

TARTU ÜLIKOOLI VILJANDI KULTUURIAKADEEMIA
Pärandtehnoloogia õppekava tekstiili eriala

Merili Silivask

**EESTI HOBUMOTIIVIDEGA TIKITUD TEKKIDEST JA VAIPADEST
INSPIREERITUD KOLLEKTSIOON “HØBU”.
TOODETE TURUNDUSVÕIMALUSED**

Lõputöö

Juhendaja: Riina Tomberg MA, rahvusliku tekstiili ja tootearenduse lektor

Viljandi 2026

Resümee

“Eesti hobumotiividega tikitud tekkidest ja vaipadest inspireeritud kollektsioon “HØBU”. Toodete turundusvõimalused”

Hobufiguurid moodustavad olulise osa eesti etnograafilisest tikandipärandist, kuid motiividele pole leitud tänapäevaseid rakendusvõimalusi. Leidub võrdlemisi vähe rahvakunstist inspireeritud rõivaid, mis oleksid otseselt valmistatud lastele ja noortele ning puudub ülevaatlilik informatsioon sihtrühmale suunatud pärandipõhiste toodete turundusvõimaluste kohta. Töö eesmärgiks on leida uudseid lahendusi ajalooliste hobumotiivide väärimiseks, luua etnograafilistel ainetel põhinev lastele ja noortele suunatud kollektsioon ning kaardistada sihtrühmale vastavate toodete turundus- ja reklaamivõimalusi. Loov-praktilise tööna on valminud 6 mantlist ja 1 tekist koosnev kollektsioon ning uurimuslik osa põhineb kvalitatiivsel uurimisviisil ja empiirilisel andmekogumismeetodil. Selgus, et käsitöö- ja disainikauplused ei ole kollektsiooni jaoks sobilikud müügiplatvormid, kuid nooremale põlvkonnale annavad toodete turundamiseks võimaluse erinevad sotsiaalmeediakanalid.

Võtmesõnad: hobumotiivid, lapsed, noored, turundus, reklaam.

Abstract

“HØBU collection inspired by Estonian blankets and rugs embroidered with horse motifs. Marketing opportunities for the products.”

Horse figures form an important part of Estonia’s ethnographic embroidery heritage, yet no contemporary uses have been found for these motifs. There are comparatively few garments inspired by folk art that are designed specifically for children and young people, and there is a lack of comprehensive information on the marketing opportunities for heritage-based products aimed at this target group. The aim of this thesis is to find innovative ways of valorising historical horse motifs, to create a collection for children and young people based on ethnographic themes, and to identify marketing and advertising opportunities for products aimed at this target group. The creative practical component consists of a collection of six coats and one blanket, while the research component is based on a qualitative research approach and an empirical data collection method. It was found that handicraft and design shops are not suitable sales platforms for the collection, whereas various social media channels provide opportunities for marketing the products to the younger generation.

Keywords: horse motifs, children, young people, marketing, advertising.

Sisukord

Sissejuhatus.....	4
Metoodika.....	5
1. Kolleksiooniga seotud taustinformatsioon.....	7
1.1 Kolleksiooni teostamise idee, inspiratsioon ja sihtrühma valik.....	7
1.2 Kavandamine, lõigete leidmine, mustrimotiivide valik ja paigutus esemetele.....	9
1.3 Kangad, tikkimislõngad ja -pisted.....	10
1.4. Kolleksiooni ja toodete nimed.....	10
2. Toodete turundusvõimalused.....	16
2.1. Toodete esitlemine käsitöö- ja disainikauplustes.....	17
2.2. Lastele ja noortele suunatud toodete reklaamivõimalused.....	18
Kokkuvõte.....	21
Kasutatud allikad.....	22
Lisa 1. Kolleksiooni “HØBU” kavandid	
Lisa 2. Mantlite baaslõiked	
Lisa 3. Kolleksiooni “HØBU” esemete materjalid, koostised ja päritolu	
Lisa 4. Kolleksioonis kasutatud mustrijoonised	
Lisa 5. Erinevad mustri kangale kandmise võimalused	
Lisa 6. Hobusepea motiivi tikkimine	
Lisa 7. Kolleksioon “HØBU” esemete kirjeldused ja fotod	
7.1 Prototüübi valmistamine	
7.2 Mantel “HÕBIK”	
7.3 Mantel “ÕUNIK”	
7.4 Mantel “HIIRIK”	
7.5 Mantel “HALLIK”	
7.6 Mantel “KABIK”	
7.7 Mantel “RAUDIK”	
7.8 Tekk “VANKRIK”	
Lisa 8. Kolleksiooni valmistamise ajatabel	
Lisa 9. Käsitöö- ja disainikaupluste külastamise käigus saadud tagasiside	
Lisa 10. Tekstiilkäsitööd tutvustavad telesaated 2024.-2026. aastatel	

Sissejuhatus

Käesolev loov-praktiline ja uurimuslik töö annab tervikliku ülevaate kollektsiooni “HØBU” valmistamisprotsessist ning toodete turundusvõimalustest, lähtuvalt kollektsiooni olemusest ja sihtrühmast. Töö on jätk minu 2025. aastal valminud seminaritööle teemal “Eesti hobumotiividega tikitud villased tekid ja vaibad 19. sajandi lõpul ja 20. sajandil”. Uurimuse raames tehtud esemevaatluse käigus kaardistasin 41 hobumotiividega (hobusepeade, -raudade ja ratsapiitsadega) tikitud tekki ja vaipa ning teostasin 1:1 mõõtkavas 13 mustrijoonist. Antud töö teemavalik on ajendatud soovist leida valminud mustrijoonistele praktilist rakendust ning etnograafilistele hobumotiividele kaasaegset väljundit.

Ajaloolised hobufiguurid on tänaseni jäänud tähelepanuta, kuid kannavad endas nii pärandilist kui ka kunstilist väärtust, moodustades erilaadse osa rahvakunstis kasutatud tikandidekooridest. Etnograafilistele tekkidele ja vaipadele tikitud hobumotiivid on olnud minu jaoks väga kõnekad ja inspireerivad, mille tõttu pidasin oluliseks leida muuseumikogudesse kuuluvatele mustritele tänapäevaseid eksponeerimisvõimalusi. Tikkimine on mulle käsitöetehnikatest kõige südamelähedasem ning selle tõttu oli eesmärgiks praktiseerida tehnikat mustrimotiivide taasloomise käigus ja esitleda kaunist tikandipärandit loov-praktilise tööna valminud kollektsiooni kaudu. Soovisin anda omapoolset panust pärandi säilimisse ning tuua unustusse jäänud motiivid tagasi tänapäeva. Etnograafilistele mustritele uudsete väljundite leidmine võimaldas siduda vana ja ajaloolist uue ning kaasaegsega.

Olen täheldanud, et etnograafilistel ainetel põhinevate rõivaste ja uusloominguliste kollektsioonide valmistamisel keskendutakse peamiselt ainult täiskasvanutele, kuid noore inimesena pean vajalikuks, et rahvakunst jõuaks märksa enam noorema põlvkonna huvisfääri. Selle tõttu seadsin eesmärgiks valmistada pärandipõhist kollektsiooni eelkõige lastele ja noortele, et äratada valitud sihtrühma hulgas laiemat huvi valdkonna vastu.

Töö uurimuslik osa, milles olen keskendunud lastele ja noortele suunatud toodete turundus- ja reklaamivõimaluste kaardistamisele ja analüüsimisele, on otseselt seotud loov-praktilise töö põhimõtte, olemuse ja sihtrühmaga. Nooremale põlvkonnale suunatud ning etnograafilistel ainetel põhinevate toodete turundusvõimaluste kohta puudub ülevaatlik info ning antud temaatikat käsitlevat uurimust pole varasemalt esitatud. Nimetatud uurimisteemat pean oluliseks eelkõige rahvakunsti jätkusuutlikkuse seisukohast lähtuvalt. Kollektiooni “HØBU” näitel võtan vaatluse alla erinevad toodete turundus- ja reklaamivõimalused ning esitan teemakohastele allikatele toetudes vastavaid järeldusi ja ettepanekuid, mille kaudu oleks võimalik rahvuslikku tekstiilkäsitööd järeltulevale põlvkonnale tutvustada.

Toodete turundusvõimalusi ning lastele ja noortele suunatud toodete reklaamimist on käsitlenud mitmetes Tartu Ülikooli (TÜ) ja Tallinna Ülikooli (TLÜ) bakalaureusetöodes. Eesti käsitööturu olukorda on põhjalikult analüüsinud TLÜ turundusjuhtimise osakonna bakalaureusetöö (2013) autor Mari - Helena Toompere. Autor on käsitlenud Eesti käsitööturu tugevusi ja nõrkusi, ohte ja võimalusi ning andnud ülevaate käsitööettevõtluse olukorrast (2013. aasta seisuga). Töös on välja toodud peamised toodete tutvustamise võimalused ja käsitöö müügiväljundid: kauplused, laadad ja meistrikojad. Agnes Tiimuse uurimus (2021) käsitleb lastele suunatud reklaame ning nende kahjulikku mõju laste autonoomiale. Helerin Kukk on oma bakalaureusetöös (2014) võtnud vaatluse alla toote pakendi disainielemendid lastele suunatud turunduses ning Urmo Jaaska teostanud uurimuse (2006), mis põhineb eesti laste käsitlustel reklaamist reklaamveebide näitel.

Uurimuse eesmärgiks on analüüsida üldisi toodete turundusvõimalusi, sh eesti käsitöö- ja disainikaupluste hetkeolukorda (2026. aastal), sihtrühma, kolleksiooni "HØBU" potentsiaalseid müügiplatvorme ning lastele ja noortele suunatud toodete reklaamivõimalusi - tekstiilkäsitööd propageerivaid telesaateid viimase 2 aasta jooksul (2024.-2026. aastatel).

Töö eesmärkidest lähtuvalt olen püstitanud järgmised uurimisküsimused:

- Millised on võimalused etnograafilistele tekkidele ja vaipadele tikitud hobumotiivide väärindamiseks tänapäeval? Millised on sobilikud materjalivalikud, et säilitada võimalikult suurel määral motiivide autentsust?
- Millised on toodete turundusvõimalused lähtuvalt kolleksiooni "HØBU" olemusest ja sihtrühmast ning millised neist sobivad kolleksiooni tutvustamiseks?
- Millised on lastele ja noortele suunatud toodete reklaamivõimalused ja -platvormid tänapäeval?

Töös annan ülevaate ning selgitan järgmiste mõistete tähendusi: hobumotiivid; printsesslõige; šabloon; trafarett; turundus; sisu-, otse-, sündmus-, digiturundus ja reklaam.

Metoodika

Töö koosneb 2 osast: loov-praktilisest ja uurimuslikust osast. Loov-praktilise osa tulemusena on valminud 7 esemest (6 mantlit ja 1 tekst) koosnev kolleksioon. Soovisin hobumotiive kasutada võimalikult paljudel erinevatel mantlitel, mistõttu alustasin praktilise tööga juba 2025. aasta kevadel toimunud "Tarbetekstiili praktika" õppeaine raames, kui valmisid esimesed 3 mantlit ("HØBIK", "ÕUNIK" ja "HIIRIK"). Lõputööga seotud loov-praktilise tööna on valminud järgmised 3 mantlit ("HALLIK", "KABIK", "RAUDI") ja tekk

(“VANKRIK”). Uurimuslik osa tugineb teemakohastele teoreetilistele allikatele, varasemalt valminud uurimistöodele, käsitöö- ja disainikaupluste (4) külastamise käigus kogutud informatsioonile ning avalikult kättesaadavate tekstiilkäsitööd tutvustavate telesaadete (12) analüüsile.

Esimeses peatükis olen kajastanud taustinformatsiooni kollektsiooniga “HØBU” seotud ettevalmistavatest tööetappidest: kollektsiooni teostamise ideest, inspiratsiooniallikatest, sihtrühma valikust; kavandite loomisest, lõigete leidmisest, mustrimotiivide valikust ja kohandamisest tasapindsetelt tekstiilesemetelt ruumilistele rõivaesemetele; värvitoonide kohandamisest vastavalt kavandatud põhitoonidele; kangaste, tikkimislõngade ja -pistete valikust ning kollektsiooni ja toodete nimede kujunemisest. Teine peatükk baseerub toodete turundusvõimaluste, käsitöö- ja disainikauplustes toodete esitlemise ning lastele ja noortele suunatud toodete reklaamivõimalustega seotud uurimuslikul analüüsil.

Töö metodoloogiline raamistik põhineb kvalitatiivsel uurimisviisil ja empiirilisel andmekogumismeetodil. Käsitöö- ja disainikaupluste kui potentsiaalsete kollektsiooni “HØBU” kuuluvate esemete müügiplatvormide kaardistamiseks olen informatsiooni kogunud mitteametlike struktureerimata vestluste ning kirjaliku suhtluse (meilivestluse) kaudu. Kõigi vastajate nimed on jäetud anonüümseks, v.a vastaja Liivi Soova, kes on andnud nõusoleku oma nime avalikustamiseks. Tekstiilkäsitööd tutvustavate telesaadete analüüsimisel olen rakendanud veebipõhist infootsingut; teostanud kirjalikele allikatele ja statistilistele ülevaadetele toetudes sihtrühma ja dokumendianalüüsi ning esitanud kogutud teabe põhjal vastavaid järeldusi ja ettepanekuid.

1. Kolleksiooniga seotud taustinformatsioon

Peatükk edastab kolleksiooni valmistamisega seonduvat taustinformatsiooni, hõlmates praktilisele tööle eelnevate tööetappide kirjeldust ning kolleksioonile ja toodetele nimede leidmise põhimõtteid. Edastan ülevaate kolleksiooni kontseptsioonist ja inspiratsiooniallikatest; põhjendan sihtrühma määratlemisega seonduvat; kajastan olulisemat teavet kavandamisest, sobivate lõigete leidmisest, mustrimotiivide valikust ja esemetele paigutamisest; kolleksiooni valmistamisel kasutatud kangastest, tikkimislõngadest ja -pistetest.

1.1 Kolleksiooni teostamise idee, inspiratsioon ja sihtrühma valik

6 mantlist ja 1 tekist koosnev kolleksioon on inspireeritud 19. sajandi lõpul ja 20. sajandil valminud eesti hobumotiividega tikitud tekkide ja vaipade ainesest. Hobumotiivideks nimetatakse rahvakunstis kasutatud ning villastele tekkidele ja vaipadele tikitud hobusepea, hobuseraua ja ratsapiitsa motiive (Silivask, 2025).

Kolleksiooni valmistamise idee sai alguse juba seminaritöö raames teostatud esemevaatluse/uurimuse käigus, kui valmis ka 13 mustrijoonist. Eesmärgiga anda omapoolset panust pärandi säilimisse, soovisin leida tikandidekooridele uudseid väljundeid. Hobufiguuride mitmekesisuse eksponeerimiseks nägin kõige paremat võimalust just kolleksiooni valmistamise kaudu.

Ajalooliselt on motiive tikitud sisustustekstiilidele, kuid soovisin suurendada mustrite nähtavust ning tuua need otseselt kandjani, mille tõttu otsustasin esitleda motiive rõivakolleksiooni kaunistuselementidena. Minu visiooniks oli eksponeerida tikandeid nii, et need oleksid kõige enam kooskõlas täisvillaste etnograafiliste tekkide ja vaipade olemusega. Ideid motiivide presenteerimiseks oli mitmesuguseid, kuid valituks osutusid erinevad ülerõivad - pikad ja poolpikad mantlid, mis pakkusid võimalust teha etnograafilistele esemetele kõige enam sarnanevaid materjalivalikuid.

Juba kolleksiooni ettevalmistavates tööetappides välistasin masintikandi kasutamise, sest soovisin, et tikandid valmiks käsitööna ja sama autentselt, nagu neid oli teostatud ka 19.-20. sajandi etnograafilistele tekkidele ja vaipadele. Seadsin eesmärgiks tikkida kõik motiivid ise käsitsi, teha läbi mantli õmblemise tööetapid, kuid kasutada kolleksiooni õmblustööde tegemisel ja viimistlemisel professionaali abi.

Joonis 1. C. Dior, 1952
(allikas: Pinterest, s.a.)



Joonis 2. 1950. aastate rõivamood
(allikas: Cangiano, J; 2015)



Joonis 3. C. Dior, 1952
(allikas: Hprints, s.a)



Kollektsiooni “HØBU” mantlite tegumoe valikul oli peamiseks eesmärgiks leida tikanditele väärilist lahendust viisil, mis komplimenteeriks hobumotiivide olemust ja eripära.

Inspiratsiooni leidsin 1950. aastate moesuunast (vt joonis 2), eelkõige printsesslõikelistest mantlitest (vt joonis 1 ja 3). Printsesslõige on kehavormi järgiv, allosas avarduv ja ilma vöökoha läbilõiketa rõiva lõige (EKI, 2026). Mind kõnetas ajastule omane elegantsus ja naiselikkus, mida soovisin oma kollektsiooni kaudu esile tuua.

Esialgelt oli mõte valmistada kollektsioon ainult täiskasvanutele ja naistele, kuid erinevaid ideid kogudes jõudsin lahenduseni kasutada hobumotiive erinevas vanuses lastele ja noortele suunatud toodetel. Tekkinud idee võimaldas hobumotiivide väärindamise põhimõtte kõrval luua olulist lisandväärtust. Olen märganud, et pärandipõhises uusloomingus on kesksel kohal täiskasvanute rõivad, kuid tagaplaanile on jäetud noorem sihtrühm. Soovisin omapoolselt panustada rahvakunsti kestlikkusse ning aidata pärandist inspireeritud rõivastel jõuda noorema põlvkonna garderoobi. Lõpliku otsuse langetasin selle põhjal, et nn “hobutemaatika” oli kooskõlas laste- ja noorterõivaste iseloomuga ning olenemata sihtrühma muutumisest pakkus valitud ajastu tegumood võimalust säilitada motiividega kokkusobituvat elegantsi.

Ainult tüdrukutele suunatud kollektsioonist kujunes tööprotsessi käigus välja mitmekesisema valikuga kollektsioon. Juurde lisandusid poisid ja täiskasvanu mantlid ning ajalooliste saani- ja vankritekkide põhimõtet edasikandev hobumotiividega tikitud tekk, mis on mõeldud tolleaegse hobuvankri asemel kaunistama tänapäevast lapsevankrit.

1.2 Kavandamine, lõigete leidmine, muustrimotiivide valik ja paigutus esemetele

Kavandamisprotsessi tulemusel kujunesid välja kolleksiooni kuuluvate esemete vanuseline ja suuruseline järjestus, mantlite värvitoonide ja muustrimotiivide omavahelised kombinatsioonid ning paigutused. Esialgselt sai mantlite järjestus tehtud vanuse põhjal: mantlid 3-, 5- ja 7-aastastele tüdrukutele, 9-aastasele poisile, neiule ja täiskasvanule (vt lisa 1).

Tegumoega sobituvad baaslõiked leidsin erinevatest Burda Style õmblusajakirjadest (vt lisa 2), mille tulemusel tekkis vastav suuruseline järjestus: 98, 110, 122, 134, XS ja M. Kokku kasutasin 3 erinevat baaslõiget, mida oli vajalik kohandada selleks, et kolleksioon moodustaks lõpptulemusena sidusa terviku.

Mustrimotiivide valikul lähtusin eelkõige olemasolevate mustrijooniste erinevatest kompositsioonilahendustest ning soovisin, et esemetel oleks esindatud nii hobusepäid ja -raudu kui ka vähemalt üks ratsapiitsa motiiv. Valituks osutusid mustrid, kus kajastusid nii üksikult kui ka paarishobusepeadena tikitud motiivid, ratsapiitsad ning üles- ja allapoole suunatud harudega hobuserauad (vt lisa 4).

Valitud etnograafiliste tekkide ja vaipade põhilisteks värvitoonideks olid must ja hall, mille tõttu soovisin, et ka mantlite põhimaterjalide värvid oleksid neutraalsed. Samal ajal püüdsin lähtuda sellest, et kolleksioonis saaks esindatud mitmekülgne valik neutraalseid toone: musta ja halli kõrval valge, beež ja pruun. Eesmärgiga kooskõlastada tikandite värvigammat põhimaterjalide värvitoonidega on etnograafiliste tekitikanditega võrreldes hobumotiivide ja lilldekooride värve muudetud. Kõige suuremal määral sarnanevad originaalesemetele mantlid XS ja M, kus põhimaterjali ja tikandite värvikombinatsioonides tehtud muudatused on minimaalsed (vt joonised 12 ja 13).

Suurimaks väljakutseks osutus tasapindsetelt esemetelt (tekkidelt ja vaipadelt) mahajoonistatud muustrite paigutamine ruumilistele esemetele (mantlitele). Vormi muutumine nõudis omakorda sobilike kompositsioonilahenduste leidmist. Tekkide ja vaipade pinnad võimaldasid suuremõõtmeliste motiivide tikkimist ning tasapinnale teostatud tikandite kaudu tuli esile kogu motiivistiku ja ornamentika terviklikkus. Motiivide paigutamine mantlitele tingis olukorra, kus arvestada oli vaja nii ruumilisuse aspekti, lõigete eripära, õmblusjoonte kui ka muustrimotiivide kompositsiooniga. Mantlitele ei olnud võimalik motiive täissuuruses tikkida ning selle tõttu pidin mustreid oluliselt vähendama ja motiivgruppide omavahelisi paigutusi muutma, et säilitada võimalikult suurel määral muustrite autentsust.

1.3 Kangad, tikkimislõngad ja -pisted

Lähtuvalt sellest, et etnograafilistele täisvillastele tekkidele ja vaipadele teostatud tikandid olid villased, seadsin eesmärgiks säilitada motiivide ja materjalide omavahelist kokkusobivust. Kolleksiooni kuuluvate esemete valmistamiseks tegin materjalivalikuid kahest kriteeriumist lähtuvalt. Esiteks oli minu eesmärgiks leida mantlite ja teki valmistamiseks villasisaldusega kangaid ja peenvillaseid tikkimislõngu. Teiseks püüdsin järgida taaskasutuslikku aspekti ning kasutada võimalikult palju erinevaid kodus olemasolevaid kangaid, sh tuttavalt õmblejalt saadud kangavaru.

Esemete valmistamiseks olen kasutanud vähemalt 70% villasisaldusega kangaid. Mantli- ja voodrikangad, nõöbid, trukid ja tikandite kaunistused pärinevad järgmistest kauplustest: Abakhan Fabrics OÜ, Kangadzungel OÜ, Kangas & Nööp ning Karnaluks OÜ.

Tikkimislõngad olen soetanud erinevatelt eesti käsitöötarbid pakkuvatelt väikeettevõtetest: Aale Käsitöö OÜ, Aardla Kaubandus OÜ, Nobina Tuba OÜ (enam ei tegutse), kes pakuvad laias värvivalikus erinevaid peenvillaseid tikkimislõngu. Osaliselt olen kasutanud kauplusest Karnaluks OÜ ostetud 100% villaseid, Inglismaal toodetud (Appletons) tikkimislõngu. Täpsemad andmed esemete materjalide, koostiste ja päritolu kohta on esitatud töö lisades (vt lisa 3).

Tikkimistööle eelnevalt kasutasin mustrimotiivide kangale kandmiseks 4 erinevat võimalust. Motiive kopeerisin kangale triigitava kopeerpliatsi, hambapasta ja PVA - liimi segu ning šabloonide ja trafareti abil (vt lisa 5).

Kuna etnograafilistel tekkidel ja vaipadel on hobumotiivide tikkimiseks kasutatud kombineeritult nii madal- kui ka mähkpistet, kasutasin kolleksiooni "HØBU" esemete valmistamisel nimetatud pistete kooslust. Hobusepeade tikkimiseks kasutasin peamiselt ainult madalpistet ning lille- ja lehemotiivide tikkimiseks mähkpistet, mille tulemusel muutus tikandidekoori pind lopsakamaks ja ruumilisemaks.

Hobumotiivide (hobusepeade, -raudade ja ratsapiitsa) ning lilldekoori tikkimiseks kasutasin 4 erinevat tikkimispistet: madal-, mähk-, vars- ja ahelpisteid. Hobusepea tikkimise näitlikustamiseks (vt lisa 6) olen loonud graafilise disaini kujundusprogrammis - Canva's digitaalsed joonised ning kasutanud saanitekilt (ERM HM E 1404) pärinevat mustrimotiivi.

1.4. Kolleksiooni ja toodete nimed

Kolleksiooni valmimise käigus soovisin, et loodava kolleksiooni nimi oleks võimalikult minimalistlik ja lühike ning viitaks otseselt kõige olulisemale - hobumotiivile. Kolleksiooni

nimeks sai “HØBU”, milles skandinaaviapärase “Ø” viitab antud kontekstis tikkimisirõngale ja nõelale ning sümboliseerib etnograafilistel tekkidel ja vaipadel esinevat hobuseraua ja ratsapiitsa motiivi kombinatsiooni.

Kui ajalooliselt on etnograafilised hobumotiividega tikitud tekid ja vaibad olnud otseses seoses hobustega ning hobusõitudega, siis oli taotluslik, et toodete nimed viitaksid vastavate eesti hobuste värvitoonidele. Siinkohal on oluline mainida, et tikitud motiivide värvitoonid pole 1:1 identsed hobuste värvitoonidega, vaid on hobuste värvustele võimalikult sarnased. Järgnevalt olen välja toonud informatsiooni ja fotod vaid nende hobuste värvitoonidest, mille järgi on kollektsiooni “HØBU” esemed oma nimed saanud. Hobustel on arvukalt erinevaid värvitoone ja varjundeid, mis varieeruvad lumivalgest kuni süsimustani. Üldlevinud värvusteks on kas hall, kõrb või raudjas, kuid leidub ka harvaesinevaid tiigertribulisi ja metalliläikelisi hobuseid (Raudsepp, 2011).

Joonis 4. Hõbemust hobune (EHKÜ, s.a)



Joonis 5. Kollane hobune (EHKAS, s.a)



Mantel “HÕBIK” on oma hõbedaste ja mustjashallide toonidega hobusepea motiivi tõttu saanud nime hõbemusta hobuse järgi (vt joonis 4). Hõbemustaks nimetatakse hõbedase alatooniga hobust, kes kannab hõbegeeni, mis muudab musta hobuse metalliläikeliseks mustjashalliks. Sõltuvalt värvist on hõbemusta kõrval esindatud ka hõbevõik ja hõbekõrb (Raudsepp, 2011).

Mantli “ÕUNIK” hobusepea motiivi värvitoon on inspireeritud kollasest hobusest (vt joonis 5), kuid nimi on tuletatud beežikast ja lahjast kollasest õunale sarnanevast värvitoonist. Kollasele hobusele on iseloomulik kollane või kuld kollane karvkate, tume naha pigment ning valkja värvusega saba ja lakk (EHKÜ, s.a). “Õunikut” ehk õunakirja hobust (EVS, s.a) ametlikult hobuse värvuse nimetusena ei kasutata, kuid tegu on rahvapärase nimetusega, mis mantli värvitoonidega kokku sobitus.

Joonis 6. Hall hobune (EHKAS, s.a)**Joonis 7.** Hõbeahkhiirjas (EHKAS, s.a)

Mantel “HIIRIK” on hiirekarva hobumotiivide tõttu saanud nime hõbeahkhiirja hobuse järgi (vt joonis 7). Hiirjat hobust iseloomustavad hiirekarva karvkate, tumedamad jalad, lakk ja saba (EHKÜ, s.a). Värvus on omane metsikutele hobustele, kuid on olnud eesti hobuse puhul tavaline, et mitte öelda üldine. Hiirjatel hobustel on erinevaid värvuste nimetusi, näiteks kõrbhiirjas, punahiirjas jne (Randlaht, 2011).

Kollektsiooni kuuluv mantel “HALLIK” on nimetatud halli värvi hobuse järgi (vt joonis 6). Halli peetakse eriliseks värvuseks, õigemini on tegu pigmendi ehk värvuse puudumisega (Raudsepp, 2011).

Mantlid “KABIK” ja “RAUDIK” on oma nimed saanud mantlitel kasutatud hobuseraua motiivide järgi. Nimi “KABIK” viitab kabjarauale ning “RAUDIK” hobuserauale. Tegemine on sünonüümidega ning “hobuserauda” on teisisõnu nimetatud “kabjarauaks”. Kollektsiooni kuuluva hobumotiividega tikitud teki “VANKRIK” nimi viitab otseselt eseme kasutusfunktsioonile. Täpsemad andmed esemete kirjelduste ning tikkimistöole kulunud ajast on esitatud töö lisades (vt lisa 7 ja 8).

Joonis 8. Mantel "HÕBIK" (fotod: Tiina Kukk) ja saanitekk (ERM HM E 1404)



Joonis 9. Mantel "ÕUNIK" (fotod: Tiina Kukk) ja sõidutekk (ERM A 693:31)



Joonis 10. Mantel "HIIRIK" (fotod: Tiina Kukk) ja vaip (ERM A 621:55)



Joonis 11. Mantel "HALLIK" (fotod: Tiina Kukk) ja saanitekk (VM VM 9961 E 1830)



Joonis 12. Mantel "KABIK" (fotod: Tiina Kukk) ja saanitekk (AM _ 27171 E 2881)



Joonis 13. Mantel "RAUDIK" (fotod: Tiina Kukk) ja saanitekk (PM_4120:1 E 400:1)



Joonis 14. Tekk “VANKRIK” (fotod: Tiina Kukk); muster saanitekilt (AM _ 27171 E 2881, vt joonis 12)



2. Toodete turundusvõimalused

Käesolevas peatükis olen selgitanud “turunduse” definitsiooni ning andnud põgusa ülevaate valdkonnaga seonduvast. Turundusvõimalusi käsitlevad teemaosad olen struktureerinud alapeatükkidesse ning erinevate võimaluste kaardistamisel ja analüüsimisel lähtunud kollektsiooni “HØBU” olemusest ja sihtrühmast. Oluline on rõhutada, et eesmärgiks pole kollektsiooni müüki suunamine, vaid toodete asjakohasuse hindamine ja erinevate turundusväljundite leidmine kollektsiooni “HØBU” näitel.

Turundust on defineeritud kui tegevuste kogumit, mille eesmärgiks on müüja eesmärkide ja kliendi soovide kokkuviiimine. Kitsamas tähenduses koosneb turundus ettevõtte tegevustest, mida rakendatakse selleks, et kliendid tooteid või teenuseid ostaksid (Lukka & Bristol, 2025). Turunduse alla kuuluvad: turu-uuringud, müügikanalite valik, hinnapoliitika, toote ja pakendi kujundamine, müük ja müügi toetamine. Turundustegevuse põhieesmärgiks on sihtrühma määramine ning sihtrühmi soovidele vastava väärtuse loomine. Tooteid on võimalik turundada läbi erinevate reklaamikanalite, rakendada sisu-, otse-, sündmus- või digiturundust (Tartu Ülikool, s.a.).

Sisuturundus tähendab klientide ja ettevõtte kogemuste ning toote kujunemisloo kajastamist. Turunduskanaliteks on saated, artiklid, blogid, videod ja

sotsiaalmeediapostitused. Otseturundus on erinevate meediakanalite kaudu sihtrühmaga otsese kontakti saavutamine. Sündmusturundus tähendab sihtrühmale sõnumi edastamist mõne ürituse kaudu (näiteks tootesitlust tehes), eesmärgiga tekitada pikaajaliselt püsivat ja positiivset emotsiooni. Digiturundus - üha enam leviv turundutegevus, on tehnoloogiliste vahendite (nutitelefonid või arvutiekraanid) kaudu toote pakkumine. Oluline on kodulehekülje olemasolu, mida on kohandatud vastavalt nii arvutis kui ka nutitelefoni kasutamiseks (Tartu Ülikool, s.a.).

2.1. Toodete esitlemine käsitöö- ja disainikauplustes

Toodete presenteerimiseks sobilike müügikeskkondade kaardistamiseks ja analüüsimiseks olen võtnud vaatluse alla 4 erinevat eesti käsitöö- ja disainikauplust: Solaris`e keskuses asuvad Krunnipea, Pärl ja Eesti Disaini Maja ning Tallinna vanalinnas asuva Kaarmanni Käsitöö.

Uurimuse läbiviimiseks vajalike käsitöö- ja disainikaupluste valiku tegin eelkõige kollektsiooni "HØBU" mantlite olemusest lähtuvalt. Nimetatud poodides oli esindatud loomingut erinevatelt eesti brändidelt ja autoritelt. Valikust jäid välja Telliskivi Loomelinnakus asuvad disainipoed, sest tegu oli peamiselt kindlate autorite tooteid pakkuvate brändipoodidega. Kaupluste külastamine andis ülevaate käsitöötoodete müügist nii Tallinna Solaris`e kaubanduskeskuses kui ka Tallinna vanalinnas. Kvalitatiivsel uurimisviisil ja empiirilisel andmekogumismeetodil baseeruv uurimus kajastab 4 erineva kaupluse külastamise käigus kogutud informatsiooni (vt lisa 9) ning järeldused on tehtud saadud info ja tagasiside põhjal.

2013. aastal läbiviidud uurimuses prognoositi, et demograafilistest ja majanduslikest näitajatest lähtuvalt, on käsitööettevõtlaste jaoks soodne aeg saabumas järgneva 10 aasta jooksul (Toompere, 2013). Ajaperioodil, mil uurimus teostati, ei osatud ennustada 2019. aastal alanud ülemaailmse koroonapuhangu ja 2022. aastal alguse saanud sõjaolukorra koosmõjust tingitud üldist majanduslangust ja majanduslikku ebakindlust. Krunnipea disainipoe sulgemise näitel ning Kodukäsitöö OÜ-lt saadud informatsiooni põhjal järeldub, et ebasoodne majanduslik olukord avaldab siiani (2026. aastani) teatavat mõju käsitööettevõtetele ja toodete müügile.

Üldistavalt võib järeldada, et peamiseks käsitöö- ja disainikaupluste külastavaks sihtrühmaks on eesti inimesed. Põhiliselt müüakse ehteid, aksessuaare, kotte ja rõivaid, kuid kõige rohkem ostetakse võimalikult odavat kaupa ja väiksemaid esemeid. Kogutud

informatsiooni põhjal saab väita, et käsitöö- ja disainikauplustes on lastemantlite müümine keeruline. Kolleksiooni “HØBU” kuuluvate esemete jaoks ei ole käsitöö- ja disainikauplused sobivaks müügiplatvormiks ning peamiseks põhjuseks on lastele suunatud toodete kallihinnalisus.

Teisalt ilmneb tagasiside põhjal vastuolu. Krunnipea kaupluse sulgemise põhjusena toodi välja ostujõuliste klientide vähesust ja eesti käsitöö kõrget maksumust. Samal ajal märkis kaupluse Päril omanik, et paljud noored lapsevanemad ostavad oma lastele kallihinnaliste luksusbrändide rõivaid. Info põhjal võib järeldada, et ressursipuudus ei ole peamine eesti käsitöö müüki pärssiv probleem. Kõrgmoe toote eelistamine samasse hinnaklassi kuuluvale eesti käsitööna valminud tootele, viitab pigem ebapiisavale eesti rahvakunsti ja käsitööd propageerivale turundustegevusele noorema põlvkonna hulgas. Tulenevalt sellest, käsitlen järgmises peatükis erinevad reklaamikanaleid, et pakkuda võimalikule turundusprobleemile lahendust.

2.2. Lastele ja noortele suunatud toodete reklaamivõimalused

Kolleksiooni “HØBU” sihtrühmast lähtuvalt analüüsin peatükis lastele ja noortele suunatud toodete reklaamiga ning erinevate reklaamivõimalustega seonduvat. Püüan veebipõhise infootsingu käigus välja selgitada, kas praegused käsitöötoodete reklaamikanalid (nt telesaated) on vastavuses reklaamikanalitega, mida kasutab noorem sihtgrupp. Teen ettepanekuid rahvusliku tekstiilipärandi esitlemiseks ja etnograafilistel ainetel loodud käsitöötoodete tutvustamiseks tänapäeval.

Reklaamiks nimetatakse tasuta või tasulist idee või toote esiletõstmist ja tutvustamist (Tartu Ülikool, *s.a.*). Reklaamikanali valik sõltub vahendatavast sõnumist, mis on omakorda seoses väärtuse kuvandi ja sihtgruppidega ning varasemalt tehtud otsustega (Kotler, 2002).

Eeskätt on oluline välja tuua, et mistahes platvormil tehtav, lastele ja noortele (alla 18-aastastele isikutele) suunatud reklaam peab olema vastavuses reklaamiseaduse nõuetega. Reklaami kaudu ei tohi otseselt pöörduda laste poole ega suunata neid teiselt isikult nõudma reklaamitava objekti või teenuse omandamist. Toodet ei ole lubatud reklaamida lastehoius, lasteaias, põhikoolis, gümnaasiumis ega kutseõppeasutuses (Reklaamiseadus, *s.a.*).

Lapsed on reklaamide kaudu lihtsasti mõjutatavad ning seetõttu on lastele toodete reklaamimine enamasti ebaeetiline ja avaldab negatiivset mõju nende väljakujunemata autonoomiale ja väärtustele (Tiimus, 2021). Lastele suunatud toodete reklaamimiseks on sobilikuks sihtgrupiks lapsevanemad, kes teevad vastavaid kaalutletud ostuotsuseid. Siinkohal

eristaksin reklaami kui müügitgevust toetavat ja reklaami kui valdkonda propageerivat väljundit, mida määratleksin kaudse reklaamina või reklaamilaadse tegevusena. Antud uurimuse eesmärgiks on leida positiivseid lahendusi ja võimalusi lastele ja noortele suunatud toodete tutvustamiseks sihtgruppi kahjustamata. Võtan vaatluse alla erinevad rahvuslikku käsitööd tutvustavad reklaamikanalid ning analüüsin nende suutlikkust pakkuda potentsiaalset võimalust nooremale tarbijaskonnale eesti rahvakunsti tutvustada.

Üldiselt on rahvuslikku tekstiili esitlevateks reklaamikanaliteks peamiselt telesaated ja ajakirjad, k.a Eesti Rahvakunsti ja Käsitöö Liidu korraldatavad sündmused ja käsitöökoolitused. Ajakiri Käsitöö on Eesti suurim rahvuslikku ning aegumatut käsitööd tutvustav ajakiri, milles leidub rahvarõivaste valmistamise õpetusi ja koolide tutvustusi ning esitatakse tööjuhendeid nii tikkimise ja õmblemise kui ka kudumise ja heegeldamise kohta (Käsitöö, s.a).

2013. a tehtud uurimuses on välja toodud, et 20-aastased ei ole tarbijaskond, kes aktiivselt käsitööd ostaks, kuid rakendades uudseid ja trenditeadlikke tehnoloogiaid ning tehes käsitööga seotud teavitustööd, kasvaks noorte huvi valdkonna vastu. Ainult ajakirja või raadio kaudu reklaami tegemine ei ole piisav, sest see on suunatud ühele konkreetsele lugejaskonnale (Toompere, 2013) ning noortele mõeldud toote turundamist paberkandjal peetakse aja ja ressursside raiskamiseks. Oluliselt tulemuslikumat eesmärki on võimalik saavutada digireklaami või sotsiaalmeediapostituse kaudu (Tartu Ülikool, s.a.).

Eesti tekstiilkäsitööd tutvustavate telesaadete kaardistamiseks olen kogunud andmeid veebipõhise infootsingu kaudu. Valimis on 12 telesaadet, millest 5 on üldiselt käsitööd tutvustavad ning 7 saadet kajastavad otseselt rahvusliku käsitööga seotud teemasid. Täpsemad andmed on esitatud töö lisades (vt lisa 10). Selgus, et viimaste aastate (2024.-2026. a) jooksul on eesti tekstiilkäsitööd peamiselt tutvustatud Eesti Rahvusringhäälingu (ERR) telekanali Eesti Televisiooni (ETV) telesaadetes. Kõige rohkem on eesti tekstiilkäsitööga seotud teemasid kajastatud telesaadetes “Prillitoos” ja “Ringvaade”, kuid valdkondlikke käsitöötehnikaid, esemeid ja mustreid on tutvustatud ka saadetes “Hommik Anuga”, “Maahommik” ning “Muhu mustrid ja värvid”.

2016. aastal läbiviidud uurimuses on välja toodud, et ETV-d eelistavad vaadata peamiselt 60-aastased või vanemad eesti elanikud, kes keskenduvad selliste saadete sisule, mis pakuvad infot või analüüsi elust enesest (Paas, 2016). Noorte hulgas on igapäevane televisiooni tarbimine langenud ning uudiste ja telesaadete osakaal moodustab u 2% audiovisuaalse sisu tarbimisele kuluvast ajast (Perli, 2025, viidatud López Vidales & Gómez Rubio, 2021). ERR-i programmis on noorte huvidele vastavad teemad jäänud tagaplaanile

ning noorem tarbijaskond on peamiselt sotsiaalmeedia ning meelelahutuslike kanalite jälgijad (Tins, 2017).

Kogutud informatsiooni põhjal võib järeldada, et nimetatud rahvuslikku käsitööd tutvustavad ajakirjad ja telesaated jõuavad eelkõige vanemaalase vaatajaskonnani. Paberkandjal info tarbimine ning televiisori vaatamine on noorte hulgas vähenenud. Veebipõhise infootsingu käigus kogutud andmetele ja kirjalikele allikatele toetudes järeldub, et ajakirjad ning telesaated ei ole peamised nooremat tarbijaskonda kõnetavad reklaamivõimalused. Sõltumata ajakirja sisust või konkreetse telekanali populaarsusest, on noorema põlvkonna jaoks põhiliseks informatsiooni hankimise vahendiks digiplatvorm ja sotsiaalmeedia.

Tuginedes uurimistulemustele ning isiklikule sotsiaalmeedia kasutamise kogemusele, näen ühe potentsiaalse võimalusena rakendada digiturundust ning propageerida rahvuslikku käsitööd kaasaegsetel digiplatvormidel (nt Instagram´is ja YouTube´is). Tänapäeval teevad erinevatele brändidele ja toodetele (rõivastele, aksessuaaridele jms) pidevat reklaami erinevad sisuloojad ja “influencer´id”, keda noored sotsiaalmeedias igapäevaselt jälgivad. Väidan, et rakendades sisuloojaid (k.a tuntud eesti lauljaid, näitlejaid jt digiplatvormidel populaarseid mõjuisikuid) rahvuslike käsitöötoodete reklaamijatena, suureneb tõenäosus, et rahvakunst jõuab noorema tarbijaskonna huviorbiiti.

Teiseks võimaluseks on tutvustada etnograafilisi tooteid rahvuslikku käsitööd propageerivatel ja valdkonna arengut toetavatel sündmustel, millega kaasneb aktiivne sotsiaalmeediaplattformidel tehtav reklaam. Näiteks on pärandipõhiste toodete esitlemisvõimaluseks Estonian Fashion Festival´i raames toimuv moeetendus - OmaMood, kuhu on eelnevalt korraldatud konkursi tulemusel osutunud valituks ka kollektsioon “HØBU”.

Kokkuvõte

Loov-praktiline ja uurimuslik töö andis ülevaate kollektsiooni “HØBU” esemete valmistamisega seonduvast ning lastele ja noortele suunatud toodete turundusvõimalustest. Loov-praktilise osa eesmärgiks oli leida ajaloolistele hobufiguuridele tänapäevaseid rakendusvõimalusi, et kõnetada pärandipõhise kollektsiooni valmistamise kaudu nooremat sihtgruppi. Uurimusliku osa eesmärgiks oli vaadelda toodete presenteerimiseks sobilikke müügikeskkondi, kaardistada ning analüüsida lastele ja noortele suunatud ning etnograafilistel ainetel põhinevate toodete turundus- ja reklaamivõimalusi.

Töö esimeses osas kajastasin kollektsiooniga seotud taustinformatsiooni. Selgitasin kollektsiooni teostamise ideed, inspiratsiooniallikate leidmist ning sihtrühma valimise põhimõtteid. Andsin ülevaate kavandamisest, kasutatud lõigetest, mustrimotiividest ja nende esemetele paigutamisest; kangastest, tikkimislõngadest ja -pistetest; erinevatest mustri kangale kandmise võimalustest ning kollektsiooni ja toodete nimedest. Töö teine osa põhines uurimisel, mis edastas ülevaatlikku informatsiooni turundusest üldiselt, esemete esitlemisest käsitöö- ja disainikauplustes; lastele ja noortele suunatud toodete reklaamivõimalustest ning reklaamikanalite vastavusest sihtgrupi hulgas.

Etnograafilistele esemetele tikitud hobumotiivide väärindamiseks leidsin väljundi loov-praktilise tööna valminud kollektsiooni kaudu ning motiivide autentsuse säilitamiseks valisin esemete valmistamiseks villasisaldusega kangaid ja tikkimislõngu. Toodete turundus- ja reklaamivõimalusteks võivad olla kauplused, ajakirjad, telesaated ja sotsiaalmeediakanalid, kuid kollektsiooni “HØBU” olemusest ja sihtrühmast lähtuvalt ei ole käsitöö- ja disainikauplused lastele ja noortele suunatud toodete jaoks sobilikud müügiplatvormid. Uurimuse käigus ilmnis ebapiisavale rahvakunsti propageerimisele viitav turundusprobleem ning ajakirju ja telesaateid ei saa pidada nooremat tarbijaskonda kõnetavateks reklaamivõimalusteks. Selleks, et rahvuslikke käsitöötooteid sihtgrupile tutvustada, võiks nimetatud väljundite asemel reklaamida esemeid erinevatel sotsiaalmeediaplatformidel.

Antud töö eesmärk sai täidetud, kuid edasiselt võiks vaadelda rahvuslike käsitöötoodete turundusvõimalusi väljaspool Eestit; kaardistada tänapäevaseid lasterõivaste müügikeskkondi ning analüüsida põhjalikumalt etnograafilistel ainetel põhinevate esemete kontekstist lähtudes sotsiaalmeediaplatformidel tehtavat reklaami.

Kasutatud allikad

- Burda Moden. (1996). 137 Mantel für Mädchen, lk 83 - 84.
- Burda. (2007). 134 A, B, C Пальто, lk 148 - 149.
- Burda Style. (2015). 134 Boy's jacket, lk 25.
- Burda Style. (2016). 102 Coat, lk 5 - 6.
- Cangiano, J. (2015). *Chronically Vintage. Coat dresses.*
https://www.chronicallyvintage.com/search?updated-max=2015-01-09T05%3A00%3A00-08%3A00&max-results=3&start=9&by-date=false&utm_source=Pinterest&utm_medium=organic
- Eesti Ajaloomuuseum SA. (s.a.). AM _ 27171 E 2881.
<https://www.muis.ee/museaalview/1538709>
- Eesti Hobuse Kaitse Ühing. (s.a.). *Esthorse.ee. Eesti hobune. Värvuste kirjeldused.*
<https://www.esthorse.ee/index.php?id=varvuste-kirjeldused>
- Eesti Keele Instituut. (2026). *Sõnaveeb. Printsesslõige.*
<https://sonaveeb.ee/search/unif/dlall/dsall/printsessl%C3%B5ige/1/est>
- Eesti Keele Instituut. (2026). *Sõnaveeb. Šabloon.*
<https://sonaveeb.ee/search/unif/dlall/dsall/%C5%A1abloon/1/est>
- Eesti Keele Instituut. (2026). *Sõnaveeb. Õunik.*
<https://arhiiv.eki.ee/dict/evs/index.cgi?Q=%C3%B5unik&F=V>
- Eesti Rahva Muuseum. (s.a.). *ERM A 693:31.* <https://www.muis.ee/museaalview/497314>
- Eesti Rahva Muuseum. (s.a.). *ERM A 621:55.* <https://www.muis.ee/museaalview/480880>
- Eesti Rahva Muuseum. (s.a.). *ERM HM E 1404.* <https://www.muis.ee/museaalview/2920592>
- Eesti Rahvusringhääling (23.03.2024). *Hommik Anuga. Anne Reemann: ma olen kangastelgede all kasvanud* [Telesaade]. Eesti Televisioon.
<https://eeter.err.ee/1609291638/anne-reemann-ma-olen-kangastelgede-all-kasvanud>
- Eesti Rahvusringhääling (13.10.2024). *Hommik Anuga. Käsitööarmastajate pere: see on väga oluline oskus meie aju jaoks* [Telesaade]. Eesti Televisioon.
<https://eeter.err.ee/1609489501/kasitooarmastajate-pere-see-on-vaga-oluline-oskus-meie-aju-jaoks>
- Eesti Rahvusringhääling (25.01.2025). *Maahommik: 418* [Telesaade]. Eesti Televisioon.
<https://arhiiv.err.ee/video/vaata/maahommik-418>
- Eesti Rahvusringhääling (23.12.2025). *Muhu mustrid ja värvid* [Telesaade]. Eesti Televisioon. <https://jupiter.err.ee/1609883057/muhu-mustrid-ja-varvid>

- Eesti Rahvusringhääling (14.04.2024). *Prillitoos. Liina Veskimägi-Iliste: Christi Küti põimevaibad jutustavad erilisi lugusid* [Telesaade]. Eesti Televisioon.
<https://eeter.err.ee/1609314954/liina-veskimagi-iliste-christi-kuti-poimevaibad-jutustavad-erilisi-lugusid>
- Eesti Rahvusringhääling (25.02.2024). *Prillitoos: 666* [Telesaade]. Eesti Televisioon.
<https://arhiiv.err.ee/video/vaata/prillitoos-666>
- Eesti Rahvusringhääling (23.03.2025). *Prillitoos: 701* [Telesaade]. Eesti Televisioon.
<https://arhiiv.err.ee/video/vaata/prillitoos-701>
- Eesti Rahvusringhääling (11.05.2025). *Prillitoos: 708* [Telesaade]. Eesti Televisioon.
<https://arhiiv.err.ee/video/vaata/prillitoos-708>
- Eesti Rahvusringhääling (17.10.2025). *Ringvaade. Anne Reemann: käsitöö on hea viis, kuidas pingeid maandada* [Telesaade]. Eesti Televisioon.
<https://eeter.err.ee/1609832394/anne-reemann-kasitoo-on-hea-viis-kuidas-pingeid-maandada>
- Eesti Rahvusringhääling (09.01.2026). *Ringvaade. Kudumismeister Tiina Meeri: käsitöö ei kao kuhugi* [Telesaade]. Eesti Televisioon.
<https://eeter.err.ee/1609905811/kudumismeister-tiina-meeri-kasitoo-ei-kao-kuhugi>
- Eesti Rahvusringhääling (16.01.2025). *Ringvaade. Rahvarõivakoolis valmistab ka algaja endale täiusliku rahvariidekomplekti* [Telesaade]. Eesti Televisioon.
<https://eeter.err.ee/1609577428/rahvaroivakoolis-valmistab-ka-algaja-endale-taiusliku-rahvariidekomplekti>
- Eesti Tõugu Hobuse Kasvatajate ja Aretajate Selts. (s.a). *Eesti hobune. Eesti hobuse värvused*. <https://eestihobu.ee/about/varvused/>
- Estonian Design House. (s.a.). *Estonian Design House. Meist*.
<https://www.estoniandesignhouse.ee/meist/>
- Hprints. (s.a). *Les Archives de la Mode. Christian Dior 1952 La Redingote, Photo Pottier*.
<https://hprints.com/en/item/99476/Christian-Dior-1952-La-Redingote-Photo-Pottier>
- Järvamaa Muuseum. (s.a.). *PM_4120:1 E 400:1*. <https://www.muis.ee/museaalview/1592927>
- Kodukäsitöö OÜ (s.a). *Kauplused*. <https://crafts.ee/kauplused/>
- Kotler, P. (2002). *Kotleri turundus. Kuidas luua, võita ja valitseda turgusid*. Kirjastus Pegasus.
- Krunnipea Disainipood. (s.a). <https://krunnipea.ee/> (veebileht ei ole enam kättesaadav)
- Lukka, K. & Bristol, M. (2025). *Loovettevõtja baaskursus. Turundus*. [Loenguslaidid, Tartu Ülikooli Viljandi kultuuriakadeemia]

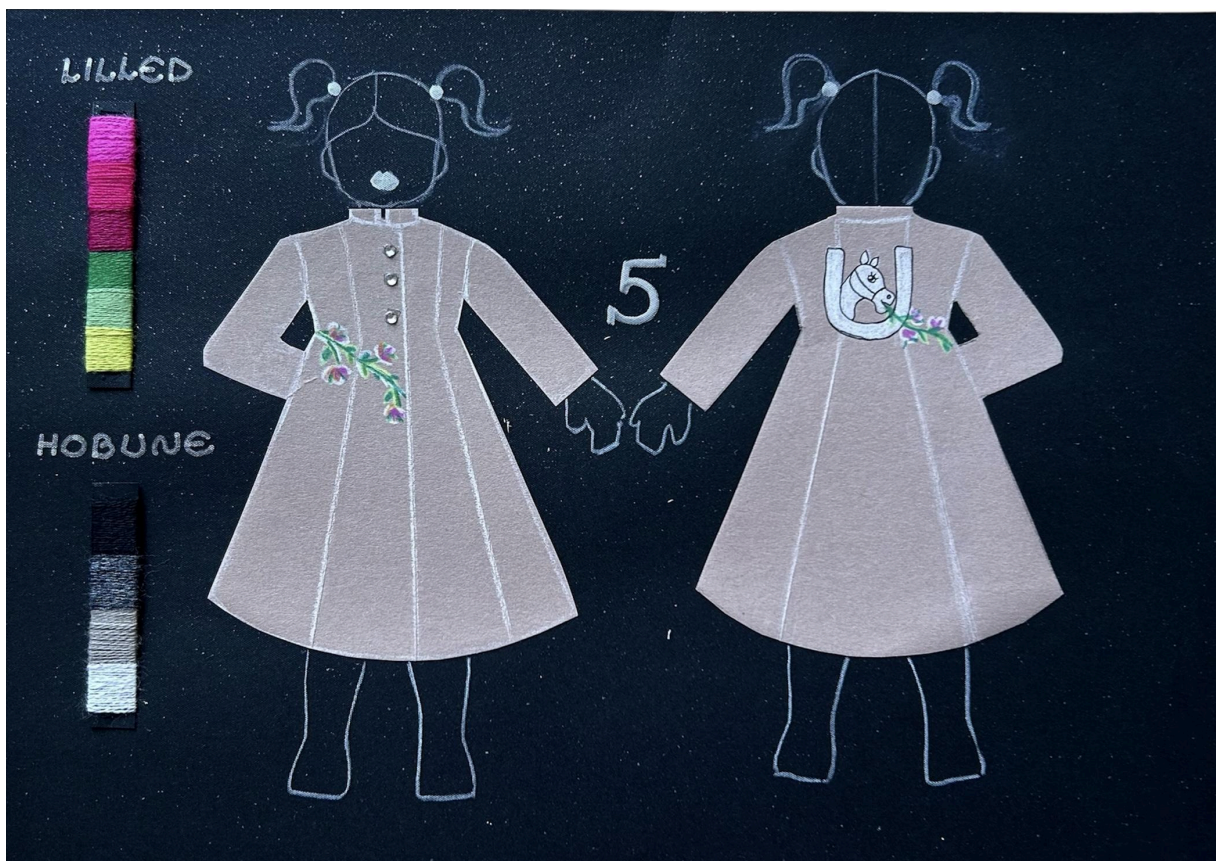
- Paas, A. (2016). *Eesti televaatajate kirjeldus sotsiaal-demograafiliste näitajate alusel*. [Bakalaureusetöö, Tartu Ülikool]. Dspace. <http://hdl.handle.net/10062/51947>
- Perli, L. (2025). *Noorte lineaartelevisiooni vaatajate tüpoloogia*. [Bakalaureusetöö, Tallinna Ülikool]. ETERA. <https://www.etera.ee/s/e9JzwN5d3d>
- Pinterest. (s.a). 1952 *Christian Dior*. <https://www.pinterest.com/pin/343751384034016064/>
- Pärl. (s.a.). *Kauplus Pärl*. <https://parlpood.ee/kauplus/>
- Randlaht, I. (2011). Eesti hobuse värvused. A. Ruus (koost), *Eesti hobune*. (lk 33 - 37). Eesti Hobuse Kaitse Ühing.
- Raudsepp, T. (2011). Heal hobusel ei ole värvi. A. Ruus (koost), *Eesti hobune*. (lk 6 - 32). Eesti Hobuse Kaitse Ühing.
- Reklaamiseadus. (s.a). <https://www.riigiteataja.ee/akt/186596>
- Ribelus, K. (2017). *Trafarettmaalingud Eesti 20. sajandi interjöörides Tartu näitel* [Magistritöö, Eesti Kunstiakadeemia]. Digiteek. https://digiteek.artun.ee/fotod/loputood/magister/event_id-215
- Silivask, M. (2025). *Eesti hobumotiividega tikitud villased tekid ja vaibad 19. sajandi lõpul ja 20. sajandil* [Seminaritöö, Tartu Ülikooli Viljandi kultuuriakadeemia].
- Tartu Ülikool. (s.a.). *Hakka ettevõtjaks. START. Turundus ja turundussuhtlus*. <https://sisu.ut.ee/alusta-ettevotlusega/turundus-ja-turundussuhtlus/>
- Telia Inspira (al. 07.04.2025). *Kuldkäed* [Telesaade]. Telia TV. <https://www.teliatv.ee/film/87128/kuldkaed>
- Tiimus, A. (2021). *Lastele suunatud reklaamid võivad kahjustada laste autonoomiat*. [Bakalaureusetöö, Tartu Ülikool]. Dspace. <http://hdl.handle.net/10062/72691>
- Tins, A. (2017). *Noorte eelistused ja ootused seoses Eesti avalik-õigusliku ringhäälinguga*. [Bakalaureusetöö, Tartu Ülikool]. Dspace. <http://hdl.handle.net/10062/56783>
- Toompere, M.H. (2013). *Käsitööturu turunduskeskkonna analüüs Eesti näitel*. [Bakalaureusetöö, Tallinna Ülikool]. ETERA. <https://www.etera.ee/s/nlFaJq4WU0>
- Viljandi Muuseum SA. (s.a.). *VM VM 9961 E 1830*. <https://www.muis.ee/museaalview/922821>
- Ühinenud ajakirjad. (s.a.). *Käsitöö*. <https://www.ajakirjad.ee/ajakirjad/kasitoo>

Lisa 1. Kollektiooni "HØBU" kavandid

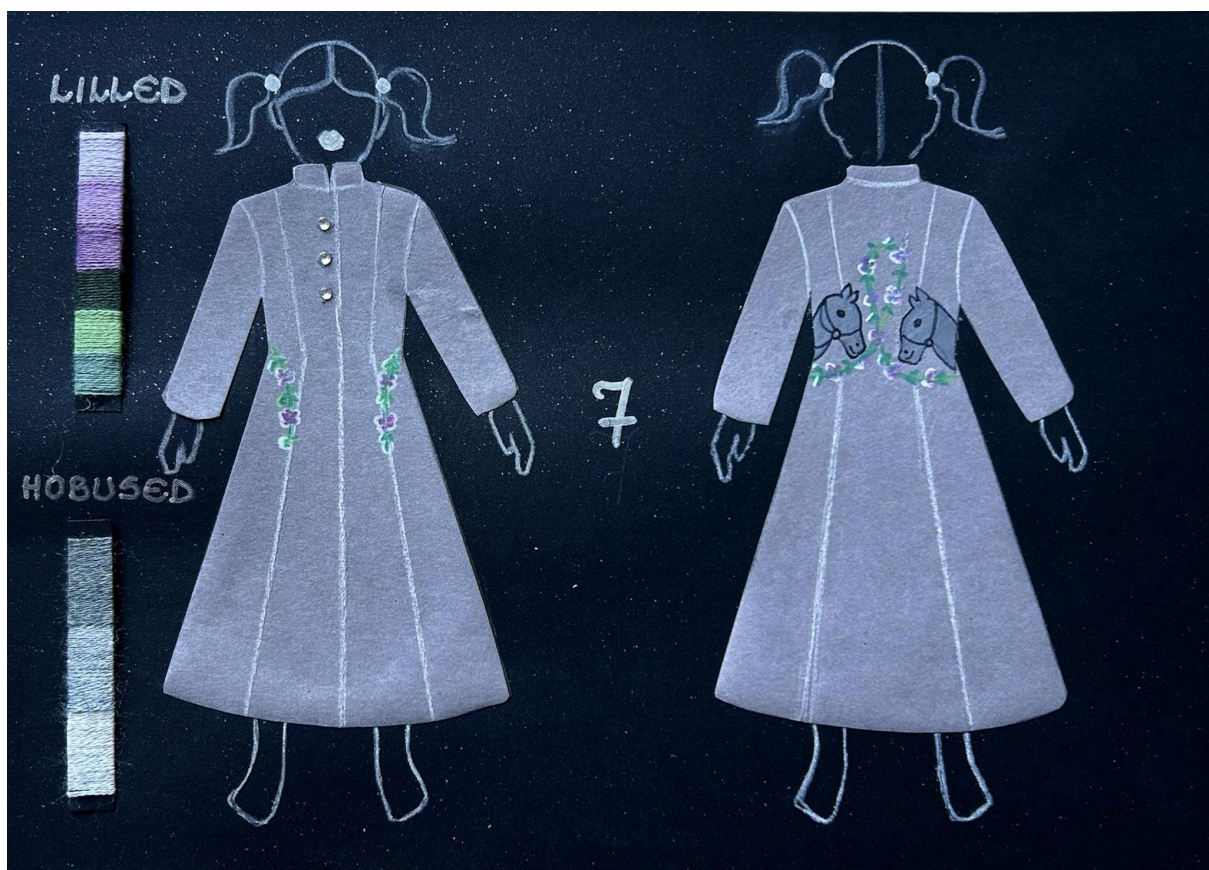
Joonis 1. Mantel 3-aastasele tüdrukule



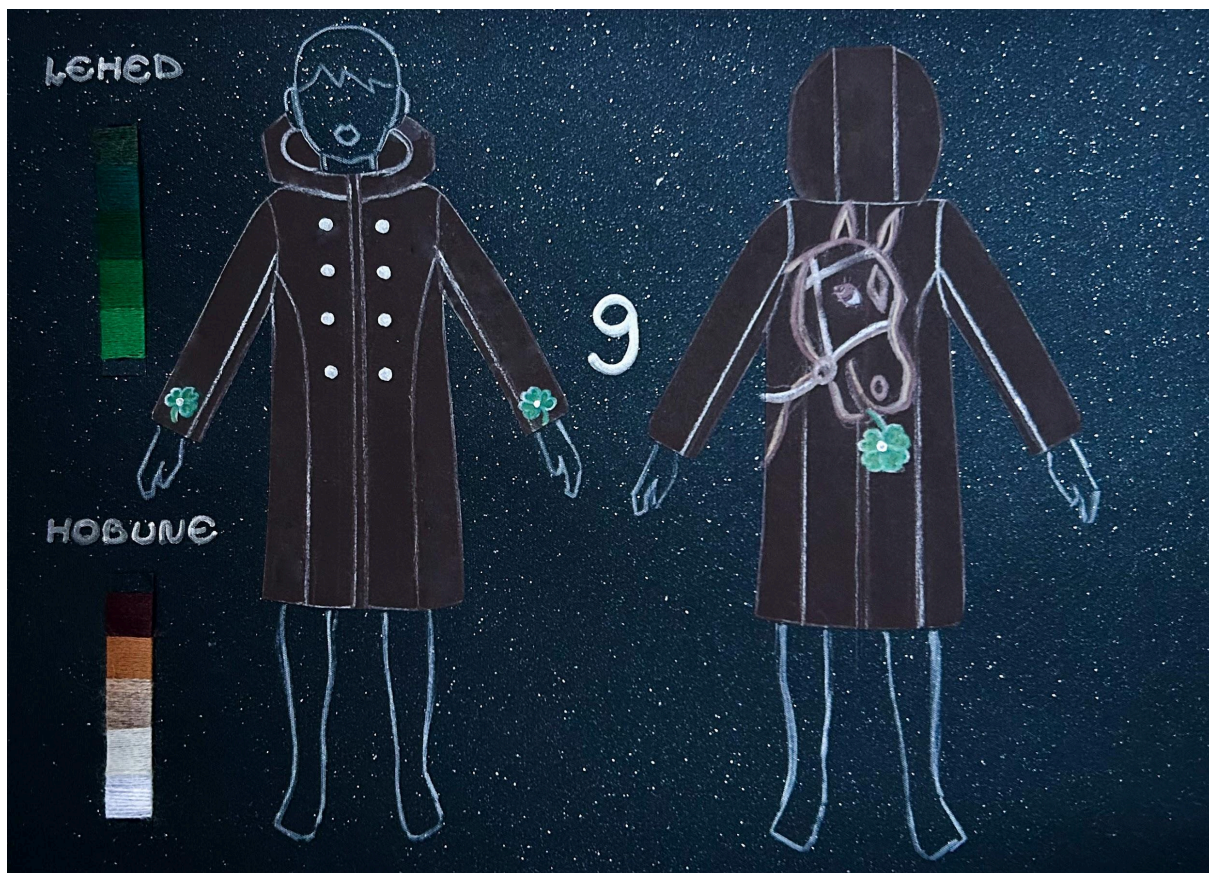
Joonis 2. Mantel 5-aastasele tüdrukule



Joonis 3. Mantel 7-aastasele tüdrukule



Joonis 4. Mantel 9-aastasele poisile

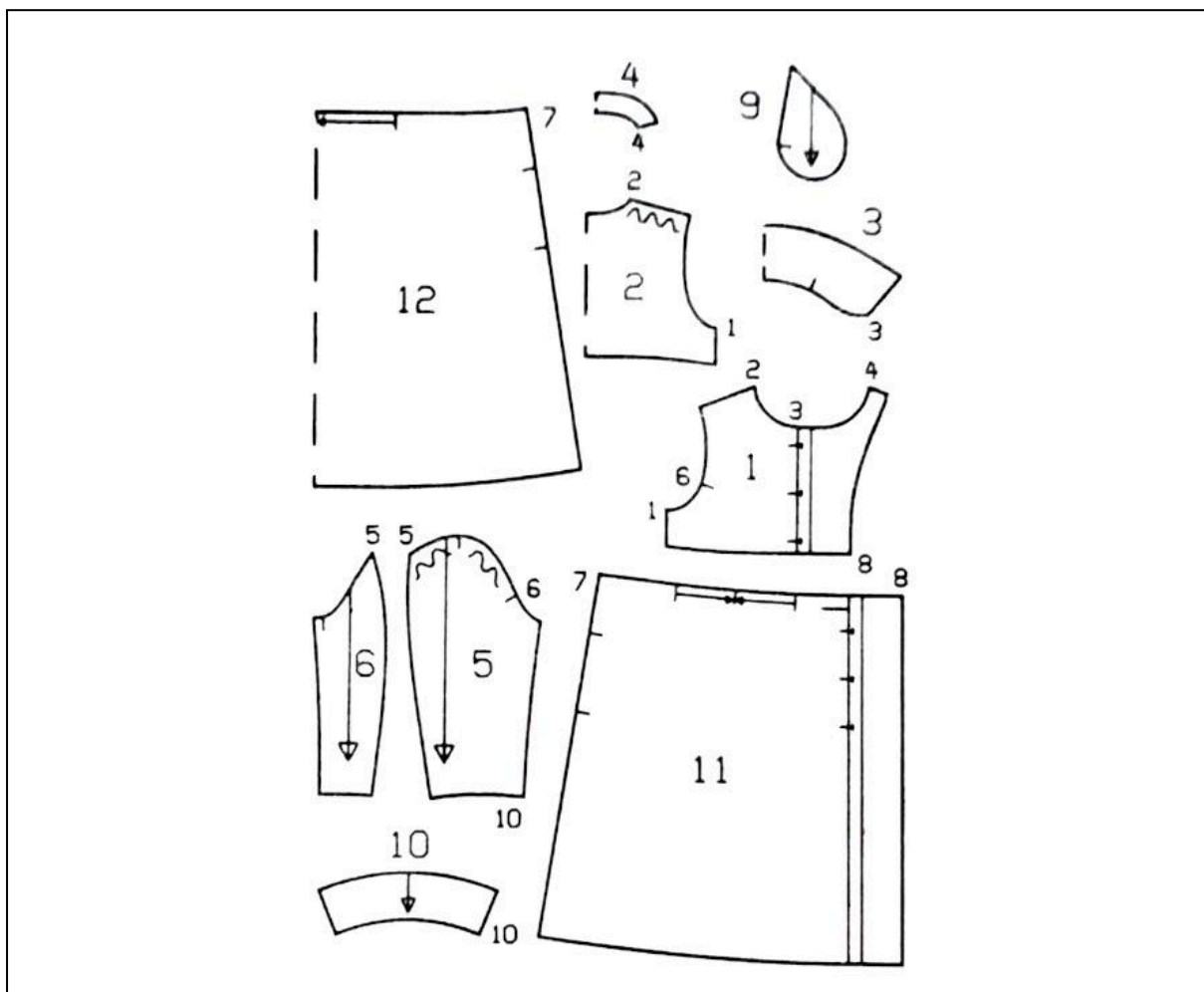


Joonis 5. Mantlid neiuale ja täiskasvanule

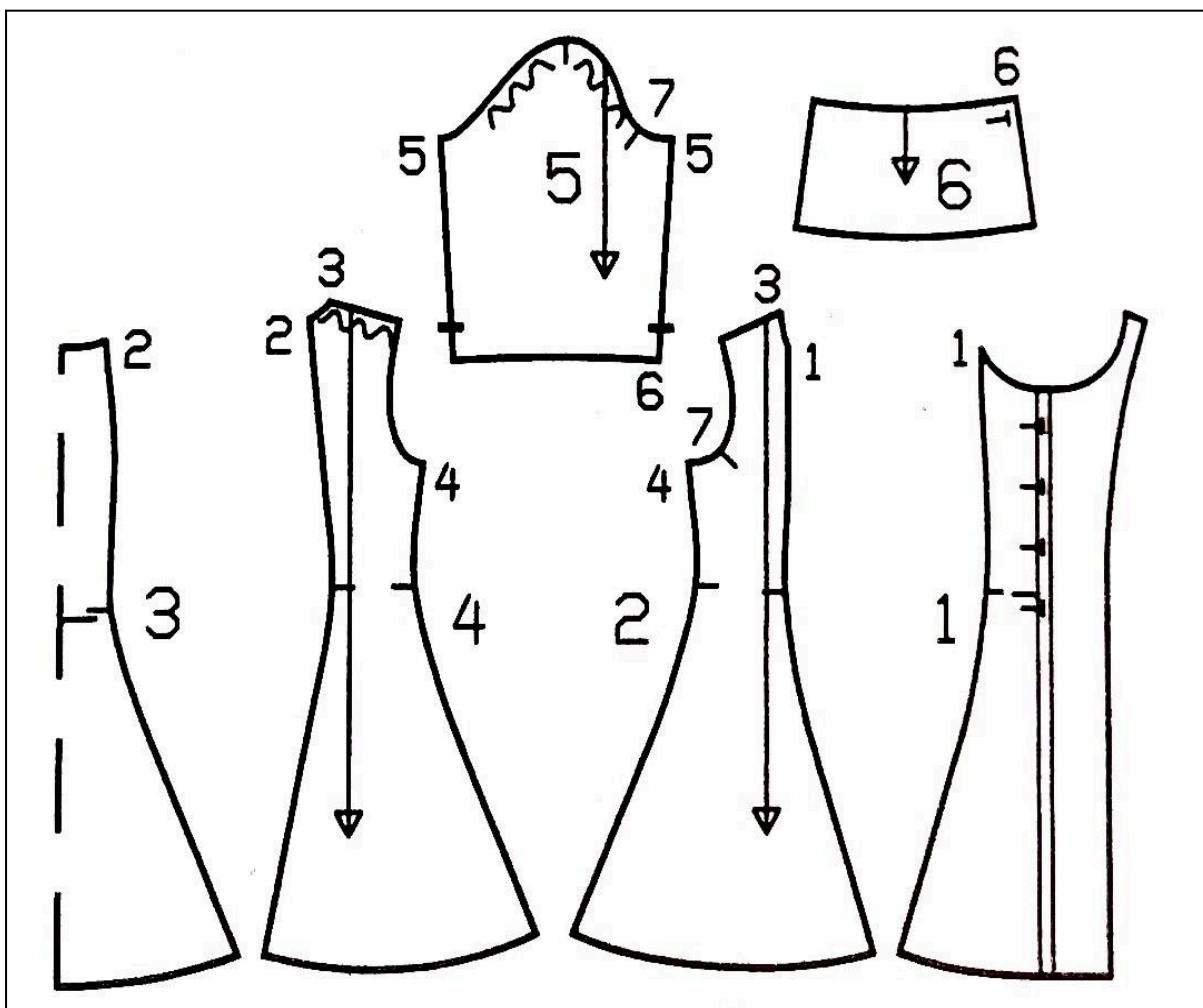
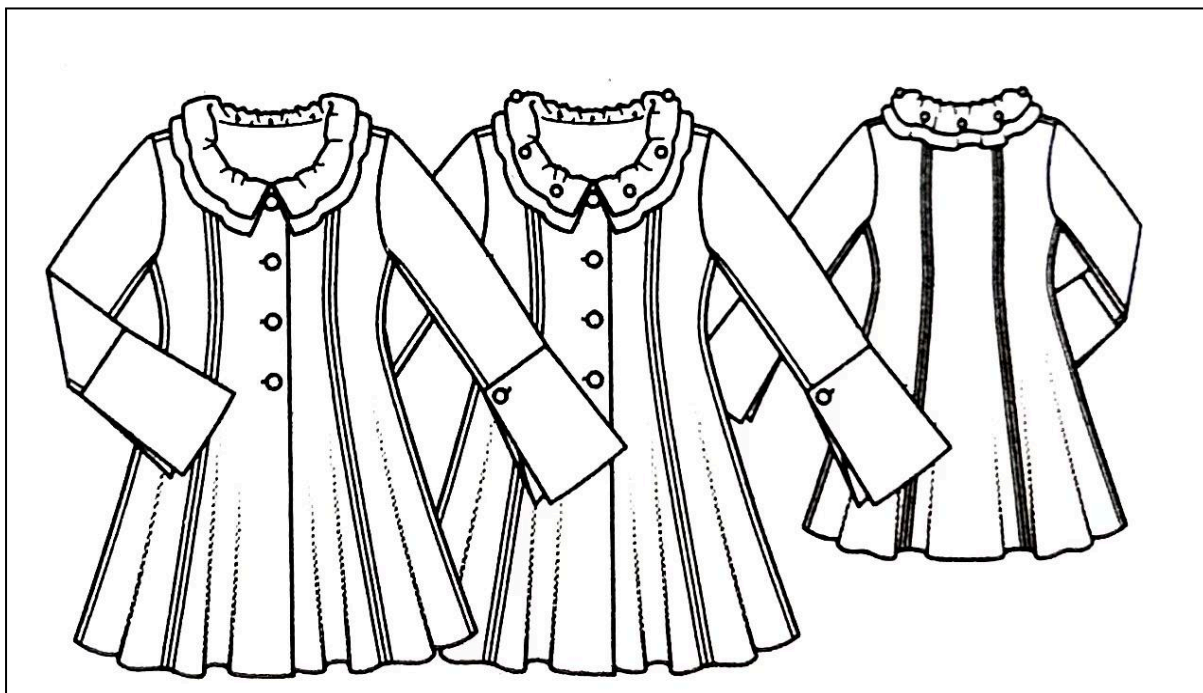


Lisa 2. Mantlite baaslõiked

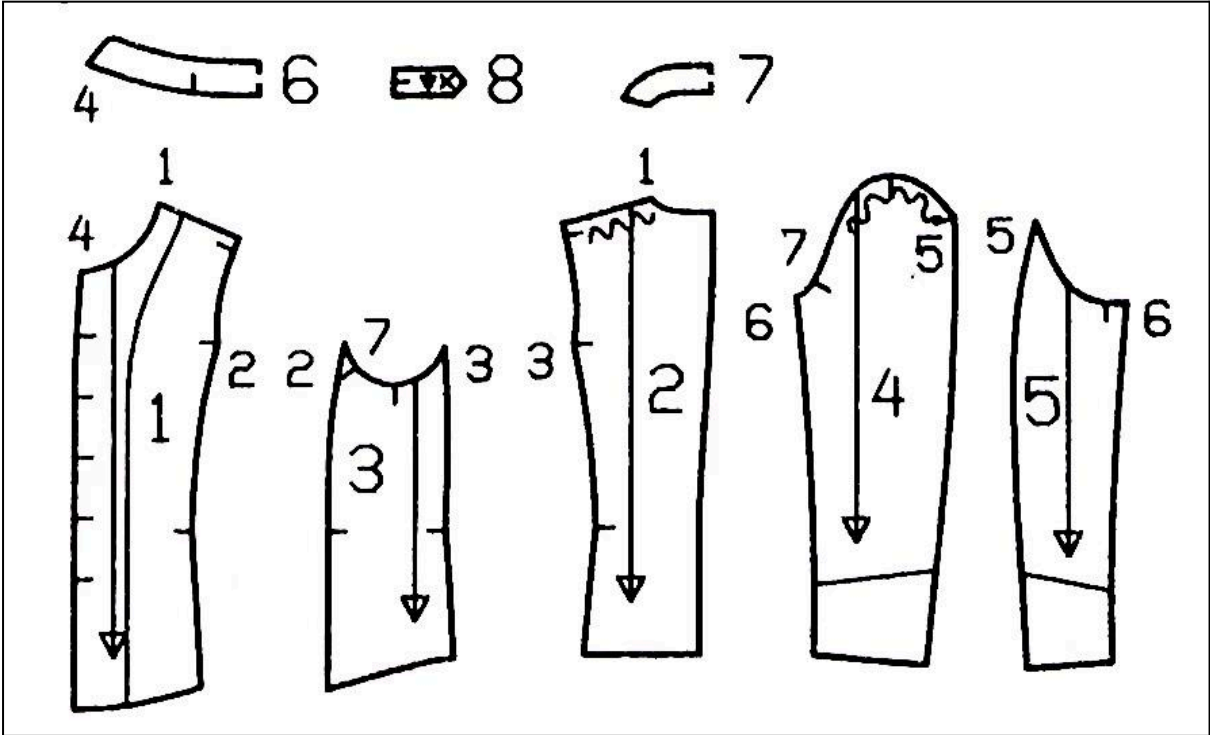
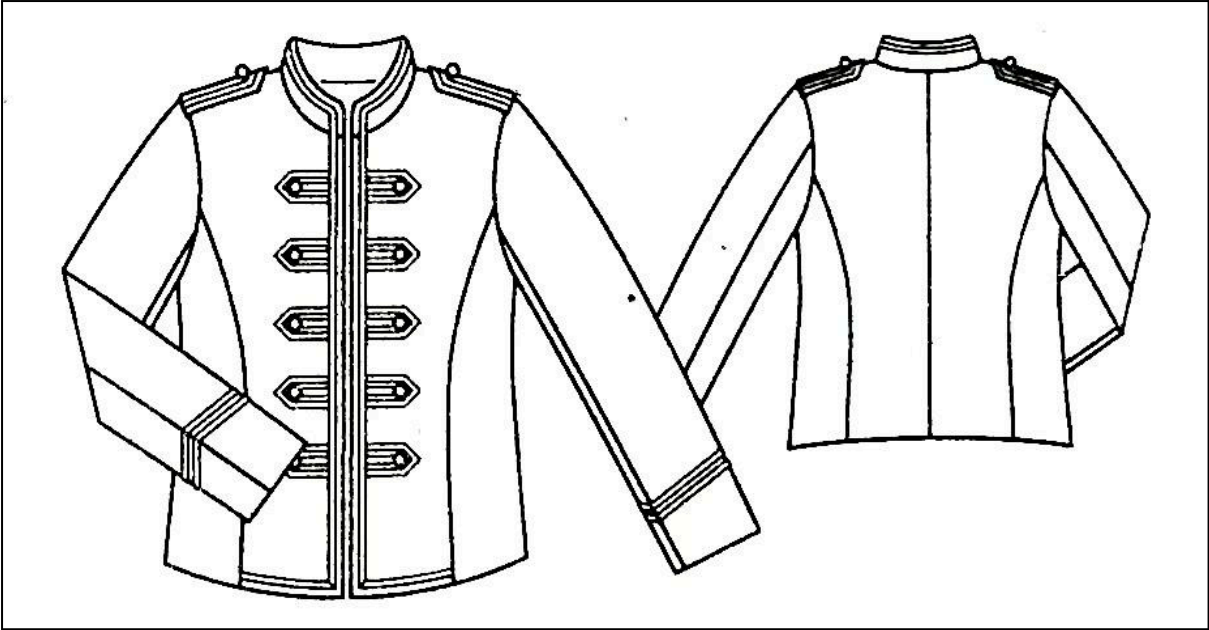
Joonis 1. Prototüübi baaslõige, suurusele 98 (allikas: Burda Moden, 1996)



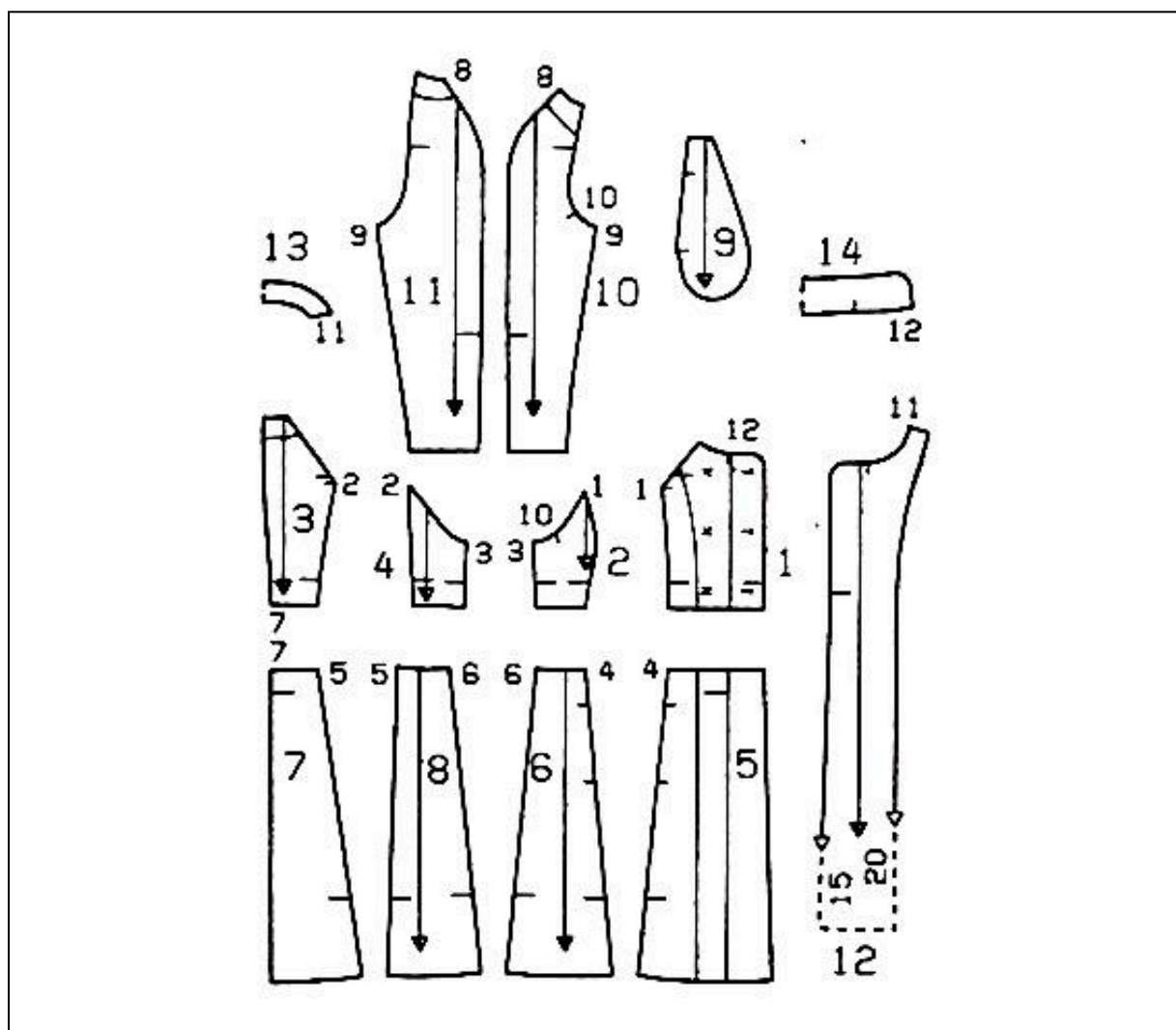
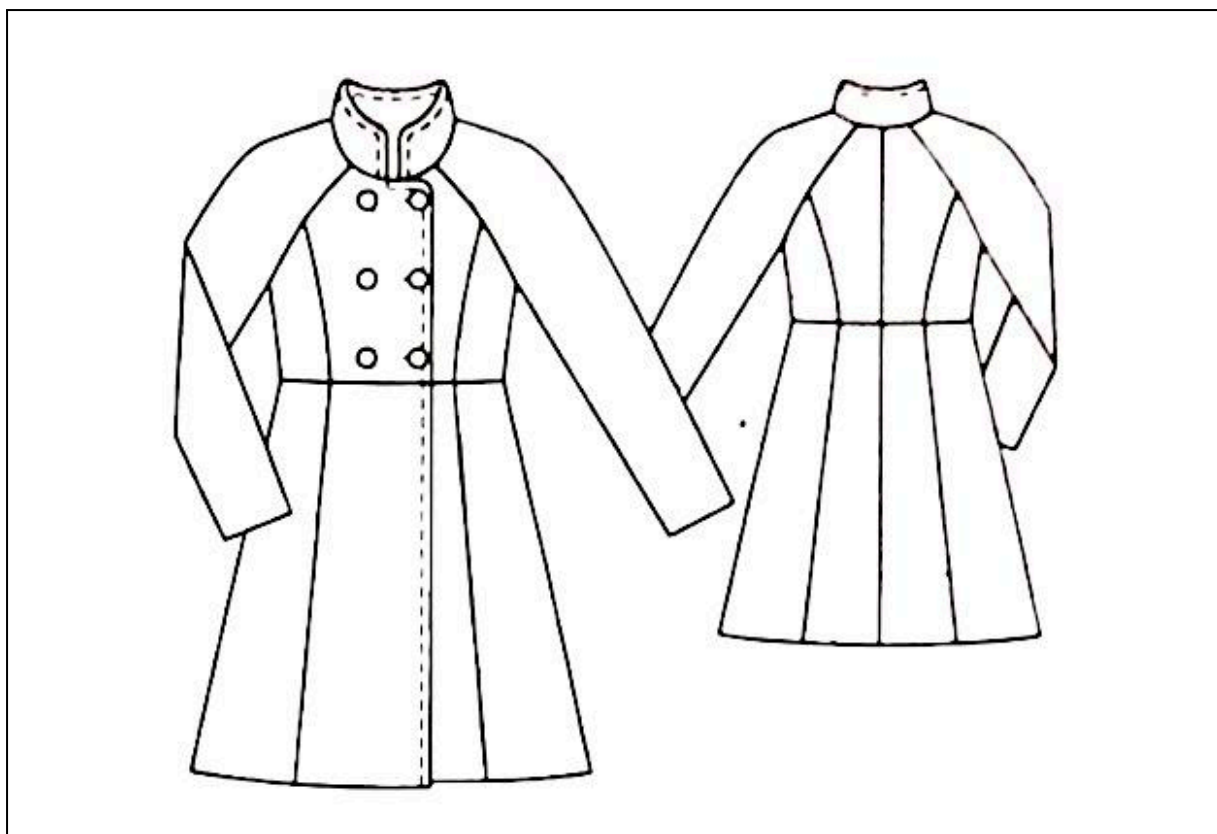
Joonis 2. Mudel 1. Baaslõige suurustele 98, 110, 122 (allikas: Burda, 2007)



Joonis 3. Mudel 2. Baaslõige suurusele 134 (allikas: Burda Style, 2015)



Joonis 4. Mudel 3. Baaslõige suurustele XS ja M (allikas: Burda Style, 2016)



Lisa 3. Kolleksiooni "HØBU" esemete materjalid, koostised ja päritolu

Tabel 1. Mantel "HØBIK" andmed

Mantel "HØBIK"		
Materjal	Koostis	Päritolu
Põhimaterjal	70 % vill, 30 % polüamiid	Kangas & Nööp
Voodrikangas (vooder, taskupõhjad, riputusaas)	-	Kodune kangavaru
Tikand	Peenvillane/poolvillane	Aale Käsitöö OÜ
Nööbid	-	Karnaluks OÜ
Trukid	-	Karnaluks OÜ
Tikandite kaunistused	-	Karnaluks OÜ

Tabel 2. Mantel "ÕUNIK" andmed

Mantel "ÕUNIK"		
Materjal	Koostis	Päritolu
Põhimaterjal	70 % vill, 20 % polüamiid, 10 % kašmiir	Kangas & Nööp
Voodrikangad (vooder, taskupõhjad, riputusaas)	-	Kodune kangavaru
Tikand	Peenvillane/poolvillane	Aale Käsitöö OÜ
Nööbid	-	Karnaluks OÜ
Tikandite kaunistused	-	Karnaluks OÜ

Tabel 3. Mantel "HIIRIK" andmed

Mantel "HIIRIK"		
Materjal	Koostis	Päritolu
Põhimaterjal	80 % vill, 20 % nailon	Abakhan Fabrics OÜ
Voodrikangas (vooder, taskukotid, riputusaas)	100 % viskoos	Abakhan Fabrics OÜ
Tikand	Peenvillane/poolvillane	Aale Käsitöö OÜ

Nööbid	-	Karnaluks OÜ
Trukid	-	Taaskasutus
Tikandite kaunistused	-	Karnaluks OÜ

Tabel 4. Mantel "HALLIK" andmed

Mantel "HALLIK"		
Materjal	Koostis	Päritolu
Põhimaterjal	100 % vill	Kangadzungel OÜ
Voodrikangas (vooder, taskukotid, riputusaas)	100 % viskoos	Kangadzungel OÜ
Tikand	Peenvillane/poolvillane	Aale Käsitöö OÜ
Nööbid	-	Karnaluks OÜ
Trukid	-	Kangadzungel OÜ
Metallnaastud	-	Kangadzungel OÜ

Tabel 5. Mantel "KABIK" andmed

Mantel "KABIK"		
Materjal	Koostis	Päritolu
Põhimaterjal	70 % vill, 30 % polüamiid	Kangas & Nööp
Voodrikangas (vooder, taskukotid, riputusaas)	Polüester	Kangadzungel OÜ
Tikand	Peenvillane/poolvillane	Nobiina Tuba OÜ, Aale Käsitöö OÜ
Nööbid	-	Taaskasutus
Trukid	-	Kangadzungel OÜ
Tikandite kaunistused	-	Kangadzungel OÜ

Tabel 6. Mantel "RAUDIK" andmed

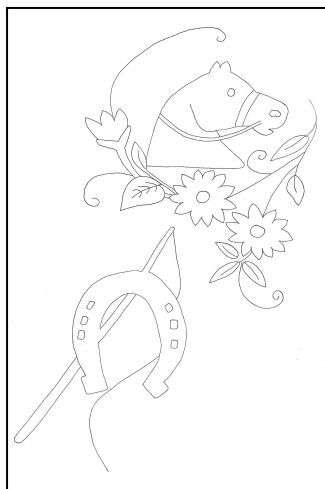
Mantel "RAUDIK"		
Materjal	Koostis	Päritolu
Põhimaterjal	Villasegu/100 % vill	Kodune kangavaru
Voodrikangas (vooder, taskukotid, riputusaas)	Viskoosisegu	Kodune kangavaru
Tikand	Poolvillane/100% vill	Aale Käsitöö OÜ, Karnaluks OÜ (Appletons)
Nööbid	-	Taaskasutus
Trukid	-	Taaskasutus
Tikandite kaunistused	-	Karnaluks OÜ

Tabel 7. Tekk "VANKRIK" andmed

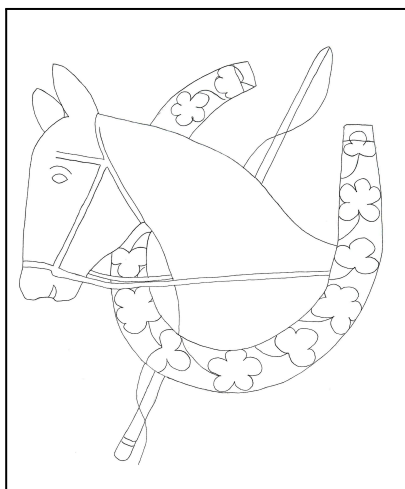
Tekk "VANKRIK"		
Materjal	Koostis	Päritolu
Põhimaterjal	70 % vill, 30 % akrüül	Abakhan Fabrics OÜ
Voodrikangas (vooder, taskukotid, riputusaas)	-	Kodune kangavaru (kardin)
Tikand	Poolvillane/100% vill	Aale Käsitöö OÜ, Karnaluks OÜ (Appletons)
Tikandi kaunistused	-	Karnaluks OÜ

Lisa 4. Kolleksioonis kasutatud mustrijoonised

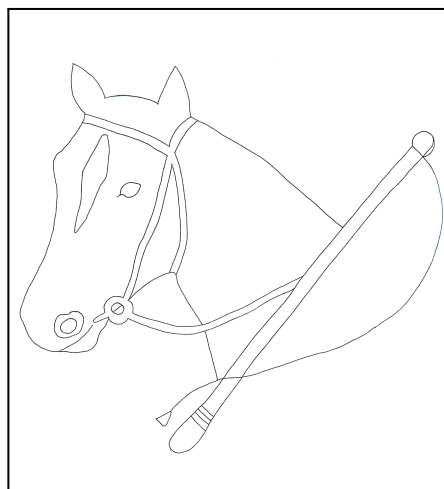
Joonis 1. ERM HM E 1404



Joonis 2. ERM A 693:31



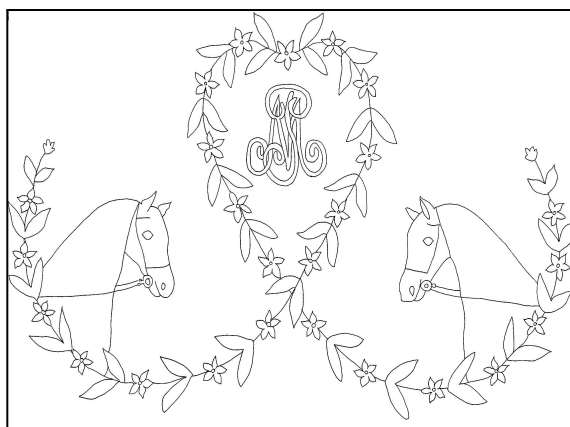
Joonis 3. VM VM 9961 E 1830



Joonis 4. AM _ 27171 E 2881



Joonis 5. ERM A 621:55



Joonis 6. PM_4120:1 E 400:1



Lisa 5. Erinevad mustri kangale kandmise võimalused

Mustrimotiivide kangale kandmiseks kasutasin triigitavat kopeerpliatsit, hambapasta ja PVA - liimi segu, šabloone ning trafaretti. Šablooniks nimetatakse eeskujuvormi või piirjoonte materjalile kandmise vahendit (EKI, 2026). Trafarett on auklik šablooniline vorm, erinevate materjalide või pindade dekoreerimiseks kasutatav töövahend, millesse on sisse lõigatud meelepärane kujund (Ribelus, 2017).

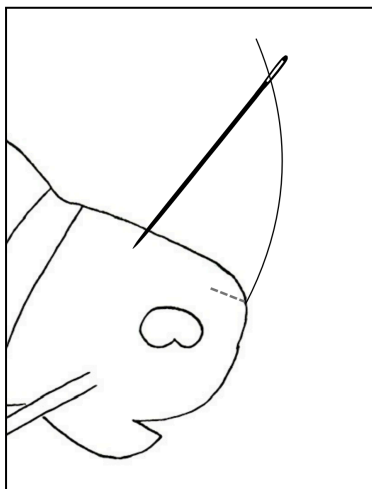
Triigitava jäljega kopeerpliatsit kasutasin 4 eseme puhul (tekil ja mantlitel suurus 98, 110, M). Pliatsit kasutades kopeerisin esmalt kontuurjooned mustripaberi tagumise külje poolt kalkapaberile, et hobumotiiv jääks pärast kangale soovitud suunaga ehk originaaliga võrreldes peegelpildis. Seejärel asetasin kalkapaberi kangale, joonistatud poolega kanga vastu. Asetasin kalkale õhukese riide ning hoidsin triikrauda u 10 sekundit kangal kuni mustri kontuurid jäid nähtavad. Antud meetodi kasutamine võimaldas saavutada täpse tulemuse ning kogu mustri koos pisidetailidega kangale kopeerida. Lahendus ei toimi tumedatel kangastel ning heleda kanga puhul on oluline jälgida, et jooned oleksid teostatud mustri kontuuridest seestpoolt, et hiljem ei jääks tikandi ümber pliatsijooni näha.

Hambapasta ja PVA - liimi segu kasutasin mantlil (suurus 122), kus kangas oli piisavalt tume. Esmalt joonistasin mustri kilele, seejärel augustasin nõelaga kontuurjooned ning kinnitasin kile nõöpnõeltega mantli detailidele. Valmistasin hambapasta ja liimi segu ning kandsin kilele, mille eemaldamisel jäid kangale täpid, mida hiljem tekstiilpliatsit kasutades ühendasin. Šabloone kasutasin tumehallil mantlil (suurus 134), kus esmalt kinnitasin paberist väljalõigatud šabloonid nõöpnõeltega mantli detailidele ning joonistasin seejärel tekstiilpliatsiga kontuuri järgides vastavad piirjooned. Trafaretti kasutasin mustal mantlikangal (XS mantlil), kinnitades mustripaberi mantli detailidele ning joonistades valge pliatsiga mustrimotiivide kontuurid kangale.

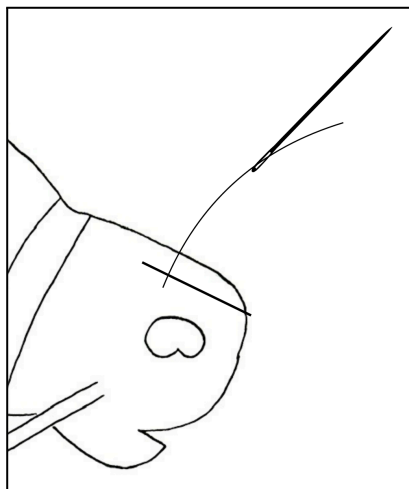
Praktilise kogemuse põhjal võib mainida, et sobiva meetodi valik sõltub nii kanga värvitoonist kui ka mustrijoonisest. Tumedatele kangastele mustrite kandmisel soovitan hambapasta ja PVA - liimi segu asemel kasutada šablooni või trafaretti. Segu tükid võivad jääda tikandi äärtest näha ning neid on hiljem tikkimislõngade vahelt keeruline eemaldada. Trafareti eeliseks on see, et motiivide kontuurid jäävad võrreldes šablooniga sissepoole. Vastasel juhul jäävad kontuurid väljapoole ning üle joonte tikkides võib motiiv liiga suur tulla. Samamoodi on trafaretiga võimalik saavutada detailsem tulemus kui šabloonide abil mustri piirjooni kangale kandes.

Lisa 6. Hobusepea motiivi tikkimine

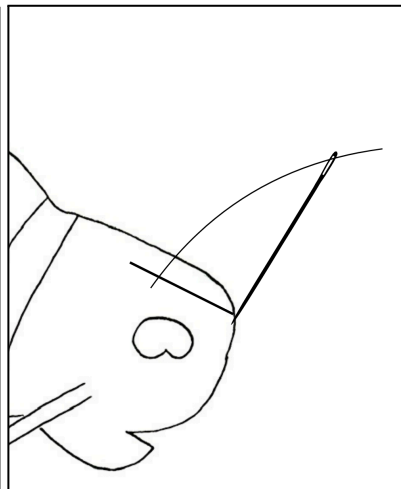
Joonis 1. Nõela suund töö pahemale poolele



Joonis 2. Nõela suund töö paremale poolele



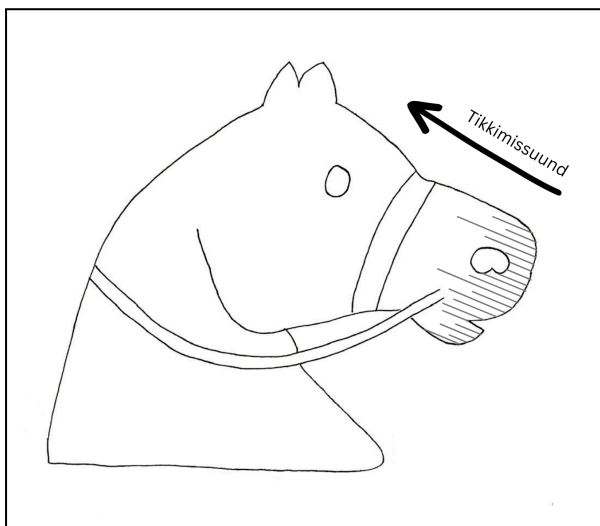
Joonis 3. Nõela suund töö pahemale poolele



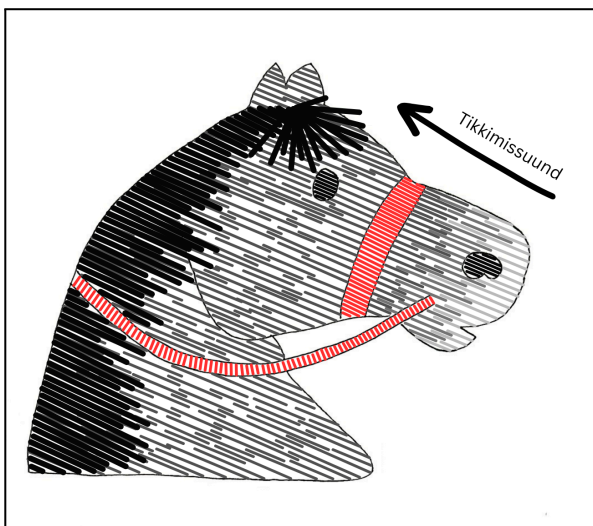
Praktilisest kogemusest lähtuvalt, ei soovita tikkida madalpistet kanga pealt, sest tikand võib jääda hõre ega pruugi katta kangapinda ühtlaselt. Sobilik tikkimisviis on esitletud joonistel 1, 2 ja 3. Hobusepea tikkimist oleks hea alustada ninaosast, sest nii jääb tikkimissuund terve motiivi ulatuses ühesuguse kaldega.

Esmalt on vajalik kinnitada lõng paari eelpistega kanga külge ning ühtlase ja tiheda pinna saavutamiseks tikkida madalpistet järgmiselt: viia nõel otse töö pahemale poolele (vt joonis 1), tuua nõel välja töö paremalt poolt eelmise piste kõrvalt (vt joonis 2) ning viia nõel uuesti töö pahemale poolele (vt joonis 3). Ebaühtlase pinna vältimiseks on soovitatav analoogselt tikkida ka mähk- ja varspistet ehk suunaga töö paremalt poolt pahemale poolele ja vastupidi.

Joonis 4. Diagonaalne tikkimissuund



Joonis 5. Tikitud motiiv koos laka ja päitsetega



Korrektse ja ühtlase pinna saavutamiseks võiks kasutada vaheldumisi pikemaid ja lühemaid pisteid ning hoida kogu motiivi tikkimise vältel diagonaalset tikkimissuunda (vt joonis 4). Erandiks on päitsete tikkimine, kus pistesuund on risti ülejäänud pistetega ning laka tukaosa vabakäeline tikkimislahendus võimaldab saavutada loomulikuma lõpptulemuse (vt joonis 5).

Lisa 7. Kolleksioon "HØBU" esemete kirjeldused ja fotod

Mantlite kirjeldused on koos tootefotodega struktureeritud vastavatesse alapeatükkidesse ning täpsemad andmed esemete materjalide ja kolleksiooni valmistamisele kulunud ajast on esitatud lisa 8. Kõik motiivid olen tikkinud käsitsi ning osaliselt teostanud õmblustöid, kuid esemed on valmistatud ning viimistlenud ülerõivaste rätsep (isiku nimi on jäetud anonüümseks). Mantlite valmistamisel on kasutatud 3 erinevat mudelit: mantlid "HØBIK", "ØUNIK" ja "HIIRIK" on valmistatud mudeli 1 järgi, mantel "HALLIK" mudeli 2 ning mantlid "KABIK" ja "RAUDIK" mudeli 3 järgi (vt lisa 2). Selleks, et säilitada kolleksiooni terviklikkust, jätsin teatud detailid läbivalt samaks. Mantlitel on ühesugused püstkraed, taskud, riputusaasad ning trukkidega kinnitatavad kapuutsid.

7.1 Prototüübi valmistamine

Prototüübi (vt joonis 1) valmistamiseks sai valitud kolleksiooni kõige väiksem mantel (suurus 98). Praktilise tööna tegin läbi nii tikkimise kui ka õmblemisega seotud tööprotsessi, mille käigus ilmnisid peamised probleemkohad (nt triigitava pliatsiga mustrit kangale kandes või tikkimisraami kasutades). Raamiga tikkimine mõjutas oluliselt käekirja ega osutunud toimivaks lahenduseks ning edasiselt kasutasin tikkimisrõngast, millega oli mugavam töötada.

Prototüübi teostasid läbilõikega mantli mudeli järgi (vt lisa 2, joonis 1), kuid mantli kehva vormihoidvuse tõttu lasin selle rätsepal uuesti õmmelda. Valmis mantlit nii 3- kui ka 5-aastase modelli selga proovides selgus, et olenemata lapse vanusest ning tehtud korrektuuridest, mantel soovitud vormi ei hoidnud. Probleemi lahendamiseks otsustasin katsetada mudeli 1 baaslõikeid (vt lisa 2, joonis 2), mida kasutasin ka mantlitel suurus 110 ja 122. Uuesti said teostatud tikandid ning valmistatud analoogne mantel - "HØBIK".

Tähelepanekuid rätsepalt

- Mantli vooder lõigatakse täpselt sama suur või mantli põhidetailidest natuke suurem.
- Käsitööna valmival mantlil ei õmmelda voodrit ühes tükis ringselt kinni, vaid vooder mõõdetakse ja kohandatakse vastavalt põhidetailidele, misjärel teostatakse vajalikud õmblused.
- Õmbluseid on hea triikides veidi venitada.
- Õmblusjoone peitmiseks võib soovi korral õmblust nõelaga veidi viltida.
- Vastandmärgid markeeritakse põhidetailidele väikeste sisselõigatud kolmnurkade abil.

- Valgele kangale on õmbelusjoonte märkimiseks sobilik kasutada traagelniiti, mille keskelt katki lõikamisel jäävad joont markeerima väikesed niidijupid.

Joonis 1. Prototüüp; suurus 98 (fotod: Sandra Urvak)



7.2 Mantel “HÕBIK”

Mantel “HÕBIK” vastab suurusele 98 (vt joonis 2). Mudeli 1 baaslõiget (vt lisa 2, joonis 2) on vähendatud, lamava krae asemel on tehtud püstkrae ning varruka mansette pole lisatud. Mantlil on üherealine ülekaik, eemaldatav kapuuts, riputusaas ning kaks sissetöödeldud küljetaskut. Esihõlmal on 5 nõöpi ning mantlil on 5 trukiga kinnitatav kapuuts.

Põhimaterjal on valge; vooder läikiv hõbedane; tikand hõbehallide (nr. 38, 40), oranžikas - punaste (nr. 12, 15, 94, 98) ning pastelsete heleroheliste (nr. 71, 80) ja tumeroheliste (nr. 88) põhitoonidega. Nõöbid on klaasjad, trukid läbipaistvad, tikandi kaunistused kristalsed hõbedased. Taskupõhjad ja riputusaas on valmistatud läikivast hõbedasest voodrimaterjalist.

Mantlil on lilldekoori sisse põimitud 1 hobusepea ja 5 hobuseraua motiivi. Esihõlmale tikitud motiivide kombinatsioon pärineb ERM - i Heimtali muuseumi etnograafiliselt saanitekilt (ERM HM E 1404), kuid värvitoone on muudetud kontrastsemaks ning lisatud on täiendusi vastavalt kompositsioonile. Kapuutsi tikandil on kasutatud elemente hõlma detailidest ning ornamendid on paigutatud kapuutsi keskosa lõikele.

Joonis 2. Mantel “HÕBIK” (fotod: Tiina Kukk)



7.3 Mantel “ÕUNIK”

Mantel “ÕUNIK” vastab suurusele 110 (vt joonis 3) ning on teostatud mudeli 1 baaslõike (vt lisa 2, joonis 2) järgi. Lamava krae asemel on mantlil püstkrae ning varruka mansetid on jäetud lisamata. Mantel on üherealise ülekäiguga ja 5 nööbiga kinnitav, riputusaasa ning kahe sissetöödeldud küljetaskuga.

Põhimaterjal on beež; voodriks on kasutatud kahte erinevat tooni (põhidetailidel vanaroosat ning varrukatel ja osaliselt seljaosal pastelset heleroosat) läikivat kangast; tikandid on beežide (nr. 41, 42, 43), hallide (nr. 38, 39), roosade (nr. 51, 53, 56), pastelsete siniste (nr. 100) ja roheliste (nr. 80, 81) värvitoonidega. Mantlil on klaasjad lillemustriga nööbid ning tikandi kaunistused on kristalsed hõbedased. Taskupõhjad ja riputusaas on valmistatud vanaroosat tooni voodrimaterjalist.

Mantlile on tikitud 1 hobusepea, hobuseraua ja ratsapiitsa motiiv koos lilldekooriga. Seljaosale tikitud motiivistik pärineb ERM-i etnograafiliselt tekilt (ERM A 693:31), kuid värvitoone on muudetud pastelsemaks. Esihõlmale ulatuv lilleoks koosneb hobuseraua täitena kasutatud lille- ja lehemotiividest, mille paigutusi kombineerides on moodustatud uus lilleoksa ornament.

Joonis 3. Mantel “ÕUNIK” (fotod: Tiina Kukk)



7.4 Mantel "HIIRIK"

Mantel "HIIRIK" vastab suurusele 122 (vt joonis 4) ning mudelile 1 (vt lisa 2, joonis 2). Baaslõiget on kohandatud analoogselt mantlitele suurus 98 ja 110 (lamav krae on asendatud püstkraega ning varrukad on ilma mansettideta). Mantlil on üherealine ülekäik, riputusaas ning sissetöödeldud küljetaskud. Esihõlmal on 4 nööpi ning mantlil on 5 trukiga kinnitatav kapuuts.

Mantlikangas on hallikaspruun; vooder läikiv hõbedane; tikandid beežikas - pruunide (nr. 41), hallide (nr. 40), lillade (nr. 27), roosade (nr. 56), helesiniste (nr. 100) ning tumeroheliste (nr. 87, 88) põhitoonidega. Nööbid on klaasjad/lillemustriga, trukid on hõbedased ning tikandi kaunistused kristalsed hõbedased. Taskupõhjad ja riputusaas on valmistatud läikivast hõbedasest voodrimaterjalist.

Mantlil on kasutatud 2 hobusepea ja 1 lilleväädi motiivi ning muster pärineb ERM-i etnograafiliselt tekilt (ERM A 621:55), mille soojade värvitoonidega tikand on asendatud külmemate värvikombinatsioonidega. Teki keskosale tikitud motiivistikku olen mantlil kasutanud järgmiselt: vasak- ja parempoolse hobufiguuri olen tikkinud koos lilleväädi osaga mõlemale mantli hõlmale ning paigutanud lilleväädi terviklikult selja keskosa detailile.

Joonis 4. Mantel "HIIRIK" (fotod: Tiina Kukk)



7.5 Mantel "HALLIK"

Mantli "HALLIK" suurus on 134 (vt joonis 5) ning kasutatud on mudeli 2 baaslõiget (vt lisa 2, joonis 3), kuid lisatud pole põõnasid. Tegu on poisi jaki lõikega, mida on pikendatud mantlile vastavaks. Mantel on otselõikeline, üherealise ülekäigu, püstkrae, eemaldatava kapuutsi, mansettide, kahe sissetöödeldud küljetasku ning riputusaasaga. Hõlmal on 6 nõöpi (3 kinnitus- ja 3 ilunõöpi) ning kapuutsi kinnitamiseks 5 trukki.

Põhimaterjal on tumehall, vooder läikiv oliiviroheline ning tikand on beežikas - valgete (nr. 42, 90) ja roheliste (nr. 80, 81, 83) põhitoonidega. Mantlil on antiikhõbedased metallnõöbid, tikandit kaunistavad naastud ning hõbedased trukid. Riputusaas ja taskupõhjad on valmistatud läikivast rohelisest voodrimaterjalist.

Mantlil esineb etnograafiliselt tekilt (VM VM 9961 E 1830) pärinev hobusepea motiiv 4 erinevas suurus. Originaalesemel on motiiv on tikitud pinnana, kuid mantlil on hobusepea figuure kujutatud kontuurina. Kombineeritult ristikheinalehe motiividega on mantli seljaosal kasutatud 3 ning varrukal 1 hobumotiivi.

Joonis 5. Mantel "HALLIK" (fotod: Tiina Kukk)



7.6 Mantel “KABIK”

Mantel “KABIK” vastab suurusele XS (vt joonis 6) ning on valmistatud mudeli 3 järgi (vt lisa 2, joonis 4). Baaslõiget on kohandatud, poolpika mantli lõikeid on pikendatud ning kasutatud pole läbilõiget. Mantlil on üherealine ülekäik, püstkrae, eemaldatav kapuuts, kaks sissetöödeldud küljetaskut, vöö ja riputusaas. Esihõlmal on kasutatud 6 kinnitusnööpi ning kapuutsi kinnitamiseks 5 trukki.

Põhimaterjal on must, vooder läikiv kirsipunane ning tikand on punaste (nr. 20, 21, 24), lillakas - roosade (nr. 25, 56), roheliste (nr. 76, 77, 85, 87, 92) ja hõbehallide (nr. 38, 40) värvitoonidega. Mantlil on musta värvi nahksed nööbid, mustad trukid ning tikandi kaunistused on hõbedased. Voodrimaterjalist valmistatud taskupõhjad ja riputusaas on kirsipunased.

Kasutatud on 3 hobuseraua motiivi ning etnograafilise teki (AM _ 27171 E 2881) mustrimotiive, mis esinevad mantlil 3 korda. Mustrit on kasutatud mantli varrukal ning kahekordse kordusena ja peegelpildis mantli alumise osa siilul. Originaalesemega võrreldes on värvitoone muudetud minimaalselt.

Joonis 6. Mantel “KABIK” (fotod: Tiina Kukkk)



7.7 Mantel "RAUDIK"

Mantel "RAUDIK" (suurus M; vt joonis 7) on valmistatud mantli mudel 3 (vt lisa 2, joonis 4) järgi. Baaslõikeid on pikendatud, mantel on läbilõiketa ning selle esihölm on taotluslikult 40 cm alläärest lühem. Mantlil on kaherealine ülekaäk, salakinnis, püstkrae, eemaldatav kapuuts, kaks sissetöödeldud küljetaskut, vöö ja riputusaas. Hõlma kinnitamiseks on kasutatud 6 nõopi ning kapuutsi jaoks 5 trukki.

Põhimaterjal on hele- ja tumehall (mantli esihölm, kapuutsi sisu ja vöö on tumehallid), vooder helesinine ning tikand pastelsete roheliste (nr. 80, 686), helesiniste (nr. 100, 887), valgete (nr. 89) ja hallide (nr. 35, 38) toonidega. Nööbid on klaasjad ja läbipaistvad, trukid hõbedased, tikandi kaunistused kristalsed ning taskupõhjad ja riputusaas on valmistatud helesinisest voodrimaterjalist.

Mantli esihõlmale on tikitud peegelpildis 2 hobuseraua motiivi koos lillornamentidega ning motiivigrupp pärineb tekilt (PM_4120:1 E 400:1). Etnograafilise teki motiivistik on soojade värvitoonidega, kuid mantil olen kasutanud külmaades toonides värvide kooslust.

Joonis 7. Mantel "RAUDIK" (fotod: Tiina Kukkk)



7.8 Tekk "VANKRIK"

Teki "VANKRIK" (vt joonis 8) mõõdud on 50 x 70 cm ning tekk on voodriga. Põhimaterjal ja voodrikangas on pastelsed heleroosad, tikand on valgete (nr. 89), hallide (nr. 35, 38, 39, 40), beežide (nr. 42, 43), roosade (nr. 51, 52, 54, 621, 704), lillade (nr. 27) ja mahedate roheliste (nr. 81) põhitoonidega ning tikandi kaunistused on kristalsed hõbedased.

Tekil on 2 hobusepea figuuri ja lillepärja motiiv ning eseme keskosale teostatud tikand pärineb saanitekilt (AM _ 27171 E 2881), millel esineb lillepärja mustri sisse tikitud paarishobusepea motiiv. Võrreldes originaalesemega on tikandi värvitoone muudetud pastelsemaks ja mahedamaks.

Joonis 8. Tekk "VANKRIK" (fotod: Tiina Kukk)



Joonis 9. Mantlid "HÕBIK" ja "ÕUNIK" (foto: Tiina Kukk)



Joonis 10. Mantlid "KABIK" ja "RAUDIK" (foto: Tiina Kukk)



Joonis 11. Kolleksioon "HØBU" (foto: Tiina Kukk)



Lisa 8. Kollektiooni valmistamise ajatabel

Kuupäev	Mantel “HÕBIK”	Ajakulu
10.11.2025	Mustri kangale kandmine	1,5 h
10.11 - 30.12.2025	Tikand mantli hõlmale	26 h
10.11 - 30.12.2025	Tikand mantli kapuutsile	9 h
30.12.2025	Kaunistuste õmblemine	2 h
		Kokku: 36,5 h
Mantel “ÕUNIK”		
29.07.2025	Mustri kangale kandmine	1 h
29.07 - 19.08.2025	Tikand mantli seljaosale	24,5 h
29.07 - 19.08.2025	Tikand mantli hõlmale	5 h
22.10.2025	Kaunistuste õmblemine	1 h
		Kokku: 31,5 h
Mantel “HIIRIK”		
20.08.2025	Mustri kangale kandmine	1 h
20.08 - 03.09.2025	Tikand mantli seljaosale	21 h
07.09 - 15.09.2025	Tikand mantli alumisele osale	19 h
24.10.2025	Kaunistuse õmblemine	1,5 h
		Kokku: 42,5 h
Mantel “HALLIK”		
06.10.2025	Mustri kangale kandmine	1,5 h
06.10 - 25.11.2025	Tikand mantli seljaosale	15 h
06.10 - 25.11.2025	Tikand mantli varrukatele	7 h
25.11.2025	Metallnaastude kinnitamine	30 min
		Kokku: 24 h
Mantel “KABIK”		
24.03.2026	Trafareti valmistamine, mustri kangale kandmine	1,5 h

24.03 - 08.04.2026	Tikand mantli varrukale	11,5 h
24.03 - 08.04.2026	Tikand mantli siilule	22 h
09.04.2026	Kaunistuste õblemine	30 min
		Kokku: 35,5 h
Mantel "RAUDIK"		
02.03.2026	Mustri kangale kandmine	1 h
02.03 - 07.03.2026	Tikand hõlma ülemisele osale	7 h
08.03 - 10.03.2026	Tikand hõlma alumisele osale	8,5 h
10.03.2026	Kaunistuste õblemine	30 min
		Kokku: 16 h
Tekk "VANKRIK"		
26.01.2026	Mustri kangale kandmine	1 h
27.01 - 02.03.2026	Lillepärga motiivi tikkimine	24 h
03.03 - 19.03.2026	Hobusepeade tikkimine	16 h
		Kokku: 40 h
Kollektsiooni "HØBU" esemete valmistamisele kulus aega kokku 226 h.		

Lisa 9. Käsitöö- ja disainikaupluste küllastamise käigus saadud tagasiside

Kaupluseid küllastasin ajavahemikus 28.01.-16.02.2026 ning käsitöötoodete müügi ja kollektiooni "HØBU" esemetega seonduvatele küsimustele vastasid disainikaupluste Krunnipea ja Pärl omanikud ning Eesti Disaini Majas kohapeal olnud klienditeenindaja. Kaarmanni Käsitöö kaupluse hetkeseisust andis meilivestluse teel ülevaate Eesti Rahvakunsti ja Käsitöö Liidu auesimees Liivi Soova.

Krunnipea disainipood avati 2015. aastal ning kauplus esindas laias valikus erinevaid nišitooteid: rõivaid, aksessuaare, selja- ja käekotte (Krunnipea, *s.a.*). Disainipood Pärl on eesti käsitöö esinduslett, kus leidub rõivamoodi, kodusisustuse esemeid, mitmesuguseid ehteid ja aksessuaare (Pärl, *s.a.*). Eesti Disaini Maja on eesti disaini tutvustamiseks ja esindamiseks loodud platvorm, mille põhirõhk on autoridisaini esitlemisel ja propageerimisel nii eestlastele kui ka välismaalastele (Eesti Disaini Maja, *s.a.*). Märkasin kaupluse väljapanekus mitmeid eesti käsitöö/disaini kaubamärke, sh oli esindatud Katre Arula looming ja Äрни Blum tooted. Kaarmanni Käsitöö on Kodukäsitöö OÜ-le kuuluv kauplus, kus on müügil rahvuslikud käsitööesemed, korraldatakse käsitöö esitlusi ning aknanäitusi (Kodukäsitöö, *s.a.*).

Käsitöö-/ disainikauplus	Tagasiside (hetkeolukord 2026. aastal ja kollektioon "HØBU")
Krunnipea Disainipood	<p>Pood lõpetab peale 11 aastat oma tegevuse. Uurisin kaupluse sulgemise põhjust ettevõtte omanikult, kelle sõnul langetati otsus ostujõuliste klientide vähesusest tingituna. Vestluse käigus selgus, kui veel 5-10 aastat tagasi oli kaupluse küllastatavus piisav, siis hetkeolukord (2026. aastal) ei ole eesti käsitööd ega disainitoodete müüki soosiv. Tulenevalt sellest, et käsitöö, sh erinevad disain- ja nišitooted, on kallihinnalised, puuduvad inimestel vastavad ressursid antud kauba tarbimiseks.</p> <p>Lähtuvalt uurimuse eesmärgist kaardistada kollektiooni "HØBU" kuuluvate mantlite potentsiaalseid müügiplatvorme, näitasin lastemantlitest fotosid. Selgus, et Krunnipea kauplus oleks olnud nõus mantleid müüki võtma ning mainisid, et pood võtab toodete müügist teatud müügi protsendi, mille tõttu soovitasid tegeleda toodete turundamise ja reklaamiga iseseisvalt ning ettevõtluse vormis.</p>

<p>Kauplus Pärl</p>	<p>Kaupluse Pärl omanik tutvustas poes müüdavaid tooteid ning andis ülevaate käsitööturu üldisest olukorrast. Uurisin, milline on põhiline kauplust külastav sihtrühm ning selgus, et peamiselt on tegu eesti inimestega. Omaniku sõnul välisturistid kallihinnalist eesti disaini ei osta, otsitakse pigem võimalikult odavat kaupa, nt helkureid, magneteid, võtmehoidjaid jms.</p> <p>Näitasin ka mantlitest fotosid ning sain soovitusi, et lastemantleid müües pole mõistlik motiive käsitsi tikkida ning kaaluda võiks masintikandi kasutamist. Omanik arvas, et käsitööna valminud lastemantleid hetkeseisuga kindlasti ei osteta. Pigem võivad olla müügiks sobilikumad täiskasvanute mantlid, kuid vestluse käigus selgus, et kaupluse Pärl väljapanekusse kuuluvaid mantleid ostetakse samuti äärmiselt harva. Omaniku hinnangul on lasteasjad pigem teisele ringile minev kaup ning palju leidub selliseid noori vanemaid, kes soetavad oma lastele kallihinnaliste luksusbrändide rõivaid (nt Gucci, Coco Chanel'i, Giorgio Armani tooteid).</p>
<p>Eesti Disaini Maja (EDM)</p>	<p>Eesti Disaini Maja külastades suhtlesin sealse müüjaga, kes oli teadlik kaupluse väljapaneku ja toodete müügiga seonduvast. Ta mainis, et peamine kauplust külastav sihtrühm on 30-40 - aastane eesti inimene ning välisturist kaupa ei osta. Eesti Disaini Majast ostetakse enamasti kingitusi - peamiselt ärikingitusi ning poodi külastavad erinevad ministeeriumid.</p> <p>Tootefotosid näidates selgus, et tõenäoliselt võtaks kauplus kollektiooni "HØBU" mantlid müüki, kuid müüja sõnul on antud esemeid keerulisem väljapanekusse sobitada, sest tegu on lasterõivastega. Kaupluses puudub lastetooteid presenteeriv nurk, mille tõttu ei pruugi klient osata lastekaupa poest üles leida. Kollektiooni sobivuse hindamiseks ja otsuse langetamiseks on eelnevalt vajalik saata ettevõttele portfoolio ja tootekirjeldus. Põhiliseks kriteeriumiks on asjaolu, et kindlasti peab tegu olema eesti disaineri tootega/käsitööesemega.</p>

Kaarmanni Käsitöö	<p>16.02.2025 külastasin Kaarmanni Käsitöö kauplust ning suhtlesin kohapeal olnud müüjaga, kellelt sain põgusalt informatsiooni, et tooteid ostetakse, aga eelkõige pisividinaid ja sõlgi. Oodatakse suve, sest siis jõuab kauplusesse rohkem turiste. Küllastajate hulgas on palju väliseestlasi ning soomlased enam eesti käsitööd ei osta.</p> <p>Kaarmanni käsitööpoes alustati toodete müüki 6 aastat tagasi ning 3 kuu pärast saabus koroonaaeg, mille tõttu müügitulemused järsult langesid. Liivi Soova sõnul pole koroonaeelse käsitöömüügini veel jõutud, kuid oodatult palju huvilisi ja ostjaid tõi poodi laulupidu. Jaanuarist aprillini on neile juba teadaolevalt väga väikese käibega kuud ning sellega osatakse arvestada. Kõige rohkem ostetakse villast valmistatud tooteid: kampsuneid, sokke, kindaid, salle ja mütse ning suvel linaseid tooteid. Ostjate enamuse moodustavad naised vanuserühmas 40-60. a (statistika on kinnitamata) ning parimateks ostjateks peetakse väliseestlasi. Turistide kõrval on olulisteks klientideks ka kohalikud inimesed, kuid 2026. a veebruarikuu seisuga on Tallinnas turistide arv väike ning kohalikud inimesed ei kipu aasta alguses suuremaid oste tegema.</p> <p>Saatsin meilile kollektsiooni "HØBU" fotod ning küsisin, kas antud mantlid sobituksid kaupluse tootevalikusse, misjärel sain vastuseks, et nende poed on lastetoodete müüki lõpetamas. Näiteks uusi kampsuneid enam juurde ei toodeta ning Ulve Kangro kolm mantlit ootavad ostjat juba aasta aega. Nende kogemus ütleb, et lastele mõeldud on väga keeruline käsitööpoes müüa põhjusel, et lastele mõeldud tooted on kallid ning pigem peaks tooteid müüma kas e-poes või meistrikojas. Maksud ja poe juurdehindlus teevad kauba liiga kalliks ning ostjale kättesaamatuks.</p>
-------------------	--

Lisa 10. Tekstiilkäsitööd tutvustavad telesaated 2024.-2026. aastatel

(Rahvuslikku) tekstiilkäsitööd tutvustav telesaade/-kanal	Rahvusliku käsitöö (RK)/ üldine käsitöö (K) tutvustus	Tutvustatavad käsitööteemad	Eetrikupäev
“Ringvaade” (ETV)	K	“Kudumismeister Tiina Meeri: käsitöö ei kao kuhugi”	09.01.2026
“Muhu mustrid ja värvid” (ETV)	RK	Muhu käsitöö, sukad, tikkimine, tänapäevased disainkangad, rõivad, kultuuripärand.	23.12.2025
“Ringvaade” (ETV)	K	“Anne Reemann: käsitöö on hea viis, kuidas pingeid maandada”	17.10.2025
“Prillitoos” (ETV)	RK	Anu Pink tutvustas laulupeoga seoses etnograafilisi sukki ja sukapaelte sidumist	11.05.2025
“Kuldkäed” (Telia Inspira)	K	Käsitöömeistrite ja nende oskuste tutvustamine	al. 07.04.2025
“Prillitoos” (ETV)	RK	Piia Rand - kirivööde sidumise tutvustus; tikkimismeister ja õpetaja Virve Valdmann-Valtson - tikitud vaibad ja kleidid	23.03.2025
“Maahommik” (ETV)	RK	Lapitöö tutvustamine, tikitud kindad ja etnograafilised kampsunid	25.01.2025
“Ringvaade” (ETV)	RK	“Rahvarõivakoolis valmistab ka algaja endale täiusliku rahvariidekomplekti”	16.01.2025
“Hommik Anuga” (ETV)	K	“Käsitööarmastajate pere: see on väga oluline oskus meie aju jaoks”	13.10.2024
“Prillitoos” (ETV)	RK	“Liina Veskimägi-Iliste: Christi Küti põimevaibad jutustavad erilisi lugusid”	14.04.2024
“Hommik Anuga” (ETV)	K	“Anne Reemann: ma olen kangastelgedes all kasvanud”	23.03.2024
“Prillitoos” (ETV)	RK	Kudujate koopiaklubi, kirikinnaste kudumine	25.02.2024

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Merili Silivask,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose “Eesti hobumotiividega tikitud tekkidest ja vaipadest inspireeritud kollektsoon “HØBU”. Toodete turundusvõimalused”, mille juhendaja on Riina Tomberg, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada Tartu Ülikooli digitaalarhiivi kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni;
2. annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi kaudu Creative Commonsi litsentsiga CC BY NC ND 4.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni;
3. olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile;
4. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Merili Silivask

12.05.2026