuks tollaseid pildilavastajaid mingi hirm "suletud ruumi", näiteks interjööri ees, mis tõi kaasa "avatud lava" jäägitu domineerimise.⁶⁹

Kuigi võib nõustuda, et antud võtet kasutatakse käsitletaval perioodil üsna palju, siis ei saa vähemalt Tartu Kunstimuseumi plakatite põhjal väita, et see jäägitult domineeriks. Muuseumi arhiivis esindab selliseid plakateid näiteks Ülo Emmuse loodud Margaret Tafeli ja Kai Luiga ühishäituse humoorikas plakat (1987). Selle keskseks elemendiks on & märk, mille sisemusest avaneks justkui vaade avarale taevaalotusele. Võtte miinuseks on tõsiasi, et enamasti on seost konkreetse kunstihäitusega keerukam leida, mis ei välista, et see seal siiski olemas on. Lisaks neile on arhiivis ka selliste kunstnike poolt loodud plakateid, kelle käekiri on täiesti unikaalne ja otseses seoses nende muu loominguga. Taolised autorid on näiteks Tõnis Vint, Leonhard Lapin ja Jüri Arrak.

Kuna autorite roll oli toonaste plakatite puhul väga oluline, on järgnev analüüs struktureeritud üksikute disainerite kaupa, kellest igaühe puhul keskendutakse ühele konkreetsele plakatile. Vaatluse alla tulevad need kujundajad, kelle tööd on Tartu Kunstimuseumi plakatiarhiivile kas väga iseloomulikud või mõnel muul põhjusel kõnekad. Valikul on lähtunud soovist tuua esile erinevaid samaaegselt eksisteerinud suundumusi. Konkreetsete plakatite analüüsil on arvestatud uurimistöö teoreetilises osas tutvustatud kommunikatsioonimudelitega. Samuti tuuakse paralleele postmodernismi ja uue museoloogia põhimõtetega.

Villu Järmut ja Enn Kärmas

Villu Järmuti ja Enn Kärmasi ühistööna valminud plakateid on arhiivis kaheksa, lisaks neile veel viis Järmuti ja neli Kärmasi üksiklahendust. Tegemist on selgelt vanemast müürilehetüübist eristuvate värvikirevate autoriplakatitega, mis põhinevad peamiselt fotolavastustel. Igal plakatil tuleb esile selge visuaalne motiiv, kuid rakendatud on ka läbivalt autorite käekirjale omaseid võtteid. Üks juba kirjeldatud võte, mida leiab paljudelt nende kunstihäitustele tehtud plakatitelt, on fotolavastuste kujundamine värvipritsmeid meenutavate laikudega. Seda on kasutatud nii vabariikliku noorte kunstnike tööde häituse plakatil (1979, vaata LISA 3), Jüri Kase, Ando Keskküla, Andres Toltsi ja Rein Tammiku grupihäituse plakatil (1981) kui ka häituse „Jüri Palm

⁶⁹ P. Linnap, Eesti fotolavastus ja teatrisemiootika II. – Kunst.ee nr 4, 2003, lk 35.

ilmsi ja silmsi“ plakatil (1987, kõik Tartu Kunstimuseum). Tegemist on juba eelpool mainitud võtte ühe väljendusega, kus püütakse luua assotsiatsiooni kunsti valdkonna kui tervikuga, mitte konkreetse näitusega, kuid selle visuaalsest efektsusest hoolimata jääb sisulise seose veenvus pisut nõrgaks.

Silver Vahtre on kõnealuste autorite loomingut analüüsisides leidnud, et nende „teosed võiks tinglikult jagada kahte gruppi: sellised, kus nähtus ja tema pildiline väljendus on suhteliselt vahetus seoses, ning sellised, mille kujundimäng alles teksti abil tekitab assotsiatsioone antud teemaga.“⁷⁰ Võib tõdeda, et muuseumile tehtud plakatite seas leidub mõlema tüübi esindajaid. Selgelt konservatiivsemat laadi on need plakatid, mis on Enn Kärmas teinud üksi. Neil on enamasti kasutatud domineerivat reproduktsiooni, mis on asetatud tumedale taustale, et see võimalikult hästi välja paistaks. Sellises kujunduses võib näha kogukeskse identiteedi väljendust, mis vastandub uue museoloogia sellele põhimõttele, et muuseum peaks kollektsiooni asemel enam keskenduma oma kogukonnale. Autorite ühistööna valminud fotolavastuslike plakatite puhul, mis on enamjaolt loodud vabariiklikele näitustele, võib enam näha publikut kaasavate printsiipide esindatust, kuna need võimaldavad vaatajatel tänu ambivalentsele kujundustüübile tähendusloomes osaleda.

Järgnevalt on fookuses autorite poolt ühiselt Tartu Kunstimuseumile kõige varem tehtud plakat, mille puhul on oluline nii asjaolu, et see on üks esimestest muuseumi autoriplakatitest üldse, kui ka selle põnev visuaalne keel ja retseptioon.

Vabariiklik noorte kunstnike tööde näitus (1979)

Antud plakati puhul on tegemist fotomontaažiga, mida on täiendatud teksti ja juba mainitud värvipritsmeid meenutavate kujunduselementidega. Tekstide tausta moodustab kollakas telliskivimüür, mille ees seisab noor mees. Omapärane on aga see, et mehe kujutist on plakatil kaks korda, kusjuures nad on erinevas, kuid mõlemad liikuv asendis ning üks paikneks justkui teisest pisut kaugemal. Selline kujutusviis tekitab mulje, nagu oleks püütud jäädvustada kahte erinevat ajahetke ühe mehe teekonnas. Lisaks sellele on loodud mulje, nagu oleks esiplaanil oleva figuuri käed erksinise värviga koos. Kui lugeda ka teksti, võib järeldada, et see võte peab andma märku kujutatud noormehe kunstnikustaatuses. Reipalt sammuv poos kannab aga endas julge edasipürgimise meelestatust. Seega on tegemist teostusega, mis esindab seda Vahtre poolt mainitud tüüplahendust, kus tekivad seosed alles tekstiga koos plakatit vaadeldes.

⁷⁰ S. Vahtre, Uutest suundadest eesti plakatis. – Uued põlvkonnad. 1. vihik: artiklite kogumik. Toim I. Solomõkova. Tallinn: ENSV Teaduste Akadeemia Ajaloo Instituut, 1988, lk 91.

Kirjeldatud pildikeelde süvenemine ja selle tõlgendamine nõuab vaatajalt aega ja keskendumist ning pole sugugi kindel, et kõik selles samu viiteid näevad. Niisiis saab rääkida postmodernismile omasest disainist, mida iseloomustab keerukas kompositsioon ja teatav mitmetähenduslikkus, võimaldades vaatajal tähendusloomes osaleda. Seeläbi loodud põnev kooslus ja teatav väljakutse pakuvad loomingulist ja elamuslikku suhestumise võimalust, mille olulisust rõhutatakse ka uue museoloogia teooriate raames.

Vaadeldes Berlo skeemis esile toodud sõnumi elemente ja nende omavahelisi suhteid, võib tõdeda, et plakati pildiline pool on selgelt domineeriv ja tõmbab esimesena tähelepanu. Seda ülekaalu võimendab teksti üsna tagasihoidlik esitus. Näituse pealkiri asub küll plakati ülaosas, kuid see oleks sinna justkui käsitsi raskesti loetava käekirjaga peale kirjutatud. Selline võte toetab veelgi sõnumi ebaselgust ning varasemate konventsioonide, nagu suure ja selge kirja kasutamise, eiramist. Plakati alaserva on see-eest selgema ja suurema kirjatüübiga lisatud peamine osa informatsioonist, mis sisaldab näituse ülesehitust, asukohti (kujutav kunst Tartu Riiklikus Kunstimuuseumis ja tarbekunst Tartu Kunstnike Majas) ning vastavaid aadresse. Sama info on esitatud ka vene keeles. Tunduvalt väiksemas kirjas on lisatud veel kellaajad, mil näituseid külastada saab, ning plakati autorite nimed, tiraaž 300, trükikoda Kommunist ning aasta 1979. Disainerite nimede lisamine plakatile oli enne seda olnud väga harv juhus, kuid alates 1979. aastast algas Tartu Kunstimuuseumis autoriplakatite kasutamise laine, millega kaasnes ka kunstnike nimede pidev äramärkimine oma töödel. Selline järsk muutus näitab, et uue plakatikunstnike põlvkonna esindajate eneseteadvus ja kunstnikupositsioon olid tunduvalt rohkem esil, kui varasematel kujundajatel. Seda autoripositsiooni rõhutati veelgi isikliku kujunduskäekirja väljaarendamise ja rakendamise, mida on ka siinses plakatis näha (nt värvipritsmete kasutamine).

Samas ei ole plakatil mainitud kunstnikke, kelle töid reklaamitava näitusel näha saab ning puuduvad ka avamise ja sulgemise kuupäevad. Kuupäevade puudumine on omapära, mis kajastub kõigi käsitletavate plakatite puhul. On läbiv, et leidub küll näituse pealkiri ja asukoht ning nädalapäevad ja kellaajad, mil muuseum avatud on, kuid kuupäevad puuduvad täielikult. Selle tähelepanekuni jõudis siinkirjutaja Berlo skeemi rakendamisega, mis aitas plakateid erinevatest vaatepunktidest analüüsida ja seeläbi ka igale detailile (ja ka nende puudumisele) rohkem tähelepanu pöörata. Vahtre selgitab kuupäevade puudumist asjaoluga, et sellel ajal oli plakatite ülespanek kindlalt korraldatud – need pandi üles täpselt siis, kui näitus avati ning võeti

taas maha või kleebiti üle, kui näitus läbi sai.⁷¹ Praegusest vaatepunktist tundub see siiski ebapraktiline, kuna nii pole võimalik ette mõelda, kui kaua veel näitusele minna saab ega ka teada, millal toimub avamine. Võib niisiis järeldada, et seda funktsiooni täitsid plakati asemel kutsed ja ajaleheteated ning plakati roll oli pigem täiendavat tähelepanu tõmmata ja näituse külastamise ahvatlust suurendada. Seega pidid autoriplakatid kandma endas elamuslikkuse aspekti.

Antud plakati puhul on võimalik rääkida ka hilisemast retseptsioonist (mida soovitab Meredith Davise sõnumi tsükkel), kuna see on üks Tartu Kunstimuuseumi plakatiarhiivi tuntumaid näiteid, mis sai üsna palju tähelepanu. Plakat on ära märgitud mitmes ülevaatlikus tekstis, kaasa arvatud 1987. aastal ilmunud raamatus „Eesti nüüdisplakat“, kus on ära trükitud ka selle leheküljesuurune reproduktsioon⁷² ning Vahtre artiklis „Uutest suundadest eesti plakatis“ (1988).⁷³ Viimane on tõlgendanud plakati järgmiselt:

... plakatis Vabariiklik noorte kunstnike tööde näitus (1979) aga on kahekordse ekspositsiooni abil saavutatud visioon müürist läbi murdvast inimesest. Lugeses teksti võime arvata, et tegemist on kujundiga, mis sümboliseerib endale teed rajavat noort kunsti (kunstnikku).⁷⁴

Plakati väärtustamisele viitab lisaks nendele äramärkimistele ka asjaolu, et seda eksponeeriti 1981. aastal Tartu Kunstnike Majas toimunud näitusel „Ruumiplakat“⁷⁵ ning see on esindatud nii Eesti Kunstimuuseumi graafilise disaini kogus⁷⁶ kui Rahvusraamatukogu plakatikogus.⁷⁷ Sagedast äramärkimist on leidnud ka teised Järmuti ja Kärmase poolt Tartu Kunstimuuseumile tehtud plakatid, eriti Jüri Kase, Ando Keskküla, Andres Toltsi ja Rein Tammiku grupinäituse plakat.⁷⁸

⁷¹ Intervjuu plakatikunstnik Silver Vahtrega 24.03.2014. Üleskirjutus autori valduses.

⁷² J. Hain; V. Järmut, Eesti nüüdisplakat. Tallinn: Eesti Raamat, 1987, lk 33.

⁷³ S. Vahtre, Uutest suundadest eesti plakatis, lk 92.

⁷⁴ Samas.

⁷⁵ Ruumiplakat. Koost V. Järmut. Tallinn: Eesti NSV Kunstnike Liit, 1981.

⁷⁶ Intervjuu Madli Mihkelsoniga.

⁷⁷ Eesti Rahvusraamatukogu plakatikogu.

⁷⁸ S. Vahtre, Uutest suundadest eesti plakatis, lk 92; J. Hain, Plakatikunsti „kuldsed kaheksakümnendad“, lk 107.

Jaan Klõšeiko

Jaan Klõšeiko on Tartu Kunstimuuseumile ajavahemikus 1979–1981 disaininud vähemalt viis plakatit. Kõigi nende tööde ühisjooneks on see, et kasutatud on ofsettrükki ja vähe värve. Peamiselt on mängitud tumeda ja heleda kontrastiga, mille tõenäoliseks seletuseks on asjaolu, et selline lahendus oli odavam, kui mitmevärvilise plakati tegemine. Tema tööd on saatnud järgmisi näituseid: „Tartu tarbekunsti näitus“ (1979, vaata LISA 4), „Mare Mikof. Skulptuurid“ (1979), „Balti-saksa kunst“ (1980), „Amandus Adamson. Juubelinäitus“ (1980) ja „Vabariiklik nahkehistöö näitus“ (1981). Klõšeiko esiletoomise peamiseks põhjuseks on see, et tema tööd on iseloomulikud arhiivi varastele autoriplakatitele ning nad moodustavad üsna tervikliku visuaalse komplekti. Ainus, mis teistest rohkem eristub, on baltisaksa kunstinäituse plakat, mis oma tumeda tausta ning suure ja värvilise reproduktsiooniga sarnaneb väga Enn Kärmase poolt loodud töödele.

Tartu tarbekunsti näitus (1979)

See tarbekunstinäitusele loodud plakat on märkimisväärne, kuna ühendab endas traditsioonilisema reproduktsiooni kasutamise võtte ja uuenduslikuma fotolavastusliku disainilahenduse. Tegemist on erkkollase taustaga plakatiga, millele on kontrastselt musta värviga paigutatud tekst ja neli kunstiteose fotot. Põnev on see, et tegemist ei ole tavapärase reproduktsioonidega, vaid pildistatud on näitusel eksponeeritavate tarbekunstiesemete üksikuid detaile. Omavahel on kombineeritud kaks selgema kujutisega fotot ja kaks pea abstraktset ülesvõtet. Ometi ei selgu üheltki fotolt esemete funktsioon. Seetõttu tekib seos juba korduvalt mainitud postmodernistliku mitmetähenduslikkusega, mis jätab kujutlusvõimele vabaduse ning loob ka huvi teada saada, millega on tegu. Plakat edastab niisiis sõnumit, et näitusel eksponeeritakse põnevaid esemeid, mida saadab teatav salapära. Selle põnevuse rahuldamiseks ei jää muud üle, kui näitust külastada. Taaskord nõuab sellise mõttekäiguni jõudmine plakati pildikeelde süvenemist, kuid erkkollase tausta kasutamisega on loodud ka tingimused vaataja esmaseks tähelepanu tõmbamiseks.

Vastavalt Berlo skeemile plakati struktuuri analüüsides jääb silma, et teksti ja piltide ühtseks tervikuks sidumise nimel on mõlemate ümber kasutatud peenikest musta raami. Piltide kõrval on kõige domineerivam osa näituse pealkiri, mille puhul on kasutatud tugevalt stiliseeritud tüpograafiat. Näituse venekeelne pealkiri ja ülejäänud info (Tartu Riiklik Kunstimuuseum, Vallikraavi 14, kell 11–18, esmaspäeval suletud. Kunstnik J. Klõšeiko Ofset Tir 300, 1979) on tunduvalt tagasihoidlikumalt esitatud. Selle plakati puhul näib niisiis taaskord, et peamine eesmärk on kujunduslikult leidliku võtte abil ahvatleda publikut näitust külastama ning

demonstreerida autori võimekust oskusliku kujundajana, mitte aga lakooniliselt infot edastada, nagu tegid seda tavapärased müürilehed. Sellisel viisil reproduktsiooni kasutamine õigustab seda võtet tunduvalt paremini, kui ühe teose otsene esitamine, mida aga enamjaolt näituseplakatil näha võib. Siiski pole siinkirjutaja andmetel saanud antud plakatile osaks erilist tähelepanu ega retseptiooni, millest võib järeldada, et selle lihtne kahevärviline teostus ei suutnud konkureerida samal ajal loodud kirevamate ja jõulisemate töödega.

Silver Vahtre

Silver Vahtre autorsusega on Tartu Kunstimuseumi plakatiarhiivis vaid kaks tööd, Aleksander Vardi 80. a. juubelinäitus ja Alfred Kongo 75. a. juubelinäitus (vaata LISA 5), mõlemad aastast 1981, kuid tema poolt Kongo näituse jaoks tehtud plakat toob kunstniku portreefoto rakendamise näol sisse olulise uuenduse, mida varem pole Tartu Kunstimuseumi plakatite puhul pea üldse kasutatud. Sellest tulenevalt on see valitud ka põhjalikuma analüüsi objektiks.

Alfred Kongo 75. a. juubelinäitus (1981)

Tegemist on töödeldud fotot ja teksti kombineeriva lahendusega, kus pildiline osa katab kogu plakati ning on tekstidele seeläbi taustaks. Tekstid on plakatil traditsiooniliselt nii eesti kui vene keeles, kuid huvitava faktina väidab Vahtre, et venekeelne tekst on paigutatud plakati serva selle arvestusega, et see oleks võimalik hiljem ära lõigata.⁷⁹ Selline läbimõeldus näitab, kui tugevat vastumeelsust kehtinud korrale sellel ajal tunti ning millistel viisidel seda ka plakatitesse kanti.

Antud fotolavastusliku autoriplakati tellis Tartu Kunstimuseumi toonane direktor Mari Nõmmela, kes põhjendab autori valikut sellega, et Vahtre oli toona väga eksperimenteeriv plakatist ning ta on ühtlasi ka Tartust pärit.⁸⁰ Sellest võib järeldada, et tellija soovis teadlikult kaasaegsemat kujundust, kuid lähtus samas printsibiivist toetada eelisjärjekorras kohalikke loomeinimesi.

Plakati teostuses on taaskord kasutatud ofsettrükki, mille abil on erinevat värvi rasterpunktid rõhutatult esile toodud. Kõige uudsemaks võtteks on aga see, et pildilise elemendina on tavapärase repro asemel valitud kunstniku foto, mis näib iseenesest üsna loogilise valikuna, kuid on vähemalt käsitletavas plakatiarhiivis üks vähestest taolistest näidetest (hiljem on seda kasutanud nt Järmut ja Kärmas Jüri Palmi näituse plakatil aastal 1987). Selle võtte esilekerkimist on samaaegselt näha ka mujal maailmas, näiteks eelpool mainitud Stedelijki muuseumi plakatite

⁷⁹ Intervjuu Silver Vahtrega.

⁸⁰ Intervjuu Mari Nõmmelaga.

puhul. Vahtre ise meenutab, et käis Kongot tema ateljees spetsiaalselt selle plakati jaoks pildistamas, kuna soovis muuta eriti Tartus veel levinud hoiakut, mille kohaselt olid näituseplakatid tekstiga reprod. Autori enda eksponeerimine oli sellel ajal ka tema sõnul täiesti uudne.⁸¹ Kahjuks läks aga nii, et Kongole tulemus ei meeldinud ning see ei läinudki kasutusse (asemele tehti tavaline müürileht). Nõmmela arvab, et Kongole ei meeldinud plakati liialt steriilne ja stiliseeriv laad ning vähene maalilisus. Kunstnik leidis ka, et tema näoilme ei ole plakatil piisavalt lugupeetav ja mõtisklev, vaid mõjub pigem muigavalt.⁸² Niisiis oli selline visuaalne lahendus kunstniku jaoks võõristav ja ebakindlust tekitav ning plakati esmane retseptioon oli seega negatiivne. Samas oli plakati tiraaž 500 ehk üsna suur, mis näitab, et seda plaaniti lisaks linnaruumis näitamisele ka muuseumis müüa, kuid kunstniku kindla vastuseisu tõttu ei kasutatud seda kummalgi moel.⁸³

Kui minna tagasi eespool mainitud postmodernistlike omaduste ja publikut tähendusloomesse kaasava disaini juurde, siis võib öelda, et erilist mitmetähenduslikkust ei saa antud plakatist välja lugeda – selgesti loetav (kuid siiski stiliseeritud) tekst on paigutatud vasakult paremale ning kunstniku foto kasutamine koos kirjeldatud tekstiga suunab vähemalt siinkirjutaja mõtte väärrikasse ikka jõudnud tuntud isiku juubeli tähistamisele. Uue museoloogiaga seostub aga juba kirjeldatud uudse võtte kasutamine teadliku sooviga vanu konventsioone murda.

Vahtre ise on leidnud, et plakatisti „hindamiskriteeriumiks võiks olla see, mil määral ja mis kujul on nende plakatist saanud iseseisva kunstilise eneseväljenduse vahend, ning mis vahekorras on see plakati kui pildilis-tekstilise infokandja rolliga.”⁸⁴ Antud töö puhul võib öelda, et on suudetud luua iseseisev kunstiline lahendus ning samas on täidetud ka arusaadav info edastamise ülesanne, mis tähendab, et Vahtre sõnastatud põhimõtteid on selles töös rakendatud.

Emil Lausmäe

Emil Lausmäe loodud plakateid on Tartu Kunstimuseumi arhiivis samuti kaks. Üks neist on Ado Vabbe maalide näituse (1982, vaata LISA 6) ning teine Albert Kesneri maalide näituse plakat (1983). Lausmäe käsitlemine siinses uurimuses tuleneb asjaolust, et tema plakatitel on

⁸¹ Intervjuu Silver Vahtrega.

⁸² Intervjuu Mari Nõmmelaga.

⁸³ Samas.

⁸⁴ S. Vahtre, Uutest suundadest eesti plakatis, lk 91.

kasutatud reproduktsioone, mis oli 1980. aastate fotolavastuste kõrval siiski Tartu Kunstimuuseumi paljudele plakatitele omane, viidates teatavale konservatiivsusele ja kogukesksusele. Lausmäe teostused on aga väga huvitavalt tekstiga üheks tervikuks kujundatud, omandades seeläbi ajastule omase keskmisest põnevama visuaalse keele. Sarnaste omadustega plakateid kujundasid muuseumile veel Heino Kersna ja Rein Maantoa.

Ado Vabbe maalid (1982)

Ado Vabbe maalide näitusele loodud 1982. aasta plakat on kõnekas mitmel põhjusel. Keskseks kujunduselemendiks on valitud Vabbe tuntud töö „Arlekiin“ (1924), mis on tõenäoliselt üks Tartu Kunstimuuseumi kollektsiooni enim kasutatust leidnud teos. „Arlekiini“ reproduktsiooni leiab juba 1960. aastate kataloogi kaanelt ning plakatitel on seda kasutatud korduvalt. Samuti pärineb sellelt töölt muuseumi praegune logo, mistõttu on trükitud ka vastav postkaart ja rinnamärgid. Selle teose ja Vabbe loomingu olulisust tervikuna on põhjendatud sellega, et tegemist on Eesti esimese avangardkunstnikuga.⁸⁵ Temale viitamisega tahetakse seega tähtsustada kohaliku kunsti uuendusmeelsuse juuri. Seepärast on teos valitud üheks peamiseks Tartu Kunstimuuseumi identiteedi kandjaks. Selline lähenemine on väga tugevalt kogukeskne ja võib isegi öelda, et mitte kogu kui terviku, vaid kogus olevate tähtteoste keskne. Samas ei pruugi motiiv olla kõnekas inimestele väljaspool muuseumi, kes ei tea selle tähtsust kohaliku kunstiajaloo sündmuste kontekstis. Seega ei saa olla kindel, et üks muuseumitöötajate jaoks oluline teos suudab piisaval määral esindada kogu muuseumi identiteeti, mis peab olema kommunikatiivne ja atraktiivne ka publiku jaoks.

Lisaks fookuses olevale reproduktsioonile, on plakati mustale taustale paigutatud valged tekstid. Teistest eristuv on seejuures lahendus, mille käigus on osa tekstidest paigutatud vertikaalselt (nt näituse pealkiri) või diagonaalis (muuseumi aadress ja kellaajad) ning osa jäetud tavapärasesse horisontaali (nt kunstniku nimi, kujundaja nimi, trükikoda Kommunist, tiraaž 350 ja aasta 1982). Sellega saavutatakse reproduktsiooni ümbritseva pinna dünaamiline katmine ning kaob ära üks selge viis, mis järjekorras peaks teksti lugema.

Osaliselt on plakatil taas kasutatud vaba käekirja meenutavat kirjaviisi. Suuremate tekstide puhul, nagu näituse pealkiri ja kunstniku nimi, on näha Lausmäe põhjalikku ja läbimõeldud kujundustööd, mis võtab eeskujuna „Arlekiini“ nurgelisest kubistlikust teostusest. Sarnaselt Klõšeiko kujundatud plakatile on ka siin kasutatud erinevate tekstide ja pildi ühtseks tervikuks

⁸⁵ Intervjuu Tiiu Talvistuga.

sidumisel mitmekordset raamistust. Jääb mulje, et sellisel viisil püüab kujundaja vähendada erinevate kirjatüüpide kõrvutamisel tekkivat eklektilisust, mida poleks aga otseselt vaja teha, kuna selle perioodi disaini üks keskseid omadusi ongi tema teatav programmiline eklektika. Antud plakat jääb niisiis mõneti kahe suuna vahele – see pole ei otsekohevalt traditsiooniline ega seostu täielikult postmodernismiga. Siiski on plakatis tunda soovi tavapärasest kujundusest eemalduda. Seda on näha eelkõige tekstide ebatavalise paigutuse ja varieeruva tüpograafia osas, mis pakuvad vaatajale esmast väljakutset ja mõjuvad samas väga efektselt. Järelikult võib ka selle teostuse puhul näha teatava kujundusliku elamuslikkuse olemasolu. Traditsioonist eemaldumist võib märgata ka seetõttu, et kuigi oli tegemist kunstniku 90. sünniaastapäeva puhul korraldatud näitusega, ei ole plakatil juubelile viidatud s.t. seda pole piisavalt oluliseks peetud. Retseptiooni antud plakatile pole siinkirjutajal õnnestunud leida, kuid see kuulub ka Rahvusraamatukogu plakatikollektsiooni.⁸⁶

Margus Haavamägi

Margus Haavamägi on Tartu Kunstimuuseumile teinud vähemalt neli plakatit, millest kolm on esindatud ka plakatiarhiivis ning üks eraldi näitusekaustas. Need neli on 1984. ja 1985. aasta vabariiklike noorte kunstnike tööde näituste ning Ülo Õuna skulptuuride (1986) ja Endel Kõksi maalide (1987, vaata LISA 7) näituste plakatid. Haavamägi on üks neist fotolavastust kasutanud plakatistidest, kelle loomingus leiab kõiki eelpool kirjeldatud tüüpvõtteid ning seejuures on tegemist jahmatavalt efektsete ja värvidest rõkkavate plakatitega, millest on raske mööda vaadata. Haavamäe poolt Tartu Kunstimuuseumile loodud kujunduste väärtustamist näitab asjaolu, et kaks neist (1984. aasta vabariiklik noorte kunstnike tööde näituse ning Ülo Õuna skulptuuride plakatid) kuuluvad ka Eesti Kunstimuuseumi graafilise disaini kogusse.⁸⁷ Talle omast kirevust kehastab kõige paremini Endel Kõksi näitusele tehtud plakat.

Endel Kõksi maalid (1987)

Antud töö on märkimisväärne, kuna ühest küljest on tegemist väga lihtsa lahendusega – kogu plakati pinda katab foto värvikarbi sisust, kuid teisalt on saavutatud ääretult lopsakas ja pillkupüüdev tulemus. Sisuliselt on rakendatud juba mainitud tüüpvõtet, kus näituseplakati disainis kasutatakse mõnd kunstile viitavat objekti. Konkreetse plakati totaalse lahenduse puhul on aga näha ka sisulist seost reklaamitava näitusega. Viidet Kõksi värvikirevatele

⁸⁶ Eesti Rahvusraamatukogu plakatikogu.

⁸⁷ Intervjuu Madli Mihkelsoniga.

abstraktsioonidele võib välja lugeda üsna julgelt. Samas ei ole selle seose tekkimine otseselt vajalik, kuna isegi siis, kui plakati näeb inimene, kes ei tunne Endel Kõksi loomingut, tekitab see suure tõenäosusega tahtmise kas näitusele minna või siis hoopis ise maalima hakata.

Kogu selle kirevuse taustal jäävad plakati tekstid täielikult tahaplaanile. Siiski on suudetud kunstniku nimi nähtavalt eristada, asetades iga täht eraldi mustale taustale. Tähtede paigutusel on ära kasutatud värvikarbi poolt loodud ruudustikku. Ülejäänud tekst, kaasa arvatud muuseumi nimi, aadress ja lahtioleku kellaajad, on terviku seisukohalt siiski väga tagasihoidlikud. Järelikult võib taas jõuda tõdemuseni, et autoriplakati esmane ülesanne oli ahvatleda, mitte informeerida.

Võib ka öelda, et selline plakat arvestab oma kontekstiga (mis on üks uue museoloogia olulistest kommunikatsiooniprintsiipidest). Taoline värvikirevus ei olnud nõukogudeaja Eestis igapäevane ning seetõttu hakati säravamaid plakateid ka ruumikujunduses kasutama. Näib, et antud lahenduses, kus tekstid on tagasihoidlikud ja plakat mõjub kui abstraktne maal, on selle kasutusviisiga arvestatud. Plakati tiraaž oli 500, mis viitab samuti asjaolule, et seda plaaniti kasutada ka muul moel, kui tänavatel reklaamiks. Huvitava uuendusena on plakati alaservas kirjas, et see on tasuta. Järelikult võisid külastajad seda ilma rahata muuseumist võtta. Kas tegemist oli turundustriikiga või jagati neid tasuta mõnel muul põhjusel, ei ole siinkohal teada. Plakati ei ole ära mainitud ka ülevaate tekstides, mistõttu ei saa selle retseptiooni osas kindlaid järeldusi teha. See-eest on mõnel pool pööratud tähelepanu Haavamäe loomingule tervikuna.⁸⁸

Mari Murdvee

Mari Murdvee kujundas Tartu Kunstimuuseumile viis isikunäituse plakati ajavahemikus 1986–1989. Tema loodud on kujundused näitustele „Linda Kits-Mägi maalid“ (1986), „Aleksander Suumani maalid“ (1987), „Elmar Kits 75“ (1988, vaata LISA 8), „Johannes Uiga“ (1988) ja „Karin Luts 85, maal ja graafika“ (1989). Murdvee kujundusega Johannes Uiga plakat on esindatud ka Eesti Kunstimuuseumi graafilise disaini kogus.⁸⁹

Tegemist on selle perioodi kontekstis üsna omanäolise disaineriga, kuna tema plakatid on väga ühtse ja lihtsa visuaaliga ning esindavad traditsioonilisemat näituseplakati suunda, eristudes tugevalt fotolavastuslikest teostustest. Läbivalt koosnevad need domineerivast reproduktsioonist ja valgele taustale asetatud tekstist. Tema plakatites on hästi näha eelpoolt kirjeldatud

⁸⁸ J. Hain, Plakatikunsti „kuldsed kaheksakümnead“, lk 106.

⁸⁹ Intervjuu Madli Mihkelsoniga.

lähenemist, kus muuseumi identiteeti püütakse kujundada kollektiooni olulisemate tööde reproduktsioonide abil. Samas mäletab Nõmmela, et taolise kujunduse idee pärines täielikult Murdveelt, mitte ei põhinenud muuseumi soovidel.⁹⁰

Lisaks märgiliste kunstiteoste rõhutamisele on neil plakatitel esile toodud ka kunstniku isik. Seda ei tehta aga mitte portreefotoga, nagu Vahtre poolt Kongo näitusele loodud plakatil, vaid kunstniku nime või ka autogrammi rõhutatud esiletõstmisega. Taoline autogrammi kasutus viitab 1950. ja 1960. alguses muuseumi poolt välja antud autorilehtede kujundusele, kus sama võtet rakendati. On tõenäoline, et Murdvee on sealt eeskuju võtnud, püüdes taaslustada Tartu Kunstimuuseumi algusaegadel kasutuses olnud disainilahendust. Murdvee plakatite puhul ongi kõige silmapaistvam, et ta püüab luua väga ühtset visuaalset süsteemi või identiteeti, mida muuseumi plakatite puhul rakendada saaks. Seega ei ole iga plakat eraldi kunstiteos, vaid pigem raam, mille saab vajamineva informatsiooniga täita, säilitades terviku ühtsus ja äratuntavus. Niisiis on tegemist üsna olulise ja eripärase katsega, mis küll püsivat rakendust ei leidnud. Loodud süsteemi nõrkusteks võib pidada nii liigset lakoonilisust, mis ei võimalda luua uudseid disainiteoseid, kui ka asjaolu, et see toimib kõige paremini isikunäituste puhul. Teemanäitused ja ülevaatenäitused sellisesse struktuuri hästi ei sobituks.

„Elmar Kits 75“ (1988)

1988. aasta Elmar Kitse juubelinäituse jaoks loodud plakat vastab kõigile nimetatud tunnustele. Kahte kolmandikku plakati pinnast katab servast servani reproduktsioon. Lehe alumine osa on jäetud valgeks ning sinna on paigutatud kogu vajalik tekst. Kõige silmapaistvam tekstiosa on kunstniku autogramm, mis ei oma informeerivat funktsiooni, vaid on osa kujundusest. See rõhub kunstniku kui geeniuse kuvandile, kelle autogrammil on samuti kunstiväärtus. Selline ülistav lähenemine ja ka selge ning puhas kujundusviis on pigem kooskõlas modernistliku maailmapildiga ning vastandub postmodernistlikele tunnusjoontele, mis väljendusid samal ajal loodud fotolavastustes. Samuti ei võimalda taoline plakat mitmeti tõlgendamist.

Huvitavat sõnumit kannab aga plakati tiraaž (500) ja asjaolu, et sellele on trükitud ka hind (60 kop.). Need omadused näitavad, et 1988. aastaks oli plakatite populaarsus jõudnud kõrghetke, kuna suur tiraaž tähendab tõenäoliselt seda, et suurem osa plaaniti muuseumi kassas maha müüa. Sama võib järeldada ka hinna plakatile trükkimise põhjal. Jüri Hain on 1987. aastal kirjutanud, et

⁹⁰ Intervjuu Mari Nõmmelaga.

on näha plakatitiraazide suurenemist. Ta lisab, et „üha rohkem huvilisi külastab ka näituste avamisi, et osta sealt näituse plakat, sest avamisjärgseks päevaks neid reeglina enam ei jätku.“⁹¹ Järelikult läksid üldise populaarsuse laines müüki ka tavapärasema kujundusega tööd, nagu antud Elmar Kitse näituse plakat.

3.3 Perioodi plakatid kommunikatsioonivahendina

Siinse uurimuse kaks peamist probleemipüstitust on kuidas väljendusid ajavahemikus 1979–1992 toimunud plakatikunsti arengud Tartu Kunstimuuseumi näituste infoedastuse viisides ning kas ja kuidas haakuvad need väljendusviisid uue museoloogia kommunikatsiooniprintsiipidega. Järgnevalt kirjeldataksegi muuseumi näituseplakatites väljenduvaid erinevaid kommunikatiivseid suundi ning tuuakse seejuures esile autoriplakatite omapärane iseloom. Samuti kaardistatakse koondlikult taoliste näituseplakatite seosed uue museoloogiaga.

Jüri Hain jaotab antud perioodil Tartu Kunstimuuseumis toimunud näitused mõtteliselt kaheks: muuseumi enda koostatud näitused ja väljapanekud, mille initsiatiiv tuli institutsioonist väljastpoolt.⁹² See eristus on oluline just kommunikatsiooni aspektist, kuna sageli kehtib reegel, et muuseumikeskseid näituseid saatsid müürilehed või traditsioonilisema lahendusega autoriplakatid ning suuremaid näituseid (eriti vabariiklike kunstinäitusi) saatsid uuenduslikumad autoriplakatid. Taoline jaotus viitab sellele, et vabariiklikel näitustel oli suurem eelarve ja seega ka rohkem võimalusi plakatisse panustada.⁹³ Lisaks olid Tallinna trükikodades sellel ajal paremad tehnilised võimalused kui Tartus.⁹⁴ Seepärast trükiti autoriplakatid peamiselt Tallinna trükikojas Kommunist ning müürilehed H. Heidemanni nimelises trükikojas Tartus. Iseloomulik on, et nende autoriplakatite puhul, mis telliti muuseumi kogul põhinevate näituste jaoks, kasutati tihti reproduksiooni, vabariiklike näituste ja suurte isikunäituste plakatid on aga enamjaolt fotolavastused. Nõmmela sõnul lähtus plakati teostus ja autori valik sellest, millise näitusega oli tegemist. Tähtsamate näituste puhul võeti ette autoriplakati tellimine, mis tähendas ühtlasi nende trükkimist Tallinnas. Kogupõhiste näituste puhul eelistati aga reproduksiooniga

⁹¹ J. Hain, Plakat tänaval ja ruumis. – Kunst ja Kodu nr 56, 1987, lk 14.

⁹² Telefonivestlus plakatikriitiku Jüri Hainiga 06.04.2014. Üleskirjutus autori valduses.

⁹³ Intervjuu Tiiu Talvistuga.

⁹⁴ Telefonivestlus Jüri Hainiga.

plakati kasutamist. Kõige väiksema eelarvega näituseid saatsid müürilehed, mida sai trükkida Tartus.⁹⁵

Selle põhjal tulevad esile Tartu Kunstimuuseumi toonase kommunikatsioonitegevuse erinevad tahud. Võib järeldada, et ühest küljest toetati uuendusmeelseid ja eksperimenteerivaid lahendusi, kuid samas püüti plakatite vahendusel ka oma kogu kajastada. Reproduktsoonide kasutamise jätkamine samaaegselt fotolavastustega annab põhjust arvata, et kollektsioonis olevaid teoseid nähti kui keskseid muuseumi identiteedi kandjaid. Sellise vaatepunkti esindatust selgitab veelgi asjaolu, et näituseid tegid sageli ka koguhoidjad, kellel on kollektsioonis olevate töödega kõige tihedam kontakt. Siiski on näha selleaegset püüdlust tellida võimalikult eriilmelisi plakateid, mida kinnitab ka Nõmmela.⁹⁶ Niisiis ei valitud muuseumi poolt ühte selget kommunikatsioonisuunda, vaid läheneti igale näitusele eraldi ning telliti sellest lähtuvalt ka plakat. Selline töömeetod on siiani väga levinud, kuid praegu vaadatakse enam seda, et kogu näituse materjalide kujundus oleks ühtne (plakat, kataloog, seinatekstitid jne). Sellel ajal seda mõtet üldjuhul ei järgitud ning kataloogi ja plakati kujundajad olid sageli erinevad inimesed. See asjaolu näitab ühest küljest plakati iseseisvust, kuid samas ka seda, et näituse visuaalne kommunikatsioon ei olnud ühtse tervikuna läbi mõeldud, rääkimata kogu muuseumi visuaalsest identiteedist. Ka Nõmmela kinnitab, et eraldi kommunikatsiooniplaani sellel ajal ei loodud.⁹⁷ Olukorras, kus muuseum oli niigi populaarne, ei tuntud nähtavasti konkreetsemast visuaalsest identiteedist puudust. Uued otsingud algasid alles 1990. aastatel, mil polnud võimalik enam varasema populaarsusega arvestada.

Uurides selle perioodi autoriplakateid kui kommunikatsioonivahendeid, kerkib esile postmodernismile omaste tunnustega seondatav probleem – selge sõnumi edastamine jääb tagaplaanile. See aspekt on jäänud silma nii rahvusvahelisi tendentse vaadelnud teoreetikutele kui ka kohaliku plakatikunstiga tegelenud kriitikutele. Nii tõdeb Jüri Hain ülevaatlikus raamatus „Eesti nüüdisplakat“ järgmist:

Just fotolavastuslike näituseplakatite alal on tekkinud ridamisi visuaalselt huvitavaid lahendusi, mis püüavad küll pilku, kuid milles vaatajale ei anta võtit piltkujutise

⁹⁵ Intervjuu Mari Nõmmelaga.

⁹⁶ Samas.

⁹⁷ Samas.

asjakohaseks interpreteerimiseks ning seetõttu muutub (või kaob) side plakatil kujutatu ning selle tekkimise ajendiks olnud kultuurisündmuse vahel. ... Kohatine möödavaatamine neist plakatigrammatika põhitõdedest on vaesestanud noorema plakatistide põlvkonna plakatikeelt, muutnud seda vähem kommunikatiivseks.⁹⁸

Samas näib, et nende mainitud puuduste kõrval oli toonastel plakatil Eesti kontekstis seda kompenseeriv eelis – oma põneva visuaalse lahenduse ja värvikirevusega muutus autoriplakat väga pilkupüüdvaks ja populaarseks objektiks, millega ei kohtunud ainult põgusalt linnapildis, vaid mis oli niivõrd atraktiivne, et seda kasutati ka siseruumide kaunistamiseks. Taolise kasutusviisi tekkimist ja sellega kaasneva uusi võimalusi märgati ka protsessi kaasajal, mil mitmetes tekstides mainiti, et plakat on tunginud ka siseruumidesse ja jõudnud seeläbi vaatajale lähemale.⁹⁹ Samuti tajuti seda Tartu Kunstimuseumis, kus hakati oma näituste plakateid müüma.¹⁰⁰ See aga tähendas omakorda, et inimestel oli rohkem aega plakatite keerukasse visuaalsesse retoorikasse süveneda ja avastada sealt aina uusi tähendusvälju.

Kui mõelda eelpool esitatud väitele, et vaatajast saab postmodernistlikke põhimõtteid kandva disaini puhul tähenduse kaasautor, siis on seos kaasava muuseumi kontseptsiooniga ilmne (viimane võimaldab samuti inimestel ise tähendusloomest osa saada). Sellisel moel autoriplakateid tõlgendades võib öelda, et neis on sarnaseid jooni mujal maailmas aset leidnud muudatuste ning uue museoloogia põhimõtetega. Lisaks kaasavusele tuleb taoliste autoriplakatite puhul esile ka elamuslikkus, mida samuti uue museoloogia kommunikatsiooniteoreetikud rõhutavad. Nagu mitme konkreetse plakati analüüsi raames võis järeldada, pakuvad mitmetähenduslikud ja keerukate kompositsioonidega plakatid publikule kas väljakutset või tekitavad muul moel ahvatlust ja põnevust. Niisiis loovad need näituse eel vaatajates ootusärevust ja täidavad seega hästi oma ülesannet ürituse reklaamijatena.

Nende omaduste tõttu muutus taoline disainiobjekt ka väga sobivaks näituseeksponaadiks (plakat kui eraldi süvenemist ja imetlemist nõudev kunstiteos), mida agaralt ära kasutati. Plakatinäituste hoogustumine Eestis on sellele ajale äärmiselt iseloomulik ning lisaks saatsid plakatistid oma töid aktiivselt ka välisnäitustele.¹⁰¹ Tartu Kunstimuseumi plakateid eksponeeriti samuti

⁹⁸ J. Hain; V. Järmut, Eesti nüüdisplakat, lk 7–8.

⁹⁹ Ruumiplakat. Koost V. Järmut. Tallinn: Eesti NSV Kunstnike Liit, 1981.

¹⁰⁰ Intervjuu Tiiu Talvistuga.

¹⁰¹ J. Hain, Plakat tänaval ja ruumis. – Kunst ja Kodu nr 56, 1987, lk 13.

mitmetel väljapanekutel, nagu VI Balti plakat (1984),¹⁰² Kongressist kongressini: vabariiklik plakinäitus (1986)¹⁰³ ning Eesti fotolavastuslik plakat (1985) Riias.¹⁰⁴ Kuna näitustele valisid autorid enda parimaid töid, võib järeldada, et ka mitmed muuseumi plakatid kuulusid oma aja tippsaavutuste hulka. Taoline rollivahetus, kus plakati kui informatsioonikandja asemel rõhuti selle iseseisvale kunstiväärtusele, on põhjendatav tollase Eesti kontekstiga. Jüri Hain on seda nähtust selgitanud väga ilmekalt:

1980. aastad olid vastuoluline, kaootiline, mõistuspäratu aeg, mille rüpes valmis palju kummalisi vilju. Kahtlemata on üks niisugustest kummalistest nähtustest plakat, mida selle sihipärasel, eesmärgistatud funktsioonis polnud üldse tarvis: teatrit, kunstinäitusi või kino ei olnud vaja reklaamida, huvilisi jätkus niigi küllaga, kaubanduslik reklaam olukorras, kus pea kõigest nappus, oli täielik nonsenss.¹⁰⁵

Siinkohal tuleb välja juba eelpool mainitud oluline kohalik eripära – ajal, mil muid meelelahutusviise ja tarbimisvõimalusi esines vähe, olid kultuurisündmused ääretult populaarsed. Niisiis ei vajatudki otsest reklaami ning tänu sellele oli võimalik kultuuriplakatitega eksperimenteerida ning anda neile mitmekülgsemad rollid, pakkudes seeläbi noortele disaineritele individuaalse eneseväljenduse võimalust. Üks rollidest oli ka oma kohaloluga linnaruumis ja põneva pildikeelega kultuuri üldise (isepäise) staatuse väljendamine. Siiski on väga tõenäoline, et kõnealused plakatid toetasid tänu oma intriigerivale ja ahvatlevale pildikeelele juba niigi populaarset kultuurivaldkonda veelgi ning täitsid seeläbi ka ülesande informeerida inimesi konkreetsest näitusest.

Kõrvutades selle perioodi plakateid uue museoloogia kommunikatsiooniprintsiipidega, leidub nii ühiseid jooni kui ka olulisi erinevusi. Mõlemal juhul on esindatud märksõnadeks mitmetähenduslikkus ehk vaataja kaasamine tähendusloomesse, elamuslikkus, varasemate traditsioonide kriitiline analüüs ning juurdunud stereotüüpidest eemaldumine. Samas kehtib see peamiselt vaid fotolavastuslike autoriplakatite puhul. Arvestades ka traditsioonilisemate plakatite hulka ja omadusi, tulevad esile mitmed väga põhimõttelised erinevused uuest museoloogiast.

¹⁰² VI Balti plakat. Kataloog. Tallinn: Eesti NSV Kunstnike Liit, 1984.

¹⁰³ Kongressist kongressini: vabariiklik plakinäitus. Koost J. Hain. Tallinn: Eesti NSV Kultuuriministeerium, 1986.

¹⁰⁴ Eesti fotolavastuslik plakat. Koost J. Hain. Tallinn: Eesti NSV Kunstnike Liit, 1985.

¹⁰⁵ J. Hain, Plakatikunsti „kuldseid kaheksakümneid“, lk 119–120.

Peamiselt tulenevad need nõukogude ühiskonna erinevusest, võrreldes läänemaailmaga. Siinses muuseumitöös juurdunud meetodid ja arusaamad ei muutunud nii järsult ja ulatuslikult, kui 1980. aastate kohalik plakatikunst. Endiselt peeti kollektsiooni kõige kesksemaks ning puudusid kontekstispetsiifilised ja sihtgruppidega arvestavad strateegiad (nii muuseumi töös üldisemalt kui ka kommunikatsiooni valdkonnas). Nagu mainitud, on see ka mitmel põhjusel mõistetav. Esiteks suunas Nõukogude Liidus neid valdkondi kõrgem ideoloogiaaparaat, teiseks läks muuseumil üldiselt hästi ja seepärast ei tundud selliste uuenduste järele otsest vajadust ning kolmandaks ei olnud kommunikatsioonil sellel ajal veel niivõrd olulist rolli, kuna nii infokanaleid kui vaba aja veetmise võimalusi oli vähem. Ometi võib tõdeda, et hoolimata nimetatud plaanide puudumisest, suudeti mitmes aspektis oma konteksti õigesti tabada ja sellele vastu tulla. Seda näitab nii uuendusmeelsete plakatite kui ka mitmekülgsete haridusprogrammide toonane populaarsus.

Tänastes tunduvalt muutunud oludes võib siiski nõustuda uue museoloogia kuldreegliga, et muuseum vajab identiteeti ja arengukava ning neid toetavat kontekstispetsiifilist kommunikatsioonistrateegiat. Kontekstiga arvestamise üheks väljenduseks on ka see, et tajutakse kunstimuuseumi vastutust oma disainiobjektide kvaliteedi tagamisel. Järelikult peaks ka plakatite puhul arvestama sellega, et tegemist on kunstimuuseumi plakatitega. Selline lähenemine annab kätte selge eristumise võimaluse teistest institutsioonidest – kunstimuuseum saab rakendada oma teadmisi ja anda tööd kaasajal aktuaalsetele ja uuenduslikele disaineritele. Siinkohal tuleb tunnustada 1980. aastatel Tartu Kunstimuuseumile fotolavastuslikke autoriplakateid tellinud töötajaid, kes tajusid uudse suuna olulisust kohalikus disainis ning toetasid seda omalt poolt. Tänu sellele on praegu võimalik öelda, et Tartu Kunstimuuseumi plakatiarhiivis on suur hulk plakateid, mis väärivad säilitamist mitte ainult dokumentide, vaid graafilise disaini oluliste näidetena.

Kokkuvõte

Siinse bakalaureusetöö eesmärgiks oli analüüsida Tartu Kunstimuuseumi näituseplakateid muuseumi kommunikatsiooniviiside aspektist lähtuvalt, keskendudes ajavahemikule 1979–1992. Analüüsi käigus otsiti vastust sellele, kuidas väljendusid antud perioodi plakatikunsti arengud muuseumi näituste infoedastuse viisides. Samuti anti ülevaade uue museoloogia teoreetilistest tõekspidamistest ning sellega haakuvatest kommunikatsiooniteooriatest ja kõrvutati neid Tartu Kunstimuuseumi plakatitega. Seeläbi otsiti vastust küsimusele, kas antud ajavahemikus toimunud muutused Tartu Kunstimuuseumi kommunikatsioonis on pigem tingitud Eesti plakatikunsti arengust, või on selle taga ka uue museoloogia kommunikatsiooniprintsiipide omaksvõtt, muuseumi enese arenguloogika.

Esimeses peatükis kaardistati uue museoloogia peamised põhimõtted ja kommunikatsiooniteooriad. Peatükist järelalus, et uue museoloogia puhul väärtustatakse kommunikatsioonistrateegiaid, mis on loodud konkreetse muuseumi konteksti arvestades ning suunatud selgelt määratletud sihtgruppidele, kelle vajadusi eelnevalt tundma õpitakse. Kõige esmase ülesandena rõhutatakse aga vajadust panna paika muuseumi visioon ja eriomane identiteet ning luua arengukava selle visiooni elluviimiseks. Kui need sammud on läbitud, saab edasi tegeleda kommunikatsiooniplaaniga, mis peab üldiseid eesmärgid ja identiteeti toetama.

Teises peatükis analüüsiti Tartu Kunstimuuseumi erinevaid kommunikatsioonivahendeid ning järelalus, et institutsiooni tegutsemisaja jooksul on küll kasutatud mitmekülgseid info edastamise viise, kuid kui nõukogude aja tingimustes oli muuseum oma kogukonna poolt väärtustatud ning ka tegevuste haare laiem, siis pärast Eesti taasiseseisvumist ja inimeste vabaajaveetmise võimaluste mitmekesistumist ning informatsioonihulga suurenemist, on muuseumil olnud keerulisem oma kogukonna erinevate gruppideni jõuda. Peamiseks probleemiks näib seejuures olevat asjaolu, et mitmeid uue museoloogiaga seonduvaid tegevuspõhimõtteid, nagu eriomase identiteedi sõnastamine ja edastamine ning kommunikatsioonistrateegia loomine, pole Tartu Kunstimuuseumis järgitud. See ilmnes ka muuseumi näituseplakatite analüüsis, mille käigus selgus, et need on kajastanud pigem kohaliku plakatikunsti üldiseid arenguid, mitte aga Tartu Kunstimuuseumi isikupära.

Ajavahemikus 1979–1992 loodud näituseplakatite analüüsis otsiti vastust küsimusele, kuidas väljendusid selle perioodi plakatikunsti arengud muuseumi näituste infoedastuse viisides. Tuli välja, et Tartu Kunstimuuseumi toonast kommunikatsioonitegevust iseloomustasid samaaegselt rakendatud erinevad lähenemised. Ühest küljest toetati uuendusmeelseid ja eksperimenteerivaid lahendusi, mis väljendus peamiselt fotolavastuslike plakatite tellimises, kuid samas püüti

plakatite vahendusel kajastada oma kogu, mistõttu telliti ka reproduktsioonikeskseid plakateid. Lisaks saatsid kokkuhoiu vajadusest tingituna kõige tagasihoidlikumaid näituseid endiselt väiksema tiraažiga müürilehed. Niisiis on näha, et telliti väga eriilmelisi plakateid ning valikus lähtuti konkreetsest näitusest. Autoriplakatite analüüsi puhul (mida telliti sellel ajal kõige rohkem) ilmnes, et peamine eesmärk oli publikut ahvatleda ja samas ka oma mitmetähenduslikkusega teatavat väljakutset ning elamust pakkuda, kaasates vaatajad seeläbi tähendusloomesse. Varasemast vähem peeti tähtsaks informatsiooni võimalikult selget edastamist. Sellegipoolest võib järeldada, et sellised lahendused olid väga populaarsed, kuna nendega hakati ka siseruume kaunistama. Niisiis tõid perioodi plakatikunsti uuendused muuseumi kommunikatsiooni efektiivse ja huvitava suuna, kuid samas ei kehastanud need plakatid institutsiooni terviklikult. Seda ei nähtud aga probleemina, kuna ühiskondlikud olud soosisid kultuuriürituste populaarsust ning seetõttu ei vajatudki selgemat visuaalset identiteeti.

Uurimuse üks eesmärkidest oli ka 1979.–1992. aasta näituseplakatite ja uue museoloogia printsiipide kõrvutamise. Seejuures leidis nii ühiseid jooni kui ka olulisi erinevusi. Mõlemal juhul on esindatud märksõnadeks tähenduste paljusus ehk vaataja kaasamine tähendusloomesse, elamuslikkus, varasemate traditsioonide kriitiline analüüs ning juurdunud stereotüüpidest eemaldumine. Siiski kehtib see peamiselt vaid fotolavastuslike autoriplakatite puhul. Arvestades ka traditsioonilisemate plakatite hulka ja omadusi, tulevad esile mitmed põhimõttelised erinevused, mis lähtuvad peamiselt nõukogude ühiskonna erinevusest võrreldes läänemaailmaga. Endiselt peeti kollektsiooni muuseumi identiteedi peamiseks kandjaks ning puudusid kontekstispetsiifilised ja sihtgruppidega arvestavad strateegiad. Samas võib tõdeda, et hoolimata nimetatud plaanide puudumisest, suudeti mitmes aspektis oma konteksti õigesti tabada ja sellele vastu tulla, mida näitab nii muuseumi autoriplakatite kui haridusprogrammide populaarsus. Seega võib nii käsitletava perioodi plakatites kui ka muuseumitöös laiemalt näha märkimisväärset edumeelsust. Saab järeldada, et muutused Tartu Kunstimuuseumi kommunikatsioonis olid osaliselt tingitud nii Eesti plakatikunsti arengust kui muuseumi enese arenguloogikast, mille käigus võeti omaks ka mõningad uue museoloogiaga haakuvad kommunikatsiooniprintsiibid. Siiski tuleb tänaseks päevaks tunduvalt muutunud oludes nõustuda uue museoloogia kuldreegliga, et muuseum vajab identiteeti ja arengukava ning neid toetavat kontekstispetsiifilist kommunikatsioonistrateegiat, mida Tartu Kunstimuuseumis pole seni täielikult järgitud.

Kasutatud kirjandus

Trükis ilmunud allikad

Asu-Õunas, Ene; Kõiv, Reeli; Pulk-Piatkowska, Reet. *Tartu Kunstimuuseumi kroonika 1990–2005*. Tartu: Sulemees, 2005.

Bal, Mieke. The Discourse of the Museum. – *Thinking About Exhibitions*. Koost Reesa Greenberg, Bruce W Ferguson, Sandy Nairne. London; New York: Routledge, 1996, lk 201–215.

Black, Graham. *Transforming Museums in the Twenty-First Century*. London; New York: Routledge, 2012.

Combe Mclean, Fiona. Marketing in Museums: a Contextual Analysis. – *Museum Management*. Toim Kevin Moore. London; New York: Routledge, 1994, lk 232–248.

Davis, Meredith. *Graphic Design Theory*. London: Thames & Hudson, 2012.

Dewdney, Andrew; Dibosa David; Walsh, Victoria. *Post-critical Museology: Theory and Practice in the Art Museum*. Oxford: Routledge, 2013.

Eesti fotolavastuslik plakad. Koost Jüri Hain. Tallinn: Eesti NSV Kunstnike Liit, 1985.

Gathercole, Sam. Art in the 1970s. – *A Companion to Contemporary Art Since 1945*. Toim Amelia Jones. Malden: Blackwell, 2006, lk 60–79.

Hain, Jüri; Järmut, Villu. *Eesti nüüdisplakat*. Tallinn: Eesti Raamat, 1987.

Hain, Jüri. Plakat tänaval ja ruumis. – *Kunst ja Kodu* nr 56, 1987, lk 11–16.

Hain, Jüri. Plakatikunsti „kuldsed kaheksakümnendad“. – *Kadunud kaheksakümnendad. Probleemid, teemad ja tähendused 1980. aastate eesti kunstis*. Koost Sirje Helme, toim Andreas Trossek. Tallinn: Kaasaegse Kunsti Eesti Keskus, 2010, lk 99–121.

Hollis, Richard. *Graafiline disain: ülevaatluk ajalugu*. Tallinn: Eesti Kunstiakadeemia, 2007.

Huygen, Frederike; Reitsma, Lex. *The Style of the Stedelijk*. Amsterdam: Premisela, the Netherlands Institute for Design and Fashion, 2011.

Kogude teatmik V. Toim Mari Nõmmela. Tartu: Tartu Riiklik Kunstimuuseum, 1991.

Kongressist kongressini: vabariiklik plakatinäitus. Koost Jüri Hain. Tallinn: Eesti NSV Kultuuriministeerium, 1986.

Kotler, Neil; Kotler, Philip. *Museum Strategy and Marketing: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*. San Francisco, Calif.: Jossey-Bass Publishers, 1998.

Kultuuriplakati paljunäolisus: Madli Mihkelson vaatab plakateid ja pajatab, mis mõtted siginevad. – *Kes-kus* 10. X 2011.

Lewis, Peter. Museums and Marketing. – *Museum Management*. Toim Kevin Moore. London; New York: Routledge, 1994, lk 216–231.

Linnap, Peeter. Eesti fotolavastus ja teatrisemiootika II. – *Kunst.ee* nr 4, 2003, lk 34–38.

Loks, Triin. *Postmodernismi mõju 1980. aastate Eesti plakatikunstile Ruth Huimerinna loomingu näitel*. Bakalaureusetöö Eesti Kunstiakadeemias, juhendaja Anu Allas, 2010.

Marstine, Janet. *New Museum Theory and Practice*. Oxford: Blackwell, 2006.

Moore, Kevin. Introduction: Museum Management. – *Museum Management*. Toim Kevin Moore. London; New York: Routledge, 1994, lk 1–14.

New Museology: Museums and Alternative Exhibition Spaces. Academy Symposium at the Royal Academy of Arts. Toim Andreas C. Papadakis. London: Academy Editions, 1991.

O'Doherty, Brian. *Inside the White Cube: the Ideology of the Gallery Space*. Berkeley, California: University of California Press, 1999.

Ruumiplakat. Koost Villu Järmut. Tallinn: Eesti NSV Kunstnike Liit, 1981.

Saldre, Alfred. *Eesti plakat 1940–1972*. Tallinn: Kunst, 1976.

Vahtre, Silver. Uutest suundadest eesti plakatis. – *Uued põlvkonnad. 1. vihik: artiklite kogumik*. Toim Irina Solomõkova. Tallinn: ENSV Teaduste Akadeemia Ajaloo Instituut, 1988, lk 88–94.

Vergo, Peter. Introduction. – *The New Museology*. Toim Peter Vergo. London: Reaktion Books, 1989, lk 1–5.

VI Balti plakat. Kataloog. Tallinn: Eesti NSV Kunstnike Liit, 1984.

Muud allikad

Eesti Rahvusraamatukogu plakatikogu. – <http://www.nlib.ee/plakatid-ja-postkaardid-2/> (vaadatud 19. V 2014).

Hauenschild, Andrea. *Claims and Reality of New Museology: Case Studies in Canada, the United States and Mexico*. Washington, D.C.: Center for Museum Studies, Smithsonian Institution, 1998. – <http://museumstudies.si.edu/claims2000.htm> (vaadatud 11. V 2014).

MINOM-ICOM kodulehekülg. – <http://www.minom-icom.net/> (vaadatud 6. V 2014).

Sheikh, Simon. *Notes on Institutional Critique*. European Institute for Progressive Cultural Policies. I 2006 – <http://eipcp.net/transversal/0106/sheikh/en> (vaadatud 10. V 2014).

Tartu Kunstimuseumi Facebooki lehekülg. – <https://www.facebook.com/tartmus> (vaadatud 16. V 2014).

Tartu Kunstimuseumi kodulehekülg. – www.tartmus.ee (vaadatud 16. V 2014).

Tartu linnavalitsuse kultuuriosakonna portaal Kultuuriaken. – <http://kultuuriaken.tartu.ee/> (vaadatud 12. V 2014).

Van Mensch, Peter. *Museology and Management: Enemies or Friends? Current Tendencies in Theoretical Museology and Museum Management in Europe*. –

http://www.icom-portugal.org/multimedia/File/V%20Jornadas/rwa_public_pvm_2004_1.pdf (vaadatud 18. V 2014).

Weil, Stephen E. *Edu/ebaõnnestumise maatriks muuseumidele*. –

http://www.kul.ee/webeditor/files/muuseumid/bms/weil_edu_ebaonn.pdf (vaadatud 25. V 2014).

Intervjuu Eesti Kunstimuseumi graafilise disaini koguhoidja Madli Mihkelsoniga 12.02.2014. Üleskirjutus autori valduses.

Intervjuu plakatikunstnik Silver Vahtrega 24.03.2014. Üleskirjutus autori valduses.

Intervjuu Tartu Kunstimuseumi kogude kuraatori Tiiu Talvistuga 11.02.2014. Üleskirjutus autori valduses.

Intervjuu Tartu Kunstimuseumi endise direktori Mari Nõmmelaga (aastatel 1983–1996) 15.05.2014. Üleskirjutus autori valduses.

Telefonivestlus plakatikriitiku Jüri Hainiga 06.04.2014. Üleskirjutus autori valduses.

LISA 1

Tartu Kunstimuuseumi plakatiarhiivi nimestik

1. Vene ja nõukogude kunstinäitus, 1949.
2. Eesti nõukogulik kunst aastail 1940–1950, 1950.
3. Nõukogude, eesti ja vene realistlik ning vanem kunst, 1951.
4. Vene 18.–19. sajandi ja nõukogude maalikunstnike teoseid, 1952.
5. Nõukogude eesti kunsti näitus, 1953.
6. NSVL Kunstifondi EVO Kunstitoodete Kombinaadi tarbekunsti näitus, 1953.
7. Eesti NSV Riiklik Kunstiinstituut. 1954. aasta õppe- ja diplomitööde näitus, 1954.
8. Läti ja leedu nõukogude kunsti näitus, 1954.
9. Moskva kunstnike V raamatuillustratsiooni näitus, 1955.
10. Nõukogude kunstnike teoste näitus Moskvast, 1955.
11. Tartu kujutava kunsti ja tarbekunsti näitus, 1955.
12. Riiklik Tretjakovi galerii näitus, 1955.
13. Läti NSV ja Leedu NSV tarbekunsti näitus, 1956.
14. Elmar Kitse teoste näitus, 1956.
15. August Janseni teoste näitus, 1956.
16. Leonardo da Vinci joonistuste reproduktsioonide rändnäitus, 1956.
17. Eesti nõukogude kunsti näitus, 1957.
18. Eksliibrise näitus, 1957.
19. Tartu kunstnike teoste näitus, 1957.
20. Graafik Hando Mugasto 1907–1937 mälestusnäitus, 1957.
21. Ernst Tiido 1913–1957 mälestusnäitus, 1957.
22. NSV Liidu rahvakunstniku Antanas Žmuidzinaviciuse teoste näitus, 1957.
23. Lääne-Euroopa graafika näitus, 1957.
24. Graafik Eduard Viiralti teoste valiknäitus, 1957.
25. Graafik Ernst Tiido teoste näitus, 1958.
26. Jaan Koort 1883–1935 mälestusnäitus, 1958.
27. Graafik Ella Mätik 1904–1943 mälestusnäitus, 1958.
28. Tartu kunstinäitus, 1958, kujundus A. Rebase.
29. Paul Burmani ja Karl Burmani teoste näitus, 1958.
30. Maalikunstnik Johannes Võerahansu teoste näitus, 1958.
31. Hiina tarbekunsti näitus, 1959.
32. Maalikunstnik Nikolai Triik. Teoste näitus, 1959.

33. Eesti NSV fotokunst, 1959.
34. Tartu kunstinäitus, 1959, kujundus Arno Kalberg.
35. Ungari rahvavabariigi kunsti näitus, 1959.
36. Roman Timotheuse teoste näitus, 1959.
37. Skulptor prof. Anton Starkopfi teoste näitus, 1960.
38. Tartu kunstinäitus, 1960.
39. Graafik Paul Liivaku teoste näitus, 1960.
40. Uus-Meremaa maali- ja graafika näitus, 1960.
41. Ungari plakatinäitus, 1961.
42. Kristjan Teder 1901–1960. Teoste näitus, 1961.
43. Professor Aleksander Vardi teoste näitus, 1961.
44. Leedu NSV rahvakunstnik V. Jurkunase graafika näitus, 1961.
45. Nõukogude eesti tarbekunsti näitus, 1961.
46. Graafik Arkadio Laigo 1901–1944 teoste näitus, 1961.
47. TKMi kujutava kunsti kaugõppekursuse lõpetajate tööde näitus, 1966.
48. Karl Pärsimäe teoste näitus, 1966.
49. Soome graafikute teoste näitus, 1966.
50. Eesti nahkehistööde näitus, 1966.
51. Saksa graafiku Kurt Magritza teoste näitus, 1966.
52. Leedu graafiku Krasauskase teoste näitus, 1966.
53. Tartu kunstinäitus, 1966.
54. Tarbekunstinäitus, 1966.
55. Ants Laikmaa teoste näitus, 1966.
56. Alfred Kongo teoste näitus, 1966.
57. Leedu graafika näitus, 1966.
58. Olga Terri teoste näitus, 1967.
59. Kujutava kunsti kaugõppe kursuse näitus, 1967.
60. Tartu Laste-Kunstikooli 10. tegevusaasta juubelinäitus, 1967.
61. Märt Laarmani teoste näitus, 1967.
62. Villu Tootsi tööde näitus, 1967.
63. Olav Marani, Enn Põldroosi, Olev Subbi teoste näitus, 1967.
64. Tartu kunstinäitus, 1967.
65. Eduard Maaseri teoste näitus, 1967.
66. Nõukogude Eesti kunst 50, 1967.
67. Adamson-Ericu teoste näitus, 1967, kujundus Adamson-Eric.
68. Vabariiklik kunstinäitus Tartus, 1967.

69. Kujutava kunsti kaugõppe kursuse näitus, 1968.
70. Johannes Saali teoste näitus, 1968.
71. Oskar Kallise teoste näitus, 1968.
72. Arnold Akbergi teoste näitus, 1968.
73. Eesti maalikunst XIX saj. – 1940. a., 1968.
74. Moldaavia maalikunstu Mihhail Greki teoste näitus, 1968.
75. Konrad Mäe teoste näitus, 1968.
76. Tarbekunstinäitus, 1969.
77. Aarne Miikmaa teoste näitus, 1969.
78. Maalikunstnik Endel Kõksi varase loomingu näitus, 1969.
79. Ellinor Aiki teoste näitus, 1969.
80. Lõuna-Eesti piirkondlik õpilastööde näitus, 1969.
81. Tartu kunstinäitus, 1969.
82. Veneetsia kaasaegne graafika, 1969.
83. Eesti nõukogude maal, 1969.
84. Jaan Tassa kunstikogu näitus, 1969.
85. Tartu tarbekunstinäitus, 1969.
86. Salome Trei teoste näitus, 1969.
87. Johannes Uiga maalide näitus, 1969.
88. Gruusia metallikunstu Irakli Otšiauri teoste näitus, 1970.
89. 18. ja 19. sajandi I poole saksa joonistuse näitus, 1970.
90. NSVL rahvakunstu professor Günther Reindorffi teoste näitus, 1970.
91. Tarbekunstu Mari Adamsoni teoste näitus, 1970.
92. Ungari kaasaegse tarbekunstu näitus, 1970.
93. Maalikunstnik Julius Nemciki teoste näitus, 1970.
94. Tartu kunstinäitus, 1970.
95. Armeenia kunstnike grupinäitus, 1970.
96. Soome graafiku Simo Hannula teoste näitus, 1970.
97. Saksa DV skulptori Wolfgang Eckhardti teoste näitus, 1970.
98. Henn Roode maalide näitus, 1970.
99. Eduard Timbermanni mälestusnäitus, 1970.
100. Fotoklubide vabariiklik näitus, 1970.
101. Tarbekunstinäitus, 1970.
102. Avo Keerendi graafika näitus, 1970.
103. Leedu naivisti Monika Biciuniene maalide näitus, 1971.
104. Tartu tarbekunstu näitus 71, 1971.

105. Restaureeritud kultuuriväärtused, 1971.
106. Restaureeritud kultuuriväärtused, 1971.
107. Valik Tallinna II graafikatriennaalilt, 1971.
108. Kristjan Raua joonistused, 1971.
109. Aleksander Vardi looming aastail 1961–1971, 1971.
110. Eesti kunst käesoleva sajandi 20ndail aastail, 1971.
111. Gruusia maalikunstnike teoste näitus, 1971.
112. Helene Kuma keraamika, 1971.
113. Tartu kunstinäitus, 1971.
114. Ülo Sooster 1924–1970, 1971.
115. Eerik Haamer, 1971.
116. Valve Janov & Kaja Kärner, 1971.
117. Kaljo Põllu graafika näitus, 1971.
118. Kujutava kunsti kaugõppe kursuse näitus, 1971.
119. Lepo Mikko maalide näitus, 1972.
120. Kujutava kunsti kaugõppekursuse näitus, 1972.
121. Karin Luts, 1972.
122. Eduard Wiiralti graafika, 1972.
123. Tallinna kunstnike kevadnäitus, 1972, kujundus Endel Palmiste.
124. Jaan Vahtra ja kubism eesti kunstis, 1972.
125. Salme Raunami metallehistööde näitus, 1972.
126. Skulptuurinäitus. Riho Kuld, Matti Varik, Edgar Viies, Ülo Õun, 1972.
127. V. I. Šuhhajevi teoste näitus, 1972.
128. Silvia Jõgeveri teoste näitus, 1972.
129. Gustav Marki kunstikogu näitus, 1972.
130. Leningradi klaasikunstnike näitus, 1972.
131. Tartu kunsti näitus, 1972.
132. Ilmar Malini maalide näitus, 1972.
133. Kujutava kunsti kaugõppekursuse näitus, 1972.
134. Diana Laeva ja Ilse Lepiksoni tarbograafika, 1973.
135. Leedu kaasaegne maal, 1973.
136. Leedu tarbekunstniku Brone Jokuboniene vaipade ja batika näitus, 1973.
137. Eduard Wiiralti loomingut kunstimuuseumi põhikogust, 1973.
138. Efraim Allsalu maalide näitus, 1973.
139. Vive Tolli graafika, 1973.
140. Tartu kunsti näitus, 1973.

141. Armeenia kunstniku Martiros Sarjani joonistuste ja akvarellide näitus, 1973.
142. Eesti maal 1930ndail aastail, 1973.
143. Brno kaasaegne graafika, 1973.
144. Jaan Koorti maalid, 1973.
145. Maalikunstnik Juhan Muksi personaalnäitus, 1973.
146. Ilmar Torn. Graafika. Pastell, 1973.
147. Tartu tarbekunst 73, 1973.
148. Noorte graafikute grupinäitus, 1973.
149. Lembit Saartsi teoste näitus, 1974.
150. Nikolai Triigi portreelooming, 1974.
151. Inimene ja põld, 1974.
152. Märt Laarmani teoste näitus, 1974.
153. Enn Põldroosi maalide näitus, 1974.
154. Tiiu Lassi keraamika. Haivi Raadiku metallehistöö, 1974.
155. Arnold Simsoni akvarellid, 1974.
156. Riia maalikunstnikud, 1974.
157. Siiri Nummert. Urmas Orgusaar. Metall. Nahk, 1974.
158. Ukraina NSV graafikute teoste näitus, 1974 (eesti keeles).
159. Ukraina NSV graafikute teoste näitus, 1974 (vene keeles).
160. Eesti nõukogude maal, 1974.
161. Klaasikunst, 1975.
162. Tarbekunstnik Endel Valk-Falgi teoste näitus, 1975.
163. Usbeki NSV kunsti näitus, 1975.
164. Suures Isamaasõjas hukkunud kunstnike mälestusnäitus, 1975 (eesti keeles).
165. Suures Isamaasõjas hukkunud kunstnike mälestusnäitus, 1975 (vene keeles).
166. Eesti nõukogude maal, 1975.
167. Kunstiharrastajate Lennart Anveldi ja Linda Lepiku töid, 1975.
168. Ungari maalikunstniku Jozsef Egry teoste näitus, 1975.
169. Tartu kunstinäitus, 1975.
170. Aulin Rimmi skulptuuride näitus, 1975.
171. Lüüdia Vallimäe-Mark. Maalide näitus, 1975.
172. Tartu tarbekunstinäitus, 1975.
173. Madalmaade, flaami ja hollandi graafika näitus, 1975.
174. Nikolai Kormašovi maalide näitus, 1976.
175. Raimo Puustineni joonistuste näitus, 1976.
176. Keraamika näitus, 1976.

177. Kaljo Põllu graafiline sari Kodalased, 1976.
178. Ado Vabbe varasemad joonistused A. Tassa kogust, 1976.
179. Olga Terri maalid 1966–1967, 1976.
180. Kristjan Tedre lillemaale, 1976.
181. Eesti 1930. aastate skulptuur, akvarell, pastell, 1976.
182. Restaureeritud kultuuriväärtused, 1976.
183. Peeter Mudist. Tiit Pääsuke. Ludmilla Siim, 1976.
184. Tekstiilinäitus, 1977.
185. Graafik Hando Mugasto teoste näitus, 1977.
186. Jüri Arraku, Krista Kaasiku, Tiiu Pallo-Vaigu ja Helle Vahersalu teoste näitus, 1977.
187. Rudolf Sepa maalide näitus, 1977.
188. Jüri Palmi maalid, 1977.
189. Karl Pärsimäe teoste näitus, 1977.
190. Martin Saksa skulptuurid, 1977.
191. Vene NFSV kunstnike graafika näitus, 1977.
192. Akop Akopjani maalid, 1977.
193. Concordia Klaari ja Peeter Ulase graafikat, 1977.
194. Jaak Soansi skulptuuride näitus, 1977.
195. Tartu kunstinäitus, 1977.
196. Tartu Riikliku Ülikooli taasavamise 175. aastapäeva tähistav näitus, 1977.
197. Leili Muuga maalid 1966–77, 1977.
198. Tartu tarbekunsti näitus, 1977.
199. Kujutava kunsti kaugõppe kursuse lõpetajate ja lõpetanute teoste näitus, 1977.
200. Läti noorte graafikute teoste näitus, 1978.
201. Jacques Ihmaljani maalid, 1978.
202. Lola Liivat-Makarova maalid, 1978.
203. Aleksander Uurits 1888–1918, 1978.
204. Nikolai Gritsjuki maalid, 1978.
205. Ilmar Malini joonistused "Volens nolens", 1978.
206. Läti noorte maalijate teoste näitus, 1978.
207. Vabariiklik portselani ja dekoorkangaste näitus, 1978.
208. Eesti 1930. aastate joonistus, 1978.
209. Vabariiklik noorte kunstnike tööde näitus, 1978.
210. Elmar Kitse maalide näitus, 1978.
211. Aime Kuulbusch. Skulptuurid, 1978.

212. Lektorium 1978–79. Loengute tsükkel "Maaližanrid läbi aegade", 1978.
213. Kujutava kunsti kaugõppe kursuse lõpetajate ja lõpetanute teoste näitus, 1979.
214. Graafikute Marju Mutsu jt näitus, 1979, kujundus Tõnis Vint.
215. Jaan Grünbergi teoste näitus, 1979.
216. Armeenia noorte kunstnike grupinäitus, 1979.
217. Rein Maran "Hõimude hällimail", 1979.
218. Vabariiklik metallikunsti näitus, 1979, kujundus Ene Ammer, Alar Ilo.
219. Anton Starkopfi skulptuurid, 1979, kujundus Tiiu Allikvee.
220. 1930ndate aastate Eesti graafika TKMi kogudest, 1979, kujundus Tiiu Allikvee.
221. Vabariiklik noorte kunstnike tööde näitus, 1979, kujundus Villu Järmut, Enn Kärmas.
222. Tartu kunstinäitus, 1979.
223. Moskva kunstniku Valeri Volkovi teoste näitus, 1979.
224. Valdur Ohaka teoste näitus, 1979.
225. Tartu tarbekunsti näitus, 1979, kujundus Jaan Klõšeiko.
226. Mare Mikof. Skulptuurid, 1979, kujundus Jaan Klõšeiko.
227. Kujutava kunsti kaugõppe kursuse lõpetajate ja lõpetanute teoste näitus, 1980.
228. Balti-saksa kunst, 1980, kujundus Jaan Klõšeiko.
229. Amandus Adamson. Juubelinäitus, 1980, kujundus Jaan Klõšeiko.
230. Nõukogude Eesti 40. aastate maal, 1980, kujundus Enn Kärmas.
231. Graafika. Raul Meel, Leonhard Lapin, Jüri Okas, Ignar Fjuk, Silver Vahtre, 1980 kujundus Leonhard Lapin.
232. Tartu kujutavas kunstis, 1980.
233. Hille ja Lembit Palmi skulptuuride näitus, 1980, kujundus Enn Kärmas.
234. Alfred Hirve maalide näitus, 1980.
235. Tartu kunstinäitus, 1980.
236. Tartu kunst 1940–80, 1980, kujundus Enn Kärmas.
237. Skulptor Roman Timotheuse juubelinäitus, 1980.
238. Tartu kunstikooli 30. aastapäeva tähistav õpilastööde näitus, 1980.
239. K. Liimandi ja A. Johani mälestusnäitus, 1981.
240. Kujutava kunsti kaugõppe kursuse lõpetajate ja lõpetanute teoste näitus, 1981.
241. 1940ndate aastate akvarell, graafika, joonistus, skulptuur, 1981.
242. Jüri Kase, Ando Keskküla, Andres Toltsi ja Rein Tammiku grupinäitus, 1981 kujundus Villu Järmut, Enn Kärmas.
243. Oskar Vaigla kunstikogu näitus, 1981.
244. Johannes Saali mälestusnäitus, 1981.
245. Vabariiklik noortenäitus, 1981, kujundus Jüri Kass.

246. August Jansen. Peet Moorats. Roman Nyman. Mälestusnäitus (muuseumi kogudest), 1981.
247. Vabariiklik nahkehistöö näitus, 1981, kujundus Jaan Klõšeiko.
248. Tartu 1981 – eramu kui arhitektuuriväärtus, 1981.
249. Tartu kunstinäitus, 1981.
250. Tartu kunstinäitus, 1981.
251. Arno Vihalemm, 1981.
252. Aleksander Vardi 80. a. juubelinäitus, 1981, kujundus Silver Vahtre.
253. Kaljo Põllu graafiline sari "Kalivägi", 1981.
254. Alfred Kongo juubelinäitus, 1981.
255. Alfred Kongo 75. a. juubelinäitus, 1981, kujundus Silver Vahtre.
256. Heldur Viires. Maalid ja monotüüpiad, 1981.
257. Tartu tarbekunst 81, 1981.
258. Kujutava kunsti kaugõppe kursuse lõpetajate ja lõpetanute teoste näitus, 1982.
259. 20.–30. aastate eesti kunst, 1981, kujundus Enn Kärmas.
260. Leedu kunstniku Petras Repšise teoste näitus, 1982.
261. Olev Subbi maalid, 1982, kujundus Heino Kersna.
262. Tartu kunstinäitus, 1982.
263. Ellen Kolgi skulptuurid, 1982, kujundus Heikki Zoova.
264. Ado Vabbe maalid, 1982, kujundus Emil Lausmäe.
265. Jüri Arraku joonistused, 1982, kujundus Jüri Arrak.
266. Vabariiklik klaasikunsti näitus, 1982, kujundus Villu Järmut, Enn Kärmas.
267. Tartu ülikool kunstis, 1982, kujundus Urmas Ploomipuu.
268. Vabariiklik noorte kunstnike tööde näitus, 1982.
269. Olav Marani maalid, 1981.
270. Nõukogude Eesti 1950. aastate kunst, 1982, kujundus Heikki Zoova.
271. Arhitekt Arnold Matteus 85, 1982, kujundus Liivi Ehmann.
272. Kaunase gobeläänid, 1982.
273. Kujutava kunsti kaugõppe kursuse lõpetajate ja lõpetanute teoste näitus, 1983.
274. Restaureeritud kultuuriväärtused, 1983.
275. 1960. aastate eesti maalikunst, 1983, kujundus Rein Maantoa.
276. Efraim Allsalu, 1983, kujundus Rein Maantoa.
277. Ilse Lepiksoni portselani näitus, 1983.
278. Albert Kesneri maalid, 1983, kujundus Emil Lausmäe.
279. Leedu maalikunstnike grupinäitus, 1983.
280. Elmar Rebase skulptuurid, 1983, foto Malev Toom.

281. Eesti tarbekunst 1950–1970, 1983.
282. Mari Kaarma maalitud kangad ja akvarellid, 1983.
283. Tartu kunstinäitus, 1983.
284. Uuem Eesti plakat, 1983.
285. Lembit Saartsi maalid, 1983, kujundus Silvia Liiberg.
286. Peeter Ulase joonistused ja graafika, 1983, kujundus Peeter Ulas.
287. Vabariiklik keraamikanäitus, 1983, kujundus Villu Järmut, Enn Kärmas.
288. Jaan Koort, 1983, kujundus Heino Kersna.
289. Henno Arraku joonistusi ja eksliibriseid, 1984, kujundus K.-H. Arrak.
290. Peeter Mudisti maalid ja skulptuurid, 1984, kujundus R. Reidna, Peeter Mudist.
291. Tartu kunstinäitus, 1983.
292. Vabariiklik tekstiilinäitus, 1984, kujundus Villu Järmut, Enn Kärmas.
293. Eesti kunstnike rindejoonistuste näitus, 1984.
294. Fotograafia ja kunst, 1984, kujundus Jevgeni Klimov.
295. Vabariiklik noorte kunstnike tööde näitus, 1984, kujundus Margus Haavamägi.
296. Silvia Jõgeveri maalide näitus, 1984.
297. Skulptorite grupinäitus. Tamara Ditman, Anu Pöder, Külli Tammik, Ekke Väli, 1984.
298. Nikolai Triik, 1984.
299. Ülo Õuna skulptuurid, 1986, kujundus Margus Haavamägi.
300. Brno tekstiil, 1986, kujundus Jüri Kaarma.
301. Vabariiklik pisiplastika näitus, 1986, kujundus Villu Järmut, Enn Kärmas.
302. Vabariiklik metallehistöö näitus, 1987, kujundus Andrei Kormašov.
303. Aleksander Suumani maalid, 1987, kujundus Mari Murdvee.
304. Linda Kits-Mägi maalid, 1986, kujundus Mari Murdvee.
305. Jüri Palm ilmsi ja silmsi, 1987, kujundus Villu Järmut, Enn Kärmas.
306. Endel Kõks, 1987, kujundus Margus Haavamägi.
307. Marget Tafeli keraamika ja Kai Luiga vaibad, 1987, kujundus Ülo Emmus.
308. Tartu Riiklik Kunstimuuseum, Pildigalerii Tartu maal, püsiekspositsiooni plakat, 1988, kujundus Heino Kersna.
309. Elmar Kits 75, 1988, kujundus Mari Murdvee.
310. Johannes Uiga, 1988, kujundus Mari Murdvee.
311. Karin Luts 85 maal ja graafika, 1989, kujundus Mari Murdvee.
312. Efraim Allsalu maalid, 1988, kujundus Villu Järmut.
313. Krakowi kunst, 1989, kujundus Villu Järmut, foto Z. Lataka.
314. Vabariiklik pisiplastika näitus, 1989, kujundus Villu Järmut, Enn Kärmas.

315. Anton Starkopf 100, 1988, kujundus Villu Järmut.
316. Tiit Pääsuke. Maalid, 1991.
317. Viktor Jõgeveri mälestusnäitus, 1991.
318. Villem Ormisson. Mälestusnäitus, 1992, kujundus Villu Järmut.
319. Abe Lee, 1992, kujundus Villu Järmut.
320. Müüt ja maastik, 1994.
321. Elmar Kitse fenomen, 1994, kujundus Tiina Viirelaid.
322. Lembit Sarapuu maalid, 1995.
323. Rein Kelpmanni maalid ja objektid, 1995.
324. Evald Okase maalid ja eksliibrised, 1995.
325. IV vabariiklik pisiplastika näitus, 1995.
326. Austria kunsti päevad Tartus, 1995.
327. Ameerika puutremiskunst, 1995.
328. Püsiekspositsioon. Eesti kunst, 1999, kujundus Tiina Viirelaid.
329. Dialog 2000 versus 1940, 2000, kujundus Tiina Viirelaid.
330. Kaja Kärner. Abstraktsioonid, 2000.
331. Mall Vahtre. Omaks võetud, 2000.
332. Slow-tech, 2001, kujundus Peeter Paasmäe.
333. Johann Köler 175, 2001.
334. Aleksander Vardi maalid, 2001.
335. Rein Kelpman, Vello Trell. Vanad asjad, 2001.
336. Trelli maalid, 2001.
337. Valve Janov. Kala on kala, 2001.
338. Ann Audova mälestusnäitus, 2001.
339. Anne Parmasto maalid, 2002.
340. Pilved taevast ja Mudist kivisillas, 2002.
341. Tartu Kõrgema Kunstikooli lõputööde näitus Proovilend, 2002.
342. Kersti Rattuse maalinäitus. Sain 50, 2002.
343. Ühe aasta mehed, 2002.
344. Tartu Ülikooli maalikunsti eriala bakalaureusetööde näitus Proovilend, 2002.
345. Sotsialistliku realismi võidukäik? Eestis, 2002, kujundus OÜ Infotrükk.
346. Pisiplastika näitus, 2002.
347. Paul Burmani maalid. Peidus pool, 2002.
348. Tampere kunstnike rühmitus KoeMisKoe, 2002.
349. Epp Meisner. Keenia põhjamaalase pilgu läbi, 2002.
350. Maalijaid XIX saj. Tartust, 2003.

351. Sirje Runge, 2003.
352. Läti kunsti invasioon Tartusse, 2003.
353. Erich Pehap. Kunstnikuks saamine, 2003.
354. Lapsepõlv. Laps eesti kunstis, 2003, kujundus Gunnar Lilles.
355. Tenno Pent Sooster. Ettemääratus. Rebecca Keller. Legend, 2003.
356. Leonhard Lapin. Suprealistlik Köler, 2003, kujundus Peeter Paasmäe.
357. Ilmars Blumbergs. Joonistused karbis, 2003.
358. Lembit Saarts. Maalid ja joonistused, 2004.
359. Vano Allsalu. Maal on maastik, 2004.
360. Ilse Leetaru – kingitud kunst, 2004.
361. Herkki-Erich Merila. Imaging, 2004, kujundus Peeter Paasmäe.
362. Sotsialistlik plakat ja tarbekunst, 2004, kujundus Peeter Paasmäe.
363. Muusad kolivad parki, 2004.
364. Christine Candolin. Tähtedevahelises valguses, 2004.
365. Tartu kunsti lood, 2005, kujundus Peeter Paasmäe.
366. Jaan Elken. Oktoobridemonstratsioon, 2005.
367. Liina Siib. Dexiosis, 2005.
368. Valik Tartu Ülikooli maalieriala ja Tartu Kõrgema Kunstikooli 2005. aasta lõputöödest, 2005.
369. Ado Lill. Androgüün, 2005.
370. Mälestused. Unenäod. Mõtted – monoetenduse plakat, 2005.
371. Eesti Kunstnikkude Ryhm, 2005, kujundus Peeter Paasmäe.
372. Raul Rajangu. Bedrooms' Show, 2005, kujundus Jüri Kass.
373. Pallase skulptuur, 2006, kujundus Ruta Rannu, Ahti Seppet.
374. Alfred Kongo 100, 2006.
375. Jaan Punga maalid. Eestartutaga, 2006, kujundus Design & layout Maarika Tang.
376. Paul & Anne Daniela Rodgers, 2006.
377. Andres Sütevaka maalid. Une taga on pirevil maastik, 2006, kujundus Peeter Paasmäe.
378. TÜ Kunstide osakonna bakalaureusetööde näitus, 2006.
379. Valik Tartu Ülikooli Kunstide osakonna ja Tartu Kõrgema Kunstikooli lõputöödest, 2006.
380. Johannes Saal. Elu metamorfoosid, 2006.
381. Valik Tartu Ülikooli maali eriala, Tartu Kõrgema Kunstikooli ja Tartu Kunstikooli lõputöödest. Krokodill sõi karu mett, 2007.
382. Marco Laimre väikesed puust inimesed väikeses puust majas, 2007, kujundus Marco Laimre.

383. Mari Rääk + Lagle Israel. Teineteisemõistmine, 2007.
384. Wiiralt Värvides, 2007.
385. Vaikusetsoonis. Kurts Fridrihsons, 2007.
386. Ilmar Kruusamäe maalid, 2007, kujundus Ilmar Kruusamäe.
387. Fotonäitus Muuseumiteater, 2007.
388. Tartu kunsti kuu, 2007.
389. Vikerla, 2007, kujundus Peeter Paasmäe.
390. Tartu Ülikooli Kultuuriteaduste ja kunstide instituudi maalikunsti õppetooli bakalaureusetööd, 2007.
391. Ants Laikmaa pastellmaalid, 2008.
392. Valik Tartu Ülikooli maalieriala ja Tartu Kõrgema Kunstikooli lõpetajate töödest, 2008, kujundus Indrek Grigor.
393. Kirg ja valu. Eesti kunstiklassika Mart Lepa ja Rene Kuulmanni erakogudest, 2008.
394. Eerik Haamer. Kahel pool merd, 2008, kujundus Tiit Jürna.
395. Alice Kask. Jõusaal, 2008, kujundus Peeter Paasmäe.
396. Jaan Koort, 2008.
397. TÜ maalieriala lõputööde näitused, 2008.
398. Tulevik sünnib täna, 2009.
399. Kaarel Kurismaa. Teise süütuse luba, 2009.
400. TÜ maalikunsti eriala bakalaureus ja magistrantuur, 2009.
401. Kunstikool "Pallas", 2009.
402. Urmas Viik. Kärbes. Roos. Kärbes, 2009, kujundus Urmas Viik.
403. Anton Starkopf, 2009.
404. Boris Bernsteini mälestusteraamatu "Vana kaev" esitlus, 2009.
405. Tartu Ülikooli maalikunsti eriala lõputööd, 2010.
406. Tartu Kunstimuuseumi juubelinädala üritused, 2010.
407. Olemise paine. 21. saj kunst TKMi kogust, 2010.
408. Tanja Muravskaja. Split mind, 2010, kujundus Margus Tamm.
409. Kaasaegne eesti graafika, 2010, kujundus Litograafiakeskus ja reklaami- ja disainifirma DF.
410. Raul Rajangu. Nõukogude öö II, 2010, kujundus Indrek Sirkel.
411. Klaasikunsti näitus Tasakaaluhetk, 2010, kujundus Meelis Mikker.
412. Pallase fenomen – loengusari, 2010.
413. Art ist kuku nu ut näitusi koondav plakat – Art must be beautiful. Marina Abramovici valitud teosed, 2011, kujundus Mikk Heinsoo.
414. Tartu Ülikooli kultuuriteaduste ja kunstide instituudi maalikunsti eriala lõpetajad,

2011.

415. FotoKunst. Saksa foto, 2011.
416. Klassikutelt armastusega, 2011, kujundus Peeter Talvistu.
417. Art ist kuku nu ut haridusprogramm, 2011.
418. Tartu Kunstikool 60, 2011.
419. Eesti kunst paguluses, 2011, kujundus Tiit Jürna.
420. Inimene poolsajandis, 2011, kujundus Peeter Paasmäe.
421. Jüri Arrak. Joonistades läbi aja, 2011.
422. Eksootiline võõras, 2012, kujundus Peeter Talvistu.
423. Endel Kõks. Vapruse, vabaduse ja rõõmuga!, 2012, kujundus Andres Rõhu.
424. Maalimise kolm õppetundi. Jonas Gasiunas, Pawel Lubowski, Kaido Ole, 2012.
425. Enn Tegova kolmmitmus, 2012, kujundus Aare Puus.
426. Suur vaas, 2012.
427. Eesti aja inimesed, 2012, kujundus Peeter Talvistu.
428. Stalini aja eesti inimesed, 2012, kujundus Peeter Talvistu.
429. TÜ maalikunsti eriala bakalaureuse ja magistritööde näitused, 2012.
430. Suplejate motiiv eesti kunstis, 2012.
431. Eduard Wiiralti suplejad, 2012, kujundus Peeter Talvistu.
432. Skulptuuri inimesed, 2012, kujundus Peeter Talvistu.
433. Flo Kasearu. Liikuv kunst, 2012, kujundus Peeter Talvistu.
434. Leedu kaasaegne maal, 2012, kujundus Peeter Talvistu.
435. Muuseumi valik. Anna Hõbemäe, 2012, kujundus Peeter Talvistu.
436. Talvevalgus, 2012.
437. Endel Kõks. Asteekide kalender, 2012, kujundus Peeter Talvistu.
438. Elmar Kits. Minu inimesed, 2013, kujundus Peeter Talvistu.
439. Karin Luts. Ühe lehe lugu, 2013, kujundus Peeter Talvistu.
440. Leppo Mikko. Ajastu peegeldused, 2013.
441. Enn Põldroos. Credo, 2013.
442. Mark Raidpere. Majestoso Mystico, 2013, kujundus Peeter Talvistu.
443. Luuserid. Üks vaade muuseumi tulmetele, 2013, kujundus Peeter Talvistu.
444. Enn Põldroos. Kaasteelised, 2013.
445. Tartu ülikooli maaleriala bakalaureusetööd, 2013.
446. Metsa ja mere vahel. Eesti loodusmaal, 2013, kujundus Jaan Evart.
447. Inimese jälg. Tööstusmaastik eesti kunstis, 2013.
448. Marge Monko. Kuidas kanda punast?, 2013.
449. Harmoonia otsinguil. Nikolai Kormašov 1929–2012, 2013.

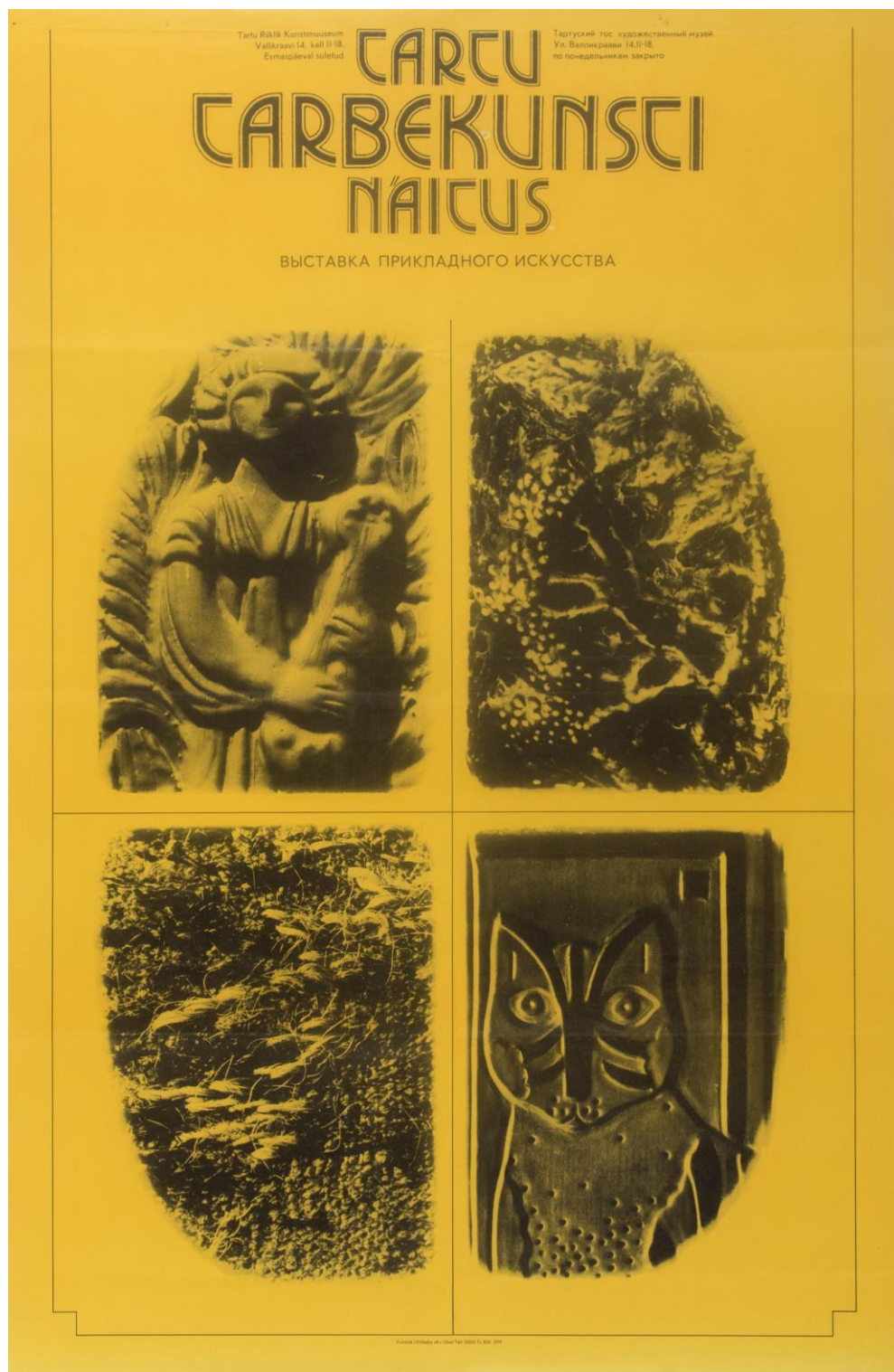
450. Plakatist kataloogini – näitusemaja 25!, 2013, kujundus Jaan Evart.
451. Tungraud. Eesti ehe, 2013.
452. ART IST KUKU NU UT, 2013, kujundus Mikk Heinsoo.
453. Urmas Tartes. Loodus lähivaates, 2013.
454. August Künnapuu. Elujõgi, 2013.
455. Muuseumi valik 2013: Alar Tuul, 2013.
456. Jevgeni Zolotko. Leigus. Proloog, 2013, kujundus Jaan Evart.



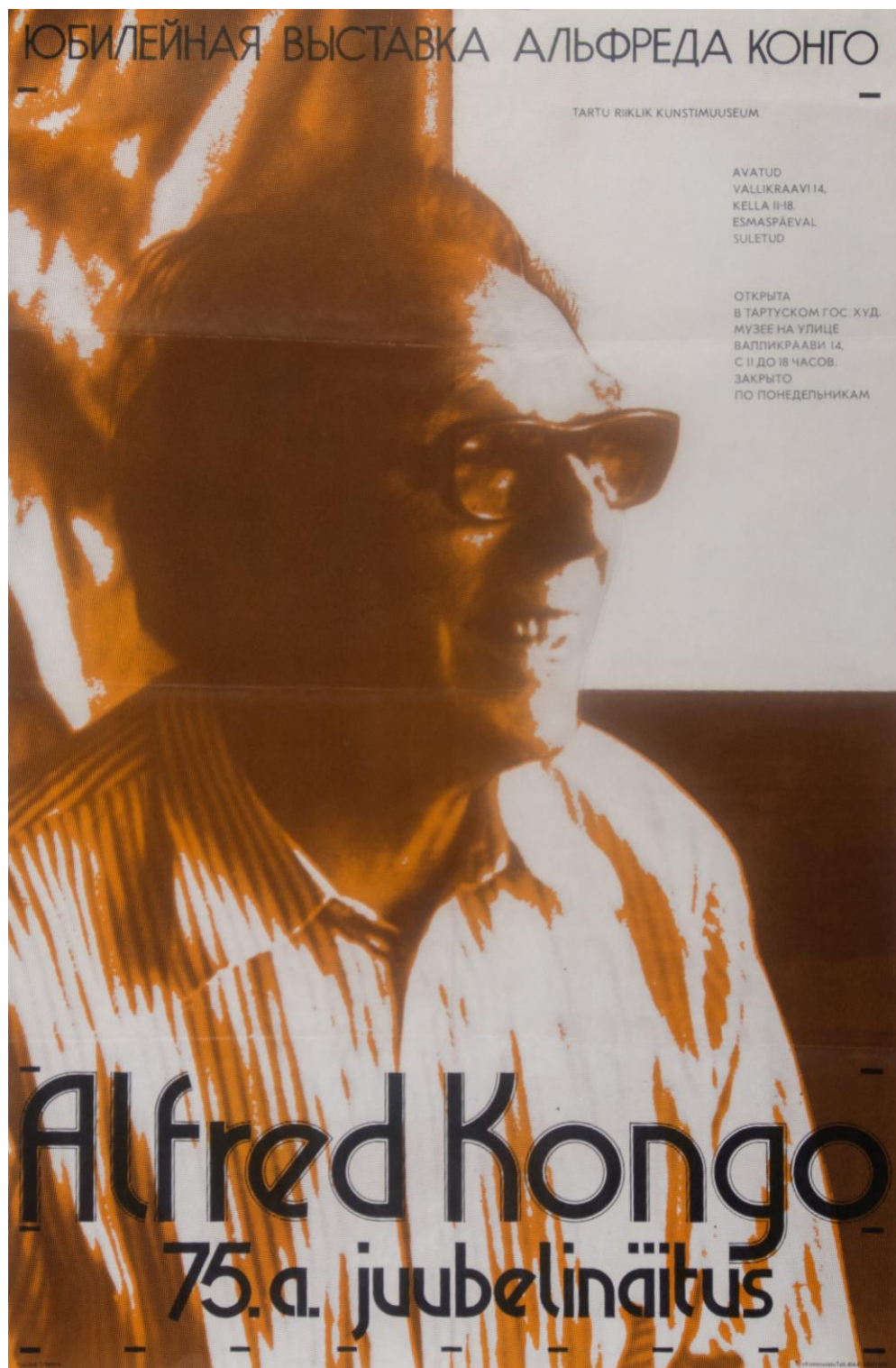
Vabariikliku noortenäituse plakat, 1981, kujundus Jüri Kass.



Vabariikliku noorte kunstnike tööde näituse plakat, 1979, kujundus Villu Järmut, Enn Kärmas.



Tartu tarbekunsti näituse plakat, 1979, kujundus Jaan Klõšeiko.



Alfred Kongo 75. a. juubelinäituse plakat, 1981, kujundus Silver Vahre.



Ado Vabbe maalide näituse plakat, 1982, kujundus Emil Lausmäe.



Endel Kõksi maalide näituse plakat, 1987, kujundus Margus Haavamägi.



Elmar Kits.

ELMAR KITS 75 * ЭЛЬМАР КИТС 75

Vallikraavi 14. Avatud iga päev kella 11-18. Esmaspäeval suletud. • Ул. Валликраави 14. Открыто с 11 до 18. Закрыта по понедельникам.

Tartu Riiklik Kunstimuseum. Тартуский государственный художественный музей.

Kujundus ja arvutus: Mari Murdvee. 1988. 100 x 150 mm. Haud 45 kope.

Näituse „Elmar Kits 75“ plakat, 1988, kujundus Mari Murdvee.