

Tartu Ülikool
Humanitaarteaduste ja kunstide valdkond
Kultuuriteaduste ja kunstide instituut
Etnoloogia osakond

Greta Maria Polluks

NOORTE NAISTE RÕIVASTUSE TARBIMISE PRAKTIKAD 1990. AASTATEL

Bakalaureusetöö

Juhendaja: teadur Kirsti Jõesalu

Tartu 2017

Sisukord

Sissejuhatus	2
Töö eesmärk ja lähtepunktid	3
Allikad ja meetod	3
Uurimislugu – vaateid rõivaste uurimisele	5
1. 1990. aastate sotsiaalpoliitilised arengud	8
2. Riiete hankimisstrateegiad	13
2.1 Rõivakaubandus Eestis 1990. aastatel	13
2.2 Taaskasutuspoed ja omaalgatuslikud rõivaärid	14
2.3 Muud praktikad: õmblemine, tuttavad, reisisid	19
3. Populaarsed rõivad ja stiil 1990ndatel	25
3.1 Disko, dress ja hipid	37
3.3 Inspiratsioon ümbritsevatelt inimestelt	39
Kokkuvõte	41
Kasutatud kirjandus ja allikad	43
Summary: Young women’s consumption practices of clothing in 1990s	46
Lisad	49
Lisa 1 - informantide andmeid sisaldav tabel	49
Lisa 2 - küsimuskava	50

Sissejuhatus

Käesoleva töö teemaks on noorte naiste rõivastuse tarbimise aspektide uurimine 1990. aastatel. Idee on ajendatud huvist moe, rõivaste tarbimise ja *vintage* riiete vastu ning samuti 1990ndate kui perioodi vastu. Minu huvi rõivastuse vastu on kindlasti osaliselt tingitud sellest, et minu ema on töötanud aastatel 1987–1992 Tallinna Moemajas. Tema garderoob koosneb suures osas nõukogude ajal ise õmmeldud riietest ning seetõttu on rõivastuse ja moehuvi ka minuni kandunud.

Riietumine ja mood on nn hübriidaines, mida võib uurida erinevates valdkondades – antropoloogia, etnoloogia, kunstiajalugu, kultuuriuuringud, disain, majandus, ajalugu, kirjandus, semiootika, sotsioloogia jne. 1960ndatest–1990ndateni on moodi ja riietumist kajastavad uurimistööd olnud pigem tööstusliku suunaga ning alles 20. sajandil on hakatud lähenema moe ja riietumise uurimisele interdistsiplinaarselt. Massilisemalt on hakatud teemat käsitlema alles 1980–90ndatel, mil toimus postmodernistlike ideede võidukäik. (Skov, Riegels Melchinor, 2008: 3, 9)

Sellel põhjal on riietumise teema tekitanud vastakaid arvamusi. Kuchler ja Miller on arutlenud selle üle, kas see on uurimisväärne teema. Kuna riietumise funktsiooniks on eelkõige keha katmine, selle pealispinnaks olemine, siis on lihtne sildistada riietumine ja rõivad pinnapealseks teemaks. Teema vastandlikkust võib seletada läänes laialt levinud filosoofilise idee, sügavuse ontoloogia kaudu, mille olemus seisneb selles, et pinnapealse, mittetähtsuse ja vähem olulise pinna all, inimese sees, asub reaalne inimene kogu oma vaimusega. Sellele vaatele vastandub aga mõtteviis, et reaalne inimese loomus on just inimese kehast väljaspool ning inimene väljendab enda olemust just enda väljanägemise kaudu. (Kuchler, Miller, 2005: 2,3) Pooldan ka ise viimast mõtteviisi, leides, et inimese olemust peegeldavad tema teod ja kogu väljapoole ulatuv korpus,

millega ta end välismaailmale esitleb.

Töö eesmärk ja lähtepunktid

Antud bakalaureusetöö eesmärgiks on uurida noorte naiste rõivastuse tarbimist 1990. aastatel. Töö empiiriline osa keskendub seitsmele erineva taustaga ja erinevatest Eesti piirkondadest pärit naisterahvale vanuses 41–56, kes 1990. aastatel tegelesid pere loomise, töötamise ja õppimisega. Minu informandid on leitud lumepallimeetodil sõprade ja tuttavate kaudu ning 1990ndatel on nad elanud Tallinnas, Raplamaal, Harjumaal, Läänemaal ja Pärnumaal. Täpsemad andmed informantide kohta on esitatud Lisas 1.

Töö raames püütakse välja selgitada vastused järgmistele küsimustele: milliseid riideid meeldis naistele 1990ndate perioodil kanda ning mis mõjutas isiklikku stiili ning otsustusi midagi kanda. Samuti analüüsin riiete hankimise strateegiaid, mis 1990ndatel aastatel praktikas kasutusel olid.

Allikad ja meetod

Töö empiirilises osas olen läbi viinud intervjuud seitsme naisega, kes on sündinud aastatel vahemikus 1961-1975. Sellise sotsiaalse grupi valisin, kuna 20ndates ja 30ndates inimesed on enamasti saavutanud juba teatud küpsuse, nende isiklik stiil ja tarbimisharjumused on reeglina sellises eas kas välja kujunenud või välja kujunemas ning samuti on üldjuhul selleks ajaks finantsilisi vahendeid, et langetada ise otsuseid, mida endale ostetakse. Samal ajal võivad sellises vanusegrupis naised olla võrdlemisi palju huvitatud erinevatest trendidest ja moekanalitega kursis olemisest. Samuti oli see grupp suure osa oma noorusest veetnud nõukogude perioodil ning seetõttu eeldan, et selle vanusegrupi naiste jaoks oli 1990ndatel aset leidnud ühiskondlikud muutused, sealhulgas

moekaubanduses toimunud muutused hästi tunnetatavad. Töös olen kasutanud allikana ka 1992. aasta Burda ajakirja augusti väljaannet.

Kõik informandid ei ole omavahel süstemaatiliselt seotud. Intervjueeritavate seas on minu ema Karin (sünd. 1965), kes on kogu oma eluaja olnud moe- ja õmblushuviline ning kolis 1990ndate alguses pealinnast maale elama; kolm lasteaiaõpetajat Marika (sünd. 1971), Margit (sünd. 1971) ja Erika (sünd. 1961), kes on õppinud ja töötanud koos, ning kes moodustavad ühtse sotsiaalse grupi; kaks spordiga tegelevat õde Pärnumaalt - Külli (sünd. 1967) ja Tiivi (sünd. 1968) ning kõige noorem informant on Anneli (sünd. 1975) Läänemaalt, kes 1990ndate alguses lõpetas alles keskkooli ning elas minu informantidest ainsana 1990ndatel talu majapidamises.

Osa intervjueeritavatest olid minule tuttavad - Karin, Marika ja Anneli, ning teistega - Margit, Erika, Külli ja Tiivi - kohtusin esimest korda. Margiti ja Erikani jõudsin Marika kaudu, kuna nad on töötavad koos ning suhtlevad tihedalt, ning Külli ja Tiivini jõudsin õe elukaaslase kaudu. Intervjuude kestus varieerus 40min-2h. Leian, et intervjuude läbiviimisel mängis väga palju rolli intervjueeritava enda suhe moe ja riietumisega ning kui palju sellele informant ise tähelepanu on pööranud, kas teema kõnetas neid. Lisaks mõjutas intervjuude käiku kindlasti ka informantide üldine avatus ja rääkimisvalmidus.

Intervjuude läbi viimiseks kohtusin iga informandiga eraldi, kas informandi elukohas või töökohas. Intervjuude baasiks oli eelnevalt koostatud küsimuskava, mille leiab Lisast 2. Intervjuu läbi viimisel kohandusin aga paljuski informandile endale ning ei hoidnud jäigalt küsimuskavast kinni. Palusin ka igal informandil otsida välja fotosid 1990ndatest. Fotosid vaadates uurisin jäädvustatud rõivaste päritolu, saamisloo ning pildi konteksti kohta (mis parasjagu pildil toimub?) Kahjuks ühel informandil - Annelil - fotosid 1990ndatest näidata polnud võimalik, ning Küllil ja Tiivil oli näidata paar üksikut pilti,

kus riietus ei olnud hästi näha. Seega töös olen kasutanud vaid nelja informandi pilte.

Uurimislugu – vaateid rõivaste uurimisele

Teoreetiliste toetuspunktidenä kasutan erinevat teemaga haakuvat kirjandust, sealhulgas olen palju toetunud Triin Vaaro 2000. aasta magistritööle, milles on uuritud noorte naiste (sünd. 1960-1970) rõivastumise praktikaid. Oma töös kõrvutan ma enda tulemusi Vaaro tulemustega. Vaaro uurinud naiste rõivastumisharjumusi detailsemalt, uurides lisaks ka aksessuaaride kandmist ning juuste säätimise praktikaid.

Tarbimis- ja rõivastumise kultuuri mõtestamisel olen toetunud Susanne Kuchlerile ja Daniel Millerile (2005), milles on puudutatud rõivastumiskäitumise ilminguid maailmas läbi ajaloo ning võimalusi nende tõlgendamiseks. Eesti tarbimiskultuuri tausta olen avanud Veronika Kalmuse, Margit Kelleri ja Maie Kiiseli (2009) ning Margit Kelleri ja Triin Vihalemma (2003) kaudu. Järgnevalt annan ülevaate teoreetilistest lähtepunktidest, millele antud uurimistöö tugineb.

Kultuur ja rõivad on alati käinud käsikäes. Riided seostuvad vastava elustiili ja kultuuriga, mida tuleb samuti arvesse võtta riiete turundamisel. Materiaalse kultuuri uurimisel on räägitud palju just kangast kui ajaloo dünaamika ja sotsiaalsete muutuste illustreerijast. Kangatüübi muudatuste seost naiste igapäevase rõivastumise ja argielu praktikatega on analüüsinud Kuchler ja Miller Ameerika Ühendriikide naiste näitel. Nii on nad välja toonud, et värskest valimisõiguse omandanud ja iseseisev 1920ndate Ameerika naine on väga erinev võrreldes 1950ndate konventsionaalse, perele ja kodule orienteeritud naisega. Samas kui 1920ndate naine pidi oma riideid tulenevalt kasutusel olevast kangast triikima, siis kolm kümnendit edasi, koos *wash-and-wear* ehk mitte triikimist vajavate materjalidega oli see juba vajalik. Juba 70ndatel, fundamentaalsete

muutuste tõttu sotsiaalsetes väärtushinnagutes, kaotasid *wash-and-wear* rõivad populaarsuse ning alistusid looduslikele materjalidele. Sellest tulenevalt jääb kõlama mõte, et rõivastumine ei ole eraldiseisev nähtus, vaid seostub suures plaanis üldkultuurilise taustaga. (Küchler ja Miller, 2005: 52, 53) Sarnast mõtet on väljendanud ka Anu Kannike (2006), kes on uurinud nõukogudeaegset kodukultuuri Privaatfääri kuuluvaid praktikaid saab paigutada sotsiaalsesse, laiemasse konteksti ning sealjuures kujundab see üldkultuurilist identiteeti. (Kannike, 2006: 227) Seega on tarbimisel alati peale praktiliste vajaduste rahuldamise veel lisaks sügavam, sotsiokultuuriline tähendus. Ka minu vaadeldav 1990ndate periood oli täis muutusi nii suuremas plaanis kui ka üksikisiku tasandil.

Lääne tarbimiskultuuri ja sealjuures ka kitsamalt rõivastustarbimist iseloomustab kiirmoe nähtus, mis sisuliselt tähendab, et riided läbivad kolm faasi: toimub nende loomisprotsess, reklaami ja kandmise protsess ja seejärel toimub nendest kiire vabanemise protsess, et ruumi teha uutele, moodsamatele rõivastele. Kõige selle juures ei ole oluline rõivaste kvaliteet või vastupidavus, vaid need on juba eos loodud lühiajaliseks, enamasti ühehooajaliseks tarbimiseks. (Fletcher, 2008 tsit. Aus, 2011: 15) 1990. aastate Eesti tarbimiskultuur oli, olenemata kiirest muule maailmale järelejõudmissoovist, muidugimõista ülejäänud lääne riikidest mõnevõrra erinev ning raiskav ja “pillav” mentaliteet ja masstoodangu tarbimine ühes kaubanduskeskuste tekkega hakkas Eestis alles tasapisi oma kanda kinnitama.

On leitud, et 21. sajandi alguses erines tarbimiskultuur nooremate ja vanemate generatsioonide puhul. Nooremate inimeste tarbimiskäitumine on paljuski mõjutatud rahvusvahelisest meediast ja lääne mittesäästlikust tarbimiskultuurist. Sellest võib järeldada, et just nooremad generatsioonid võivad olla oma tarbimiskäitumises mõjutatud brändihullusest ning harrastavad vähem keskkonnasäästlikku eluviisi. Mida vanemaks saadakse, seda enam hakatakse mõtlema selle peale, kuidas tarbimisstiilid keskkonda

mõjutavad. Samuti on alust arvata, et tarbimisstiilid eksisteerivad erinevad etniliste gruppide vahel. Näiteks kui eestlaste tarbimiskultuur on kooslus niiöelda kodukultuurist ja lääne kultuurist, siis Eestis elavate venelaste kogukond omab lisaks ka vähemusgrupi staatust. Samal ajal on eestlastel ja Eesti venelastel kohati erinev arusaam multikultuursusest. (Kalmus & Keller & Kiisel, 2009: 58)

Riietumise puhul on Vaaro (2000) välja toonud paralleelfunktsioonid, mis seisnevad selles, et ühelt poolt on rõivastumisel praktiline ja funktsionaalne pool ning teisalt peidab rõivastus endas sümboltähendusi, hoiakuid, arusaamu. Autor on uurimuses kajastanud erinevad rõivastumiskäitumise aspekte, tuues välja, et inimesed väljendavad rõivastumisega alateadlikult teatud ühiskonnas valitsevaid norme, väärtushinnanguid ja ideaale. (Vaaro, 2000: 5) Saksa etnoloog Gita Böth on uurinud rõivaid kahest vaatenurgast – rõivastus kui objekt, mis kujutab endast rõiva valmistamist, kasutamist ja funktsioone; teisena rõivastus kui subjekt: sellega seostuvad idee-, väärtus- ja ettekujutussüsteemid. (Böth, 1994 tsit. Vaaro, 2000: 4)

Minu töö koosneb kolmest peatükist. Esimene peatükk annab ülevaate sotsiaalpoliitilistest oludest 1990. aastatel, teises peatükis käsitlen rõivaste hankimisega seotud strateegiaid ning kolmandas peatükis analüüsin rõivaste kandmise praktikaid. Lisa 1 alt võib leida informante kirjeldava tabeli ning Lisa 2 all on intervjuudel kasutatud küsimuskava.

1. 1990. aastate sotsiaalpoliitilised arengud

Kuna inimeste riietumis- ja tarbimisharjumused on seoses üleüldiste majanduslike ja sotsiaalpoliitiliste faktoritega, siis leian, et rõivastumist peaks Eesti 1990ndate kontekstis kindlasti uurima sotsiaalpoliitiliste olude valguses. Käesolevas, esimeses peatükis annangi ülevaate 1990. aastate poliitilisest ja majanduslikust taustast, mis minu küsimuse kontekstis oluline. Toetun siin peatükis Marju Lauristini ja Peeter Vihalemma (2009), Peeter Vihalemma (1987), Triin Vihalemma ja Margit Kelleri (2005), Maie Kiiseli, Margit Kelleri ja Veronika Kalmuse (2009) ning Sara ja Tom Pendergasti töödele.

Eesti sotsiaalpoliitilist arengut analüüsinud Lauristin ja Vihalemm on välja toonud niiõelda sisemised ja välimised asjaolud, mis on mõjutanud Eesti arengut alates taasiseisvumisest. Sisemised asjaolud kujutavad endast riigisiseseid sotsiaalseid faktoreid, nagu sotsiaalne kihistus, etnilised grupid, generatsioonide ja sugude vahelised suhted, mis loovad väärtushinnanguid. Väliste mõjutajate hulka kuuluvad suhted teiste riikidega ning üleüldised rahvusvahelised sidemed. Lauristin ja Vihalemm leiavad, et just sisemiste ja välimiste faktorite koosmõju on olnud huvitavaks nähtuseks, mis võis olla Eesti edumeelse arengu üheks põhjuseks. (Lauristin & Vihalemm, 2009: 2–3)

1990ndad olid mitte ainult Eestis, vaid ka kogu maailmas suur muutuste aeg. 1991. aastal varises kokku Nõukogude Liit ning maailma suurimaks mõjutajaks maailmapoliitikas, majanduslikus innovatsioonis ja ka popkultuuris oli USA. Sellest tulenevalt sai alguse kapitalistliku majandusmudeli domineerimine, mille võtsid omale suunaks Nõukogude Liidust vabanenud riigid. 1990ndatel kasvas majandus üldiselt kiiresti, see aeg langes kokku ka internetihiiglase Microsofti turule tulekuga, ning internetiga ja arvutitega

seotud majandust nimetati “uueks majanduseks”. Interneti levik ja arvutite ilmumine majapidamistesse tähendas kaubandusmaailmale tõhusamat informatsiooni vahendamist ja kauba transportimist. (S. Pendergast, T. Pendergast, 2004: 841, 843, 971)

Eesti iseseisvumise järgselt võeti kurss üleilmastumisele ning sooviti kiirelt järele jõuda lääne riikidele. Üleilmastumiseks nimetatakse sotsiaalset protsessi, mille käigus vähenevad piirangud kultuurilisele ja geograafilisele korraldusele ning inimeste teadlikkus sellest aegamisi kasvab (Waters, 1995 tsit. Nayeh, Al-Rodhan, 2006: 11). Eesti läänestumist või üleilmastumist on analüüsinud Lauristin (1997), Sztompka (1996) ja Vihalemm et al. (1997), mille Lauristin (2007) kokku võtab. Suhteliselt kiirelt hakati astuma samme Euroopa Liiduga liitumise suunas. Lääs ja Euroopa olid tol perioodil inimeste jaoks mõtestatud kui kultuuriline ja poliitiline ühtne üksus, mis esindasid läänelikke väärtusi – vabadust, demokraatiat, solidaarsust, õiglust ja õitsengut. 1990. aastate alguse postsotsialistlikes riikides domineeris uute tähenduste ja väärtuste mõtestamine, mis pidid ühtima euroopalike väärtushinnangute ja arusaamadega. (Lauristin, 2007: 398)

Lisaks USA sotsiaalpoliitilisele domineerimisele on Ameerika Ühendriigid olnud ka üks suurimaid 1990ndate popkultuuri mõjutajaid näiteks muusika, filmi, televisiooni ja toidu valdkonnas. USA trendid ja peavoolud, mis löid läbi Ameerikas, said varsti menu osaliseks ka mujal maailmas. Näiteks USA staaridest Madonnast ja Michael Jacksonist koos paljude teistega said ülemaailmsed kuulsused ning paljudesse Euroopa riikidesse levis Ameerika kiirtoidukett McDonald's. 1990ndad oli aeg, mil öeldi lahti konventsionaalsetest piirangutest, mis inspireerisid 60ndatel ja 70ndatel näiteks hipisid võitlema üldlevinud väärtushinnangute ja poliitika vastu. Seega oli 1990ndate mood eelkõige mõjutatud just meelelahutustööstusest, mitte niivõrd poliitilisest survestamisest. (S. Pendergast, T. Pendergast, 2004: 973)

Tarbimiskultuuri iseseisvusejärgses Eestis tuleb kindlasti analüüsida Nõukogude Liidu okupatsiooni perioodi taustal, kuna jälg nõukogude ajast oli vanema põlvkonna kogemustes veel värske. (Keller & Vihalemm, 2005: 69, 70) Nõukogude aja lõppu iseloomustasid valdavalt enamasti puudutav kaupade defitsiit ja riigivõimude poolt peale sunnitud homogeenne elustiil. Nõukogude ühiskonnas puudusid läänelikud klassivahed, seega suutmatust järgida läänelikku kapitalistlikku tarbimisstiili polnud kellegi jaoks isiklik läbikukkumine, vaid selline oli sotsialistliku ühiskonna mudel. Nõukogude tarbimiskultuuri saatis paljuski vabaduse janu, mis väljendus tavainimese elulistes vajadustes. (Kalmus & Keller & Kiisel, 2009: 54) Kindlasti väga oluline nõukogude aja kaubanduse iseloomulik osa oli üldine kaupade defitsiit. Defitsiitkaup oli näiteks naiste kosmeetika, paljud toiduained, laste mähkmed ja loomulikult ka rõivad. Selleks, et defitsiitkaubale üldse ligi oleks võimalik pääseda, tuli omada häid suhteid poemüüjate ja muude kaubandustöötajatega, kes jagasid kaupa niiöelda “leti alt” ning panid tuttavatele paremad asjad kõrvale. Seega majandusliku kapitali kaalus suures osas üles sotsiaalne kapital. (Keller & Vihalemm, 2003: 196, 203) Tarbimiskultuuri uurijad, näiteks Don Slater, on arutlenud, et just majandusliku vabaduse ihkamine oli suur mõjufaktor, mis viis inimesed protestile nõukogude võimu vastu. (Slater, 1997 tsit. Keller & Vihalemm, 2009: 197) Sotsiaalse kapitali nähtust on analüüsinud prantsuse sotsioloog Pierre Bourdieu, kelle analüüsi keskmes on sotsiaalsete positsioonide säilitamise strateegiad kultuurilise kapitali kaudu ning kuidas inimesed kujundavad enda maitse-eelistusi tarbijana, lähtudes endast kõrgema sotsiaalse positsiooniga inimeste eelistustest ning toob ühtlasi välja veel tarbimisstiili mõjutavaid aspekte, nagu amet ja kogukonda kuulumine. (Bourdieu, 1984: 116, 123) Sellest tulenevalt võib öelda, et sotsiaalne kapital eksisteeris edasi omal moel, kuid mitte sellises tähenduses, nagu nõukogude ajal.

Läänelik tarbimiskultuur hakkas Eestis arenema 1980. aastate lõpus ning juba 1990. aastatel hakkasid tarbimisharjumused kiirelt muutuma eesotsas reklaami, brändimise ja poodlemise kui vaba aja veetmise vormi väljakujunemisega. (Svennebye, 2008 tsit.

Kalmus & Keller & Kiisel, 2009: 55) Kui tänapäeva tarbimiskultuur on jõudnud teatud küpsuseni, siis 1990ndate alguses oli Eesti majandus veel niiöelda lapsekingades ning tasapisi hakati liikuma läänelike tarbimisstrateegiate rakendamise suunas. (Kalmus & Keller & Kiisel, 2009: 55) Mis puutus kauba ostmisesse, siis veel 1990ndate alguses oli elutähtis omada tutvusi kaubandusvaldkonnas ning osa kaupa oli võimalik osta vaid talongide alusel, mis kadusid aga rahareformiga 1992. aastal. Lisaks komisjonikauplustele ja turukaubandusele eksisteerisid ka valuutapoed, kus sai tasuda välisvaluutaga. (Vaaro, 2000: 26) Samuti tuleneb Vaaro uurimistööst, et kapitalismi arenguga hakkas massimeedia tõttu süvenema tarbimisbuum, mille tagajärjel hakkas tekkima majanduslik kihistumine. See lubas jõukamal elanikkonnal läänelikku, kohati isegi raiskavat tarbimiskäitumist harrastada ning samas puudustkannatavad inimesed pidid odavamid alternatiive leidma. (Vaaro, 2000: 28, 29)

Tarbimiskultuur Eestis oli 1990. aastatel alles kujunemas. Sotsiaalsete klasside moodustumine senises näiliselt võrdses ühiskonnas põhjustas ebakindlust ja segadust. Läänelikule tarbimiskultuurile omane materiaalsel väärtustel põhinev sotsiaalne staatus oli tol perioodil enamiku jaoks inimestest kättesaamatus kauguses. Mis puutus ühiskonna arendamise ja tarbimisstiilidesse, vaatasid eestlased kindlasti eesotsas põhjanaabrite, soomlaste ja rootslaste, poole, sest nõukogude perioodi vältel oli just Soomest ja Rootsist saanud vaikimisi läänekultuuri ja heaolu sümbol. Põhjamaade eeskujuks seadmiseks oli mitmeid põhjuseid; paljudel inimestel elasid seal sugulased ja tuttavad, kellel nõukogude perioodi lõpus saadi juba külas käia ning seega oli olemas teatav võrdlusmaterjal. Oma mõju oli ka Põhja-Eestis levival Soome televisioonil, mis vahendas ka põhjanaabrite tarbimisharjumusi. (Keller & Vihalemm, 2003: 197, 203, 204, 210)

Keller ja Vihalemm on ilmestanud ka kaupade tarbimise kultuurilisi aspekte. Lääneliku tarbimisviisi üle võtmine 1990. aastate Eestis oli paljuski mõjutatud veel nõukogude aja oludest ning väärtushinnangute sümboolika oli tol ajal väga segane. Autorid toovad

näitena, et inimesed võisid sõita kalli autoga ning kanda firmarõivaid, kuid samal ajal elada viletsas seisus väikeses korteris, kuhu polnud võimalik isegi oma kalleid riideid korralikult ära paigutada. Kui soov paremaid asju omada ning selle kaudu enda sotsiaalset positsiooni ühiskonnas kindlustada oli ka nõukogude ajal, siis nüüd tehti sama uute võimaluste piires. (Keller & Vihalemm, 2003: 207)

Kokkuvõtvalt võib öelda, et 1999ndad oli periood, kus paljudes valdkondades hakati ümber kujundama senist identiteeti ning kohanema uute oludega. Põhiliseks suureks muutuseks, mis puudutas tarbimist, oli kindlasti sotsiaalse kapitali asendumine majandusliku kapitaliga. Eesti majandusliku olukorra paranemise tõttu muutusid ka üksikisikute tarbimisharjumused, kuna senine valik muutus ning turule tekkis importkaupa. See pani aluse läänelikule kaupade küllusele, mis hakkas küll tekkima alles pigem 1990ndate lõpu poole. 1990ndate alguses aga, kui poelettidel veel seda läänelikku küllust polnud, osteldi enamasti komisjoni ja valuutapoodides. Kuigi Nõukogude Liidu mõjud olid 1990ndatel veel tunda, siis Eesti arengut on siiski peetud üpris kiireks nii sisemiste kui väliste mõjutajate tõttu.

2. Riiete hankimisstrateegiad

Kui tänapäeval on vajadus mõne toote järgi, näiteks uus mantel või sinna juurde sobivad saapad, siis on valik nii suur, et võimalus on leida ruttu igale maitsele ja vastavalt finantsvõimekusele midagi. Kui aga minna ajas 30 aastat tagasi, see nii lihtne ei olnud. Piiride avanemisest olenemata imporditi rõivaid Eestisse 1990ndate alguses alles vähem ning need uued riided, mida poodidest võimalik leida oli, võisid maksta mitme kuupalga väärtuses summasid. Seega oli suur abi taaskasutuskeskustest ning teise ringi poodidest, rahvakeeli ka “sekkaritest” või “kaltsukatest”, kust võis leida välismaise päritoluga rõivaid. Odavam oli ka tuttavatelt riideid hankida. Samuti osteti riideid komisjonikauplustest, kuhu inimesed said oma kasutatud riideid ja muid esemeid viia. 1990. aastatel hakkasid Eestis postkastidesse ilmuma kataloogid. Populaarsemad neist olid näiteks Anttila, Quelle, Otto, Hobby Hall ja Neckermann. Käesolevas peatükis käsitlen erinevaid rõivaste hankimise viise, mida 1990. aastate Eestis praktiseeriti.

2.1 Rõivakaubandus Eestis 1990. aastatel

Majanduslikud muutused, mis 1990ndatel aastatel toimusid, ei juhtunud üleöö, kuid tasapisi hakkas toimuma erastamine. Paljud kooperatiivide ja riigi poolt kontrollitavate asutustena tegutsenud poed alustasid tegutsemist aktsiaseltsidena, nende hulgas ka 1960. aastal asutatud Tallinna Kaubamaja. Tallinna Kaubamaja oli juba nõukogude ajal prestiižne poodlemispaik, kust võis leida paljude inimeste jaoks ihaldusväärset defitsiitkaupa. (Okazaki, 2012: 188) Defitsiitkaupade ostmine eeldas aga sotsiaalseid sidemeid kaubandustöötajate seas. Reet Ruusmann on väljendanud mõtte, et defitsiitkaupade jagamise sotsiaalsed võrgustikud tekitasid näiliselt võrdses ühiskonnas

siiski ebavõrdsust, luues privileege neile, kellel oli vajalikke tutvusi. (Ruusmann, 2010: 19) Kuna Tallinnasse kerkisid 1990. aastate alguses aga uued Soome brändid nagu Sokos ja Stockmann, tekkis Kaubamajale uute poodide näol märgatav konkurents ning Kaubamajal tuli sellega seoses hakata pöörama senisest suuremat tähelepanu klientide lojaalsuse võitmisele ning uute majanduslike oludega kohanemisele. 1993. aastal Tallinnasse ehitatud Stockmann oli muu seas ka esimene pood Eestis, milles oli eskalaator. On dokumenteeritud, et inimesed käisid seal alguses ka ainult üles-alla sõitmas ning uudset lifti uudistamas. (Okazaki, 2012: 189) Kaubamaja aga võitles enda eksistentsi eest ning see oli vajalik ka selle tõttu, et minetada seosed Nõukogude Liiduga, mis inimestel poega veel värskelt võisid mälus olla. Seepärast prooviti endale kujundada niiöelda rahvakaubamaja kuvand, millega sooviti võita Eesti rahva soosing välismaa firmade ees. (Okazaki, 2012: 189)

1990ndate lõpus avati juba ka teisi suuri kaubanduskeskusi. Näiteks 1997. aastal tekkis Pärnusse Port Artur I. Aastal 1998 avati tolleaegne suurim kaubanduskeskus Eestis – Rocca al Mare keskus, mis oli esimene omataoliste seas, pakkudes lisaks poodlemisele ka vabaajaveetmise võimalusi noortele. Noorte ajaveetmise fenomeni kaubanduskeskustes on uurinud Mari-Liis Vohli, kes käsitleb nähtust Featherstone'i (1991) kohaselt kapitalistliku tarbimisstrateegiana, mille eesmärk on kasvatada peale uut tarbijaskonda. (Featherstone, 1991, tsit. Vohli, 2009: 5–6)

2.2 Taaskasutuspoed ja omaalgatuslikud rõivaärid

Vaaro (2000) töös kõlab mõte, et tänu majandusliku valdkonna arengule 1990ndate perioodil on toimunud suured muutused rõivakaubanduses – poodides olev rõivastevalik suurenes, kauba kvaliteet paranes ning palju hakati ostma välismaise päritoluga riideid ja aksessuaare. Lisaks tavakauplustele tekkisid 1990ndatel ka kasutatud riiete poed ning lisandus ka muid võimalusi riiete hankimiseks, näiteks posti teel kataloogidest tellides ja välisreisidel käies. (Vaaro: 2000: 33-35, 38) 1990ndate Eestis toimus väga hästi rõivaste

taaskasutus – enamik riietest oli sellise päritoluga. Paljud minu informantidest väidavad, et just *second-hand* poodidest oli võimalik leida põnevaid, ilusaid riideid, mis olid samas ka kvaliteetsed. Paljud inimesed hankisid Skandinaavia piirkonnast pärit rõivaid sisaldavaid abipakke, et nendes olevaid riideid taskukohaste hindadega Eestis maha müüa. Riidekotid sisaldasid enamasti Rootsi kristlaste poolt annetatud kasutatud riideid. Erasisikutelt uute importrõivaste ostmist täheldasid mitmed informandid. Inimesed ostsid *second-hand* rõivaid tol ajal eelkõige vajaduse pärast, sest need olid kordades soodsamad, kui komisjoni- või valuutapoe kaup. Teisalt leiti ka, et teise ringi kauba seast oli võimalik leida meelepärasemaid ja huvitavamaid riideid. Näiteks tõi mõni informant välja, et *second-hand* kaup sisaldas Rootsi jõukama elanikkonna poolt annetatud riideid, mis olid kvaliteetsest ja tolle aja mõistes isegi eksootilisest materjalist, näiteks kašmiirist.

Minu informandid väljendasid ka taaskasutuse keskkonnasäästlikku poolt. Kalmus & Keller & Kiisel on väljendanud mõtet, et mida vanemaks inimesed saavad, seda rohkem hakatakse pöörama tähelepanu keskkonna säästmisele ja jätkusuutlikule tarbimisele. (Kalmus & Keller & Kiisel, 2009: 54). Arvan, et minu informantide puhul võisidki need väljaütlemised iseloomustada pigem nende tänaseid arusaamu, kui 20-30 aasta taguseid. Selle põhjuseks võibki olla ilmselt ka informantide teadmiste kasv vanusega, kuid leian, et 1990ndatel taaskasutusäridest riiete ostmise primaarseks põhjuseks oli eelkõige praktiline vajadus ning tavapoodide kõrge hinnatase. Keskkonnasäästlik mõtteviis on nähtus, mis minu uuritava ajaperioodil nõukogude aja mõju tõttu veel levinud ei olnud (Kalmus & Keller & Kiisel, 2009: 56) ning teadlik taaskasutamine sai alguse alles pigem 21. sajandi alguses, kui 2000. aastal muuhulgas avas Eestis ukseid Humana Estonia, mis on Eesti suurim teise ringi riiete kett. (Humana Eesti: *online*)

Noh, nagu nägi välja natuke, et need asjad olid nagu kvaliteetsemad ja kallimad või noh, selles mõttes, et nendes oli nagu sellist, sest noh, natuke nagu niisugust kättesaamatuse hõnguga. (Margit, sünd. 1971)

Informandid Marika, Margit ja Erika kirjeldavad, kuidas lasteaias käisid paar naist iga reede nõ "kaltsukat" pidamas. Lasteaia ruumidesse laotati iga reede hunnik Skandinaavia päritoluga riideid, mida ümberkaudsed inimesed soodsalt ostmas käisid.

Ja, ja kindlasti humanitaarabi korras ja kui ma läksin tööle ja see oli ka üheksakümnendate lõpus. Et siis meil on lasteaias, siis meil lasteaias oli näiteks iga reede, meil oli kaks kindlat tädi, kes saidki ja töid välismaalt kaupa ja ladusid lasteaia keldris tooteid suurte kottidega ja siis igal reedel oli avatud kaltsukas. Tohtu suur kelder oli seal. (Marika, sünd. 1971)

Informant Erika toob välja, et taaskasutus on tänapäeval kindlasti rohkem teadlik ja keskkondlikel kaalutlustel tehtud valik, kui see oli 1990ndatel aastatel, kuid ka juba siis oli võimalik kvaliteeti ja brändisilti ihkaval inimesel leida sobivaid riideid. Taaskasutusriided olid 1990ndate alguse poole selleks aga üks kättesaadavamaid variante.

"Praegu ta on ju uhkuse asi, et sa hoiad loodust ja see on sinu teadlik valik. Ja kui sa oled seda kasutanud, siis üldiselt sa tead, et kui sa oskad valida, siis sa saad sealt väga head brändid, kvaliteetsed riided, mis püsivadki aastaid." (Erika, sünd. 1961)

Informant Erika toob välja ka seda aspekti, et second-hand rõivaste kandmine ei olnud 1990ndatel niivõrd teadlik valik ning ta ei tundnud end mugavalt, kui rõivaste päritolu kohta uuriti. Taaskasutusel oli tol ajal humanitaarabi maik juures ning kuigi paljud inimesed tänu second-handidele endale riideid said, siis see polnud asi, mille üle uhkust tunti.

Aga ma arvan, et siis, kui see teise ringi poodide teema tuli, et no ta võib-olla oli nii, et

natukene pelgasid ütelda, et kust sa said. (Erika, sünd. 1961)

Kuna poeletid võisid 1990ndate alguses veel päris tühjad olla, õitses äri komisjonipoodidel ja tarbijate kooperatiividel. Kooperatiividest oli üldjuhul võimalik leida kohalike inimeste poolt valmistatud toodangut, mis oli vastavalt ka kallima hinnaga.

Kooperatiiv oli selline pood, mis oli siis hinnalt kallim ja mingisugune erapood või mis ta nimi siis võis olla. Ja siis seal võis olla mingisugune päris põhjendamatult kalli hinnaga midagi, aga siis oli seal see valik, et kas tahtsid seda osta või mitte, aga teistes poodides siis oli lihtsalt see, et ei olnudki mitte midagi. Mingeid siitsikitleid võibolla oli ainult. Ja ka ma ostsin komisjoni kauplusest endale sukkpükse näiteks, sest need eesti Suva omad ei sobinud mulle millegipärast, olid väga lapsikud. Aga komisjoni kaubanduses oli soome sukkpükse müüa ja kuna ma elasin kesklinnas, siis Kaubamajas ja mingites poodides vanalinnas ikka aeg-ajalt mingisuguseid. (Karin, sünd. 1965)

Komisjonikaupluste tähtsus riiete muretsemisel oli 1990. aastatel päris suur, kuna seal võis olla rohkem kaupa, kui polettidelt leida võis. Komisjonipoodide eripära seisnes selles, et sealtki võis leida atraktiivsemat ja uhkemat kaupa, mis oli samuti kasutatud või uued, kuid kohalike inimeste poolt sinna müügile viidud. Vaaro (2000: 26) kohaselt võib komisjonipoode pidada *second-hand* poodide analoogideks, sest “sekkarite” tulekuga söödi komisjonimajandus enamjaolt välja ning selle olulisus muutus. Komisjonipoe tüüpi poed tegutsevad ka tänapäeval enamasti “kirbukate” nime all ka tänapäeval, kuid nende tähendus ja olulisus on võrreldes 1990ndatega kindlasti muutunud.

Siis oli ta kindlasti suurem see komisjonikaupluse tähtsus, kui praegu. Praegu on tegelikult ka väiksel määral segunenud, aga need on hästi vähe. Nüüd on kaltsupoed, komisjonipoed on hoopis midagi muud. (Karin, sünd. 1965)

Saksa ja Soome kataloogid kogusid Eestis umbes 1990ndate keskpaigast alates massiliselt populaarsust. Kuna kataloogidest tellides ei pidanud minema realselt poodi riideid otsima, tegi see poodlemise kultuuri palju mugavamaks ja lihtsamaks ning seda võib pidada oma olemuselt ka internetikaubanduse varajaseks eelkäijaks. Informant Karin oli minu intervjuueeritavatest 1990ndatel kõige rohkem kataloogist tellimisega tegeleunud, kuna kataloogis pakutavad rõivad tundusid stiilsemad.

Saksa ajakirjast tellitud mingi roosa pluus seljas ja mingi nahkvöö peab veel tingimata olema. Et see saksa ajakiri oli siis see, kust siis minu maitse järgi kannatas siis tellida sealt midagi, et mulle lõpuks need soome ajakirjad ei sobinud enam oma stiililt, et need läksid nagu liiga selliseks „memmelikuks“ kätte ära. Et saksa lõikeajakirjad ja igasugused tellimisajakirjad olid asjalikumad. Olid Otto ja Quelle ja Neckermann. (Karin, sünd. 1965)



Karin (sünd. 1965) aastal 1994 kataloogist tellitud rõivastega, millest eelnevas tsitaadis

juttu oli.

Mõned, kes olid veel tellimisega tegelenud, otsustasid sellest loobuda pärast mõnda ebaõnnestunud ostu. Minu informantidest enamik aga siiski suhtusid kataloogist tellimisse skeptiliselt ning ei tundnud selleks vajadust. Samuti tundus see protsess paljudele keeruline ja tüütu.

Ei. Ma isegi ei osanud ja ma mäletan, kui ma tulin lasteaeda tööle ja ma nägin, et paar kolleegi tellib, siis ma vaatasin neid natukene nagu ullikesi. (Erika, sünd. 1961)

2.3 Muud praktikad: õmblemine, tuttavad, reisid

Väga populaarne riiete hankimise viis oli loomulikult ka ise riiete valmistamine. Nii nõukogude ajal kui ka veel 1990ndatel toimis palju õmblusateljeesid ning tegutsesid ka eraõmblejad. Moemaja tegevus jäi küll enamasti nõukogude perioodi, kuid tegutses veel veidi ka 1990ndate alguses. Kuna riideid polnud väga palju saada, siis paljud inimesed pidid õmbleja teenuseid rohkemal või vähemal määral kasutama. Informant Marika oli üks neist, kellel oli isiklik pereõmbleja ning väga paljud riided lasti õmblejal meisterdada.

Ja siis meil oli selline pereõmbleja, ma lasin õmmelda ema vanadest asjadest ringi. See seelikki on lastud spetsiaalselt õmblejal õmmelda. (Marika, sünd. 1971)



Marika (sünd. 1971) aastal 1993 enda õmmelda lastud pulmakostüümis, mis koosnes seelikust ja pluusist.

Õmblemine oli 1990ndate alguses väga hinnas. Õmmeldi kõike, alustades nokamütside ja lõpetades teksapükste ja mantlitega. Informandid leidsid isegi, et õmblemis- ja käsitööoskus olid lausa hädavajalikud, kui sooviti end rõivastumise kaudu maksimaalselt väljendada või olid väga kindlad soovid riiete kandmise osas. Kui tänapäeval on ise riiete valmistamine pigem nišiteema ning enamik inimesi sellega regulaarselt ei tegele, siis 1990ndatel oli kindlasti põhjuseks ka toodete puudus ja/või vahendite puudus neid soetada ning soov sellest hoolimata hea välja näha. Vaaro (2000) uurimusestki selgus, et kuigi 1990ndatel Eestisse jõudnud teise ringi poed pakuvad väga laialdast valikut, on naised pidanud käsitööoskust rõivaste hankimisel väga oluliseks eeliseks. (Vaaro: 2000: 28, 36)

Ma kujutan ette, et (2) kui sul on kaks kätt ja sa oskad õmmelda ja kududa ja heegeldada,

siis need inimesed said ennast väga hästi väljendada. Kellel oli rahakott natuke paksem, see võis teha mida iganes. (Erika, sünd. 1961)

Karin (sünd. 1965) on ainsana informantidest teeninud leiba rõivaste konstrueerimisega ning on endale elu jooksul väga palju rõivaid ise õmmelnud ning see on andnud talle eelise kanda alati seda, mida vaid soovib.

Aga noh, kuna mina väga palju juba keskkooli lõpus tegin ise endale riided, et siis minna nagu selle defitsiidiga nii väga kokku ei puutunud, et tegin endale mantlid ja jakid ja isegi teksapüksid ja kõik tegin ise. Isegi kudiosin ise kõiksugused kampsunid. Nii kui lõnga kätte sain, siis tegin kümme kampsunit endale. (Karin, sünd. 1965)

Karin aga räägib, et tema riiete õmblemine jääbki pigem nõukogude aega ning 1990ndate algusesse ning üldiselt õmbles ja kodus ta siis juba rohkem riideid lastele, kui endale. Ühtlasi ei tundnud ta enam nii suurt vajadust õmmelda, kui tekkisid muud alternatiivid, nagu kataloogikaubandus. 1990ndate aastate jooksul enam inimesed ka teiste informantide kohaselt väga palju õmblemisega ei tegelenud. Mida rohkem lisandus võimalusi soetada meelepäraseid rõivaid teise ringi poodidest ja hiljem ka poekettidest, mis Eestisse laienesid, seda rohkem hakati mugavamaid ja lihtsamaid viise riiete hankimiseks kasutama. Sedasama on leidnud ka Vaaro (2000: 36).

Sugulastelt ja tuttavatelt täiskasvanute riiete edasi andmine polnud päris tavaks, küll jagati omavahel laste kasutatud riideid. Teisalt võib tuua välja näite, et oli ka praktikaid kus intervjuueritu ei tegelenud ise omale riiete muretsemisega. Informant Külli endale ise eriti riideid ostmas ei käinud, vaid talle toodi enamik riietest koju peamiselt mehe poolt.

Mees – tema oli nihuke sahkerdaja. Tegelikult tõi tema mulle riideid. Mina istusin lastega kodus, tema nagu tõi, tõi isegi lastel sipukad ja lõhnaõlised ja kingasid ja kleite. Tema tõi

koju, et nagu põhimõtteliselt tema valis välja, (naerab) mida mina kandsin. (Küllli, sünd. 1967)

Importriideid käidi ka inimeste juures kodudes ostmas. Kui tuttavatelt levis sõna, et keegi riideid müüb, siis sõideti kasvõi teise linna ostma ning elevust tekitasid hinnalisemad rõivabrandid.

Aga ei, noh, pakuti. Niimoodi haltuura korras. Ja siis sai käidud niimoodi, et 1990ndate lõpus inimesed müüsid kodudes ka. Ma käisin niimoodi kodudes ostmas. Et siis ma sain üldse teada nendest firmamärkidest, näiteks Versace'ist ja Hugo Bossist ja... (Küllli, sünd. 1967)

Kui 1990ndatel olid piirid valla, võimaldas see paremal järjel olevatele inimestel käia ka reisidel. Paljude jaoks olid 1990ndatel tehtud reisid lausa esimesed elus ning kui leiti võimalus välismaale minna, polnud siiski võimalik sealt endale midagi lubada. Kõige rohkem oli võimalusi reisida informant Erikal ja informant Karinil. Informant Erikal oli võimalik käia 1995. aastal Itaalias ning mitmeid kordi Saksamaal. Saksamaal ja Küprosel käis ka informant Karin. Kõik informandid käisid 1990ndatel aastatel ka Rootsi reisidel ja mõned Soomes. Informant Tiivi lausa töötas ja elas 1990ndate alguses Soomes ning seetõttu ostis kõik riided välismaalt.

Mul nagu raha oli, et ma tegelikult ikkagi, noh, nagu selleaegsete välismaa riietega, et noh et ma no konkreetselt kaubandusvõrgust, mis siin oli, mina nagu riideid ei ostnud. Minul oli Rootsi reis, et noh, isaga käisime seal ja seal, ütleme 1990ndate aastate alguses, et siis ma sain sealt oma täieliku garderoobi. (Tiivi, sünd. 1968)

Reisid olid intervjueritavatel väga hästi meeles, sest need olid ühed esimesed nende elus. Mäletati isegi sensoorseid elamusi, nagu teistmoodi lõhn. *“Praegu, ma arvan, et ma ei*

oskakski tunda rõõmu. Juba see poodi sisseminek, see lõhn oli seal nii teistmoodi.” (Erika, sünd. 1961) Informantidel oli võimalik endale reisidel ka riideid osta, kuigi see ei olnud reisimisel primaarne tegevus ning sellele pühendati vähem aega. Järgnevad tsitaadid intervjuudest kirjeldavad hästi ka inimeste vajadusi ja prioriteete. Kuna Karinil olid 1990ndatel lapsed väiksed, siis ilmselgelt oli rõhuasetus laste vajadustel. Erika ei pidanud vajalikuks lastele riideid välismaalt osta ning seadis prioriteediks enda soovid, mida polnud võimalik Eesti kaupadega rahuldada.

Ei, jah tõenäoliselt jätsin ennast tahaplaanile. Tõime mingisuguseid vidinaid siin kõigile, aga midagi väga niisugust suurt ja uhket e toonud. Ühe kampsuni äkki ostsin mingite kuldnööpidega, mulle meeldisid need kuldnööbid. (Naerab) (Karin, sünd. 1965)

Sellised puuvillased püksid. Tore seljakott, mille ma sain osta Itaaliast, see sobis mulle väga hästi sinna. Saksamaalt sai osta ühe toreda pluusi juurde. A seelik oli mul hästi põnev! Ta oli niisugune paekivi karva. (Erika, sünd. 1961)

1990ndatel oli rõivaste hankimise strateegia üsna mitmekülgne. Äsja kerkinud kaubanduskeskused olid küll uued ja huvitavad, kuid kõikidel ei olnud finantsilisi võimalusi endale riideid hankida. Minu informantidest ainukene, kes vahel ka kaubanduskeskustest riideid ostis, oli Karin. Samuti oli ta üks ainsamaid, kes oskas ja kellel oli mahti ka ise riideid õmmelda, kuigi see praktika jäi pigem nõukogude aega. Ka tutvused mängisid ka 1990. aastate alguses parema kauba kättesaamises olulist osa. Inimesed, kellel rahakott ei võimaldanud kaubanduskeskustest riideid hankida, väisasid tihti nn kaltsukaid ja komisjonipoode. Kui tänapäeval mõeldakse rohkem loodussäästlikumast aspektist, siis 1990ndatel oli selle taga pigem soov kaupa odavamalt saada ning võimaluste piires rõivaid soetada. Kindlasti oli mõne informandi jaoks teise ringi äride funktsiooniks ka põnevamate ja kvaliteetsemate riiete leidmine, kuigi rahaliste võimaluste poolest oleks võinud ka tavapoodidest riideid osta. Riideid oli võimalik ka ise

õmmelda ja tuttavate käest saada, kuid kõige eksootilisem oli välismaalt riideid hankida – seda muidugi neil, kel piisavalt raha ja võimalusi olid. Second-hand poodidele tähenduse omistamine võis samuti olla inimestel erinev, näiteks kaltsupood või “kaltsukas” võib vihjata pigem negatiivsele hoiakule ning “sekkar”, ingliskeelse mõiste *second-hand* lühem ja kõnekeelne vaste, on keskkondlikust aspektist tulenev neutraalsemat hoiakut väljendav mõiste.

3. Populaarsed rõivad ja stiil 1990ndatel

1990. aastate mood käis kümnendi alguses paljuski üheskoos muusikaga, peamiselt disko, roki ja hip-hopi muusikastiilidega. Subkultuuride levikut 1990. aastate Eestis nähti kui võimalust lääne noortekultuuriga samastuda ning see pakkus võimalust vastanduda vanema generatsiooni poolt praktiseeritava, veel nõukogude mõjutustega kultuurile. (Allaste, 2011: 146, 150, 169) 1990ndatel olid kõige olulisemad tegurid riietuse juures minu kui Vaaro kohaselt mugavus ja praktilisus. Rõivatrende iseloomustas lihtne elegants ning naiselikkuse rõhutamine hittlainena levinud uudsete stretšmaterjalide näol, mis liibusid vastu keha. (Vaaro, 2000: 19, 20) Suur 1990ndate stiiliikoon oli printsess Diana ning temalt võeti šnitti just pidulikemate rõivastuste puhul. (Ewing, 1993 tsit. Vaaro, 2000: 19) Järgnevalt annan ülevaate sellest, milliseid rõivaesemeid eelistati 1990. aastatel kanda.

Minu uurimusest selgus, et kõik informandid armastasid praktilist rõivastust ning seda peeti ka riietuse juhul olulisemaks. Toon sellekohaseid näiteid:



Margit (sünd. 1971) ühes oma lemmikkampsunis aastal 1995.

Järgnevalt esitan ka pildiloleva kampsuni kohta käiva tsitaadi Margiti intervjuust:

Aga ma ikkagi arvan, et üsna tavaline sellel ajal oli mingi kudum ja siis seelik või püksid.

(2) Mina seda kampsunit mäletan, et noh, see oli selline suur ja mingid tikandid ja mingid kirjud asjad olid peal ja seda saades see mulle tohutult meeldis. (Margit, sünd (1971)

Naiste 1980–90. aastate rõivastumiskäitumist uurinud Triin Vaaro (2000) leidis samuti, et enamikule inimestest oli riietuse juures oluline mugavus ning vähem olulisem oli rõivabrändide kallidus, pigem osteti riideid masstootjatelt. Populaarseimad vabaaja rõivad olid Vaaro kohaselt teksapüksid, kudumid, dressipluusid ning üleüldiselt sportlikud rõivad. 1990. aastate lõpus kandsid naised enim teksapükse, aga ka üha populaarsemaks hakkasid tol ajal muutuma kostüümid. Kostüümide juurde kanti enamasti puuvillasest trikotaažist polo, T-särke, villaseid dzempreid ja kampsuneid. Aksessuaaridest olid levinumad rätid ja ehted. (Vaaro, 2000: 106)



Dressipluusi ja teksadega Marika (sünd. 1971) jaaniõhtut veetmas, aastal 1999

Marika küll igapäevaselt dressipluuse ja taolist sportlikku rõivastust ei kandnud, kuid pildilolev dressipluus oli ja on siiani traditsiooniline riietuse suvistel lõkkeõhtutel.

Riietuses kadus ära teatud konservatiivsus ja reeglid muutusid vabamaks: tänu välismeedia kaudu sissevoolavale informatsioonile julgusid inimesed hakata end läbi rõivastuse rohkem väljendama. 1990. aastate keskpaigast oli rõivastumises märksõnaks lihtne elegants, minimalistlikud ärikostüümid. Samuti olid hinnas liibuvad, figuuri rõhutavad kleidid. (Vaaro, 2000: 20) Järgneval pildil on informant Karin 1999. aasta lõpus aastavahetusepeol, seljas minimalistlik mustas kostüümis.

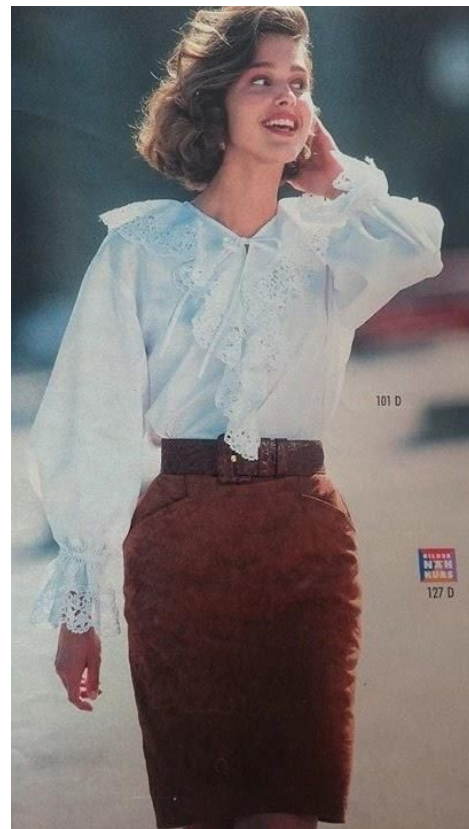


Karin (sünd. 1965) 1999. aasta lõpus, aastavahetusepeol, klassikalises mustas minimalistlikus kostüümis.

1990. aastatel populaarses moeajakirjas Burda on 1992. aastal kirjutatud nii: “Romantiline nagu Mozart. Väljendusrikkad naiselikud pluusid loovad võimsa kontrasti rangete kostüümide ja ülikondadega. Meie modellil on varrukatel pitsborde ja ülalpool laineline krae, kombineeritud nahkseelikuga. Kui maksimaalselt moodne välja tahta näha, siis võiks kuuluda riietuse juurde ka kuldse tõmblukuga flanelpluus.” (Burda, 1992: 11) Kuigi nahksed rõivad olid tõepoolest 1990. aastatel populaarsed, eelistasid minu informandid pigem teksamaterjali, kuid väljendusrikkad satiinpluusid sobisid ka teksaga kombineerimiseks. Järgnevalt toon fotonäite Karini rõivastusest 1994. aastal, kus seljas on heleroosa tikanditega satiinpluus, mis on kombineeritud teksaseelikuga, seelikul on veel lisaks nahkvöö. Karini rõivastus sarnaneb stiililt 1992. aasta Burdast leitud riietusele.



Satiinpluusi ja teksaseelikuga Karin (sünd 1965) 1994. aastal



Pilt ajakirjast Burda (August 1992)

Kõik minu informandid olid 1990ndatel noored emad ning eriliselt suur rõhk oli mugavusel ja praktilisusel, mida on rõhutanud ka Vaaro (2000). Kuigi paljude jaoks oli siiski isiklik stiil oluline ning väljajoonistuv, siis rõhutati, et tegelikult riietumine sellel perioodil ei olnud nende jaoks primaarne ning enamasti kanti seda, mida oli lihtsalt võimalik kätte saada. Riiete valimisel enda garderoobi oli seega peamiselt kaks põhilist etappi: esiteks sõltus see poodides olevast valikust ning seejärel juba isiklikust eelistusest.



Margit (sünd. 1971) pikas kootud kampsunis aastal 1994



Praktilises riietuses, kootud vestiga Erika Itaalias (sünd. 1961) aastal 1995

1990ndate perioodil kandsid minu informandid palju kampsuneid ja veste, mida ilmestavad ka eelnevad pildid. Kootud kardiganid ja pikad kootud vestid olid väga mugavad ning praktilised esemed, mida kombineeriti peaaegu kõigega. Informantide seas joonistubki üldise välja kombineerimise meetod: selle asemel, et osta näiteks

kostüümide komplekte, püüti kostüüm endale kombineerida kahest erinevast olemasolevast riideesemest.

Hästiistuvate teksapükste omamine oli minu informantide näitel 1990ndatel veel ihaldusväärne, kuid ilmselt ei näidanud see nii palju sotsiaalset staatust, kui nõukogude ajal. (Vaaro, 2000: 105) Minu informantide näitel oli taoline hoiak veel säilunud, sest mõnel juhul kanti ka näiteks enda abikaasa teksapükse. Värvitoonidest eelistati helesinist, valget, roosat, punast ja mõnel juhul ka musta. Vaaro (2000) on enda töös välja toonud, et kõige moekamad värvitoonid 1990ndatel olid punane ja must, aga ka hall ning samuti kanti hästi palju kampsuneid ja kootud veste. (Vaaro, 2000: 22)

Ja no siis oli mul mõõt ka vähe teisem, nii et ma sain abikaasa teksaseid ka kanda. Nüüd nagu ei tule pähegi. Aga tol ajal olid vähe teistmoodi ajad. Et siis läksid... Teksased, see oli, jah, nihuke põhikaup, mis oli ihaldusväärne ja ilmselgelt igapäevariietuseks väga hea. (Erika, sünd. 1961)

Pükste kandmist naiste moes on nähtud kui teatud sümbolset väärtushinnangute kogumit naise rolli muutumisel ajas. Naised hakkasid pükse kandma sõdadevahelisel perioodil, 1920ndatel aastatel, ning kõige esimestena omistasid selle trendi need naised, kes tegid rasket füüsilist tööd, näiteks saekaatrites. Pükste mooditulek tähendas muutusi naise kui soo positsioonis sotsiaalsel tasandil. See sümboliseeris naiste iseseisvust ning meestest eraldiseisvalt eksisteerimist. (Bill, 1993. tsit. Turunen: 171) Püksid naise jalas tekitasid aga alguses inimestes vastumeelsust ja pigem negatiivset suhtumist, sest seda nähti kui naiselikkuse minetamist, ning seetõttu kandsid pükse reaalsuses ainult vähesed naised. Alles 1960ndatel muutus ühiskonnas suhtumine pükste kandmisesse ning püksid said ajapikku elementaarseks osaks naiste garderoobist. (Lönqvist, 1979. tsit. Turunen: 171)

Teksamaterjal on üks vanimaid kangaid, mille kasutamine ulatub tagasi 17. sajandisse,

ning kanga vastupidavate omaduste tõttu kasutasid teksat algselt rasket füüsilist tööd tegevad mehed, näiteks metsaraiujad. (Levi Strauss, Downey & Co. Historian, 2014: *online*) Tänapäevaks on aga teksapüksid naiste jalas kasuaalne ning tänavapildis väga populaarne nähtus ning 1990ndatel sümboliseeris see eestlaste jaoks läänelikku vaba, kasuaalset elustiili. Vaaro leiab, et pikad püksid kui sotsiaalses keskkonnas naise iseseisvuse näitaja olid aga 1990ndate alguses naiste poolt natuke peljatud, kuna kardeti, et need ei sobi kehakujuga ning need polnud ka siis veel Eestis niivõrd trendikad. (Vaaro, 2000: 108)

Kuna 1990ndatel oli veel värske mälestus nõukogude ajast, mil teksapüksid olid mingil määral sotsiaalse staatuse näitajad, siis see suundumus ilmnis minu informantide puhul ka veel vahetult peale nõukogude aega. Seega võib öelda, et minu informandid mainisid teksat kui soositud ja isegi ihaldusväärset igapäevarietuse varianti. Järgneval fotol poseerib informant Marika enda lemmikteksapükstega, mida ta väga palju 1990ndate perioodil kandis.



Teksades Marika (sünd. 1971) aastal 1993

Teksamaterjalist olid populaarsed lisaks pükstele aga ka teksakleidid ja teksaseelikud.

“Kuluv kindlasti. Teksa jah. Ma mäletan, et üks nihuke teksakleit oli, mis Jüri tõi mulle. Et hästi-hästi moodne oli.” (Küllli (sünd. 1967) Uudsete rõivaesemetena tõid intervjueeritavad välja retuusid, karvase kapuutsiga pikemad joped või tänapäevases mõistes parkad.

“Siis ma mäletan, et 1990ndate paiku tekkisid retuusid, mida ennem ei olnud. Keegi ei kandnud mingeid sihukseid liibukaid, aga siis ühel hetkel tekkisid, tekkisid retuusid ja siis (2) turul olid veel need karvase äärega joped ja mingid need mantlikesed, nihuksed poolpikad olid.” (Anneli, sünd. 1975)

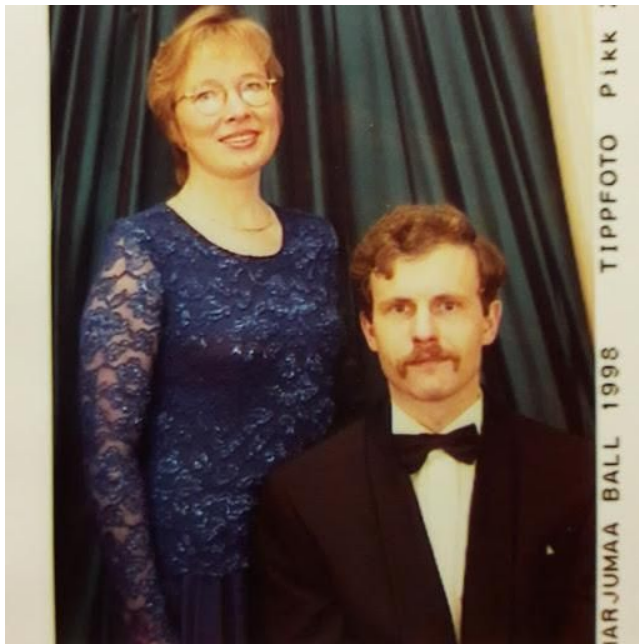


Poolpika mantliga Margit (sünd. 1971) aastal 1994

Kuna kõik minu informandid olid tol ajal pereemad ja väikesed lapsed nõudsid eriti suurt tähelepanu ning mobiilset valmisolekut, siis ilmselgelt rõhuti rõivaste mugavusele ja praktilisusele, kuid kindlasti olenes ka sündmusest, mille tarbkes riietuti. Pidulikemate rõivastuste puhul kanti kas poolpidulikku kostüümi või kleiti. Ka Vaaro (2000) uurimusest selgus, et naiste rõivastumiskäitumise kujunemise suurim mõjutaja oli praktilisus ja sellest tulenevalt ka kliima. Selle tõttu kanti talvel palju jopesid ja vähem villaseid mantleid, samal ajal kui mantlit kanti mulje avaldamiseks erilisematel puhkudel. (Vaaro, 2000: 106, 108) Minu intervjuudest selgus, et pidulikule üritusele riiete ostmine oli pikemal ajaperioodil kaalutletud otsus, sest pidulikud, uhked rõivad maksid umbes kahekordse kuupalga. Järgneval fotol on informant Erika tumesinises pitsilises ballikleidis, mis osteti mehega kahasse. Kleit osteti Estonia kontserdisaalis toimunud balli

tarbeks, kuid on leidnud ka hiljem kasutust.

Midagi konkreetset olen ma oma elus mõnda, mõnda asja otsinud. Näitan ühte toredat pilti. See oli see koht, kus... Minu armas abikaasa oli ju TIPi meeskooris aastaid laulmas ja need ballid. (2) Mehed olid frakkides. No ilmselgelt oli midagi kõrvale vaja siis, ma ikka midagi pidin kombineerima. Aga ühel hetkel oli meil vaja minna ka Estoniasse ballile ja tolle aja vääringus tegelikult oli tohutult kallis. Ma oi-oi-oi, kui väga igatsesin seda kleiti, aga ära me ta ostsime mehega kahe peale. See on siis nüüd niisugune klassikaline, maani tumesinine kleit, pits on peal. No see oli tohutu (rõhutatult) väljaminek. Et see on siis küll. Ma mäletan, et kui palk oli 1500, siis see kleit maksis 3000. Aga ma ikka käisin sellega väga-väga palju. Senikaua, kuni ma, khm, kleidist välja kasvasin. (Erika, sünd. 1961)



Tumesinises ballikleidis Erika (sünd. 1961) aastal 1998 Estonia kontserdisaalis

Populaarsed olid 1990ndatel ka satiinist ja sarnastest õhukestest kangastest pluusid ja kleidid, mida paljud endale ihkasid. Burda ajakirja sirvides hakkab silma satiinpluuside

levik ning samuti ilmestab järgnev näide kostüümide populaarsust: “Ilma kostüümita ei saa sügisel kuidagi läbi ja meie pakkumine: puusadeni ulatuv, kergelt taljes jakk, sirgelõikeline põlvepikkune seelik ja sinna juurde satiinpluus.” (Burda, 1992: 15) Vaaro on toonud välja, et populaarsed materjalid olid 1990ndatel kostüümid, mille elementideks olid pintsak ja põlvepikkune seelik. (Vaaro, 2000: 22) Kostüümid olid 1990. aastatel tõepoolest populaarsed, sest seda kinnitavad nii Vaaro uurimistöös, ajakiri Burda kui ka minu informantide praktikad. Järgneval fotol on Marika enda õmmelda lastud täpilisest kostüümis, mis koosneb põlvepikkusest seelikust ja puusadeni pintsakust, ning kõrvalolev foto pärineb 1992. aasta Burdast.



Õmmelda lastud kostüümis Marika (sünd. 1971) Foto ajakirjast Burda (August, 1992) aastal 1994

Intervjuudest jäi kõlama, et saadavale tuli naiselikumaid, õrnemaid ja värvilisemaid kangaid, mis rõhutasid rohkem naise siluetti. Sellised kangad nägid küll välja

atraktiivsemad kui nõukogude kaup, kuid riiete kvaliteet võis sellisel juhul paljuski kannatada. Keller ja Vihalemm on välja toonud, et vanema generatsiooni inimestele tegi eriti meelehärmi värvilise ja ebakvaliteetse kauba turuletulek ning selle taustal peeti nõukogudeaegset kaupade kvaliteeti tunduvalt paremaks, samuti tundusid need võrreldes masstoodanguga hoolikamalt valmistatuna. See pani inimesi ka tegema teadlikke või mitteteadlikke valikuid vastupidavama kauba kasuks. (Keller ja Vihalemm, 2005: 83) Rõivaste ebakvaliteetsust rõhutavad järgnevalt informandid Erika ja Anneli.

K: Kas oli ka mingeid uudseid materjale, mis 1990ndatega seoses ja piiride avanemisega seoses tekkisid?

V: Väga tore, et sa küsisid. Vot needsamased imeodavad, hästi ebakvaliteetsed kangad. Ma ei osanud arvatagi, et midagi võib olla nii ebakvaliteetset. Sest no nõukogude ajal ikkagi see asi, mis leti peal oli, üldiselt oli tal enam-vähem ikka mingi kvaliteet. Ta võis olla niisugune paras kirsturiie, aga sa teadsid, et peab. (Erika, sünd. 1961)

Siis tekkisid ju need, turgudel olid mingid sihukesed nahktigid, mis ei olnud ju nahast. Et seal koorus mingi dermatiin või sihuke koorus maha. Et sai natuke rohkem seda vett või midagi ja siis tekkisid nagu mullikesed ja siis tuli maha see. (Anneli, sünd. 1975)

Informant Erika toob välja ka selle, et kohalike kooperatiivide toodangut levis ka 1990ndatel ning see toodang oli tänavapildis äratuntav.

Pigem ikkagi see... (3) See, mis sul oli, oli edasi. Ma arvan küll. Natukene võib-olla tuli seda firmarõiva silti, aga hästi palju oli ka seda kohalike kooperatiivide tööd. Selle sa tundsid ära, seda sai turu pealt osta. Et inimesed, kes oskasid hästi õmmelda, nad tegid kohe mingisuguse firma. Ja-ja, need kooperatiivide asjad, need sa tunned ära, et see on küll käsitsi õmmeldud, aga ta on ikkagi natuke värvilisem ja ilmselgelt need kangad ei olnud nii väga kvaliteetsed, aga nad vähemalt nägid välja uhked. Väarvi oli rohkem, jah.

(Erika, sünd. 1961)

Hoolimata sellest, et intervjuueeritavad seda otseselt ei tunnista, ilmneb siiski, et palju otsiti brändisiltidega kallimat, kvaliteetsemat kaupa, mis peaks kauem vastu. Uurimitööd tegema asudes eeldasin, et tollaegsel kino ja muusika olid suuremad mõjurid rõivastamisele, kuid see ei leidunud minu uuritava grupi puhul kinnitust. Kino ja muusika fänne minu informantide seas ei olnud ning seetõttu ei omanud need erilist mõju ka informantide rõivastuse valikute üle.

3.1 Disko, dress ja hipid

1990ndatel oli populaarne muusikastiil disko. Minu informandid Tiivi ja Anneli armastasid sel ajal mõlemad diskodel käia ning juhuslikult olid nemad ka kaks informanti, kes kandsid vabal ajal dresse. *No eks Modern Talking oli see aeg vist ja siis oli mingi selline F. R. David'i Words. See oli siis hästi kuum sõna. Nagu hästi meeldis siis, nagu diskotüdruk olin. (Tiivi, sünd. 1968)*

Diskodel siiski dressides ei käidud ning Anneli kirjeldab enda põhilist diskoriietust 1990ndatest.

Mul oli sihuke valge kostüüm. Et me käisime seal Aafrika klubis Haapsalus, et seal selle valgusega läks see hästi ilusaks siniseks, ma mäletan. (Anneli, sünd. 1975)

Anneli vihjab “dressiinimestele” kui ühele kindlale kontingendile inimestest, keda võis tänaval riietuse järgi ära tunda ning kes võisid olla sarnaste huvidega ning niiöelda “kindlat tüüpi” inimesed.

Olid olemas sihused dressiinimesed, tekkisid ka minu arust 1990ndate algul, kes olidki ja käisidki dressides mu arust igal pool. Nojah, need nagu eristusid sellest massist

kuidagi rohkem. (Anneli, sünd. 1975)

Informant Margiti sooviks oli 1990ndatel massivoolule eristuda ning diskomuusikat tema ei kuulnud. Kuna tema tutvus ülikooli ajal enda mehega, kes armastas rokkmuusikat, hakkas ka temale see meeldima ning see tõenäoliselt mõjutas palju tema riietumisstiili.

Mina olen olnud hästi selline oma joone ajaja. Ma hakkasin vaikselt murdma neid piire, mis olid sellisest... Kõik, mis tuli, tuli koolist ja kogukonnast, et selles mõttes, selline boheemlus ja hipilikkus, see tuli minu juurde omal moel. Ta hakkas võib-olla selle Jaagu (mees) sõprade ja selle muusika kaudu tulema. (Margit, sünd. 1971)

Kuna mõned informandid on omavahel seotud ning lumepallimeetodil leitud, siis igaüks soovitas teist inimest teatud põhjustel. Näiteks Erika kohta öeldi, et tema oli 1990ndatel hipi ning väga värvikas, kindla stiiliga inimene, lillelaps. Huvitav on aga see, et Erika rääkis hipidest kui eraldiseisvast nähtusest, mis oli ilmselt tema ideaaliks, kuid ta ei samastanud end nendega, vaid pigem esitles end kõrvalvaatajana, tuues välja, et kolme lapse emana ei olnud võimalik nii stiilipuhtalt riietuda.

Ja ma arvan, et seesama seltskond, kellel on need (2) rahvaluule ja muud niisugused väikesed pisikud teinud pesa hinge, kellega ma suhtlesin. Ilmselgelt kampsun ja kottpüksid ja tüdrukutel siis pikk seelik. Et võib-olla ma natuke oleks tahtnud ka nende moodi olla, aga kui sa ikka oled juba kolme lapse ema, siis sa väga kogu aeg ei saa olla niimoodi. (Erika, sünd. 1961)

Subkultuuridest vastandamist ning rõivastumise mõjutajate eitamist ilmnes ka teiste informantide puhul. Eelkõige öeldi, et riietuti enda maitsest olenevalt ning vähesel määral saadi inspiratsiooni mujalt. Samas jääb kõlama, et enda riietumisstiili defineeriti enda ümber olevatest inimestest lähtuvalt.

Nagu informantide jutust selgus, siis enamasti rõhutati isikliku stiilieelistuse väljakujunemist ning vähesel määral lasti mõjutada end ajakirjadest või muudest meediakanalitest, nagu muusika ja film. Kuna minu informantide näol oli tegu enamasti värskete emadega, siis erinevate meediakanalite jälgimiseks polnud väga mahti. Riitumisel rõhutati kõikide informantide puhul praktilisust ja mugavust ning ajakirjadest uute riitumisideede otsimist ei toimunud. Sellest hoolimata prooviti ikkagi otsida meelepäraseid ja kauneid riideid.

Küll aga teati ajakirjade Siluett ja Burda kohta ning enamik informante olid neid ka sirvinud ja lugenud. Informant Karin õmbles nende ajakirjade järgi endale 1990ndate alguses ka ise riideid. Vähesel määral tegid seda ka mõned teised informandid.

3.3 Inspiratsioon ümbritsevatelt inimestelt

Kui rääkida inspiratsioonist ja ideedest rõivastumise osas, siis paljud informandid ei osanud sellele küsimusele ammendavat vastust anda. Ainsana toodi välja, et ilmselt pakkusid inspiratsiooni ümberolevad inimesed, kelle riided silma torkasid.

Mul ei ole olnud kodus ajakirju, millest moejoont järgida. Mul ei olnud ka ühtegi moeikooni, artistide hulgas. Nagu näiteks, noh, Madonna võiks olla või kes iganes, eks, aga ma siis (2) lähtusin praktilisusest ja, noh, kui sõbrannad mõne toredusega hiilgasid. (Marika, sünd. 1971)

Informant Erikal on värvikalt meeles pilt värviliste sukkpükstega naisest vabaõhuüritusel.

Ja need olid siis tehtud lipsukesteks, et jube vahva oli vaadata. Ma olin naelutatud selle

naise sukkpükstesse. Ja naisel oli hennapunane, leekiv pea, ja tal olid väiksed lapsed kõrval. Ja kui ma siis aega edasi elasin, siis no see naine jäi mulle meelde. Pärast selgus, et see oli Signe Kivi! (Erika, sünd. 1961)

Leian, et minu informantide eelistused on üpriski sarnased Vaaro uuringu tulemustega. Enim rõhutati rõivastumisel praktilisust ning ihkati vastupidavaid ja kvaliteetseid rõivaid, mida aga oli keeruline poodidest leida. Leidsin intervjuude põhjal, et 1990ndatel aastatel mõjutasid minu informantide riietumisstiili eelkõige rahalised võimalused. Mitmed mainisid, et mõned riideesemed jäid ostmata, kuna need maksid liiga palju. Samuti mõjutas riietumist laste kasvatamine – see pani riietumisel otsustama võimalikult tagasihoidliku variandi kasuks, mis ei tõmbaks liialt tähelepanu ning millest ei oleks hävimisel, määrdumisel kahju. Samas informandid, kellel olid paremad finantsilised võimalused, armastasid rõivakombinatsioonidega eksperimenteerida. Neil oli ka võimalusi soetada rõivaid välismaalt, mis muutis nende garderoobi kindlasti mingil määral rikkalikumaks ja värvikamaks. Suuremate valikute võimaluste tõttu oskasid nad tahta ka kvaliteetsematest materjalidest, vastupidavamaid rõivaesemeid. Eranditult kõik informandid pidasid rõivastumise juures 1990. aastatel kõige olulisemaks praktilisuse ja mugavuse faktorit. See tähendas, et vähem tehti emotsioonioste ning ostud kaaluti ja mõeldi enne ostmist hoolikalt läbi. Ka Vaaro (2000) on leidnud, et praktilisus ja mugavus olid 1990ndate aastakümne üks olulisemaid rõivastumise iseloomustajaid. (Vaaro: 107) Kui Keller & Vihalemm on välja toonud firmakaupade kultust ning selle läbi sotsiaalse positsiooni kindlustamist, siis minu informantide põhjal oli firmakaupade ihalus tingitud pigem sellest, et neid kaupu peeti kvaliteetsemateks ning kauem vastupidavateks, et ei peaks pidevalt uusi asju ostma. Rõivastumispraktikates peegelduvad seega hästi informantide väärtushinnangud - riietus peab eelkõige sobituma konteksti ning rõivastel peavad olema praktilised väärtused.

Kokkuvõte

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks on uurida, milliseid rõivastumispraktikaid ja rõivaste hankimise viise on noored naised 1990. aastatel kasutanud. Uuring viidi läbi kvalitatiivsel meetodil ning informantideks olid grupp, mis koosnes seitsmest naisest (sünd. 1961–1975), kes olid leitud lumepallimeetodil. Rõivastumise uurimine toimus etnoloogilisest vaatenurgast ning vastuseid otsisin eelkõige küsimustele, milliseid riideid kõige meelsamini kanti ning nende hankimise strateegiatele.

Oma töös olen palju toetunud Triin Vaarole, kes on viinud läbi väga sarnase uurimuse noorte naistega (sünd. 1960-1970) 2000. aastal. Huvitav on tõdeda, et kuigi minu ja Vaaro uurimuse ajavahe on 17 aastat, ühtivad paljud minu leitud tulemused Vaaro tulemustega. Selle tõttu võib väita, et 1990. aastatel olid naistel enamasti ühtsed rõivastumisharjumused ja rõivaste tarbimise praktikad ning sotsiaalne kihistumine ei pruukinud olla veel nii märkimisväärne, sest sotsiaalpoliitiliste olude tõttu olid paljudel inimestel mingil määral samaväärsed tarbimisvõimalused.

Näiteks tuleb selgelt välja, et ka 1990. aastatel hinnati kõrgelt teksapükse. Kuigi see kaup oli defitsiidina 1980. aastatel paljudele ihaldusobjektiks, kuna see sümboliseeris lääne riietumist, kandus see trend 1990ndatesse paljuski edasi. Minu informandid kandisid üleüldse pükse, kuna see oli lihtne ja mugav riietus. Seelikuid kanti pigem tähtsamatel puhkudel ning sealjuures pintsaku ja satiinpluusiga kombineeritult. 1990ndate märksõnaks võib pidada kindlasti sünteetilisi materjale, mida nõukogude ajal väga ei eksisteerinud. Need materjalid oli värvilised, ahvatlevad ja nooruslikud, kuid samas ka ebakvaliteetsed. Kuna minu informandid olid 1990ndatel juba välja kujunenud isiksusega naised, siis osati moodsatele rõivastele eelnevalt kirjeldatud kriitilist pilku heita. Välja kujunenud isiksuse tõttu polnud ka niivõrd väliseid mõjutusi riietumisele, mida ma töö

autorina enne uurimuse läbi viimist eeldasin. Kõige enam saadi ideid rõivastumiseks enda ümber olevatelt inimestelt – tuttavatelt ja sõpradelt. Mõnel juhul ilmnisid informantide puhul ka erksad mälestused või emotsionaalne side kindlate rõivastega, enamasti aga minu informantidel emotsionaalseid esemelugusid ei olnud.

Rõivaste hankimise strateegiatest oli populaarseim teise ringi poed, kuna sealt sai ihaldusväärset lääne päritoluga importkaupa, mida nõukogude perioodil eriti saada ei olnud. Ainult üks informant ei tegelenud taaskasutusest rõivaste hankimisega. Taaskasutusel oli 1990ndatel teistsugune tähendus, kui tänapäeval, ning sealt ostmist võidi ka mingil määral peljata. Seega võis sõna “kaltsukas” kujutada endast negatiivsete hoiakute kogumit. Kuigi informandid rõhutasid taaskasutuspoodidest leitud rõivaste häid omadusi, kujundas sellise ostupraktika ikkagi peamiselt alternatiivide puudus või finantsiliste vahendite puudus, et neid üksikuid alternatiive kasutada. Samuti kasutati nõukogudeaegset komisjonipoodide varianti, mis müüs kohalike inimeste poolt kasutatud ja müügile viidud kaupa. Riiete õmblemine oli vajalik praktika seni, kuni tekkis rohkem võimalusi riiete hankimiseks muul viisil, nagu importrõivaste müük taaskasutuses, uute kaubanduskeskuste teke ning mõnel juhul ka kataloogidest tellimise võimalus. Seega jäi õmblemispraktika pigem 1990ndate eelsesse aega või kümnendi algusesse. Kuigi 1990ndatel tekkis tasapisi erinevaid kaubanduskeskusi ning edasi tegutses ka Kaubamaja, siis minu informantidest enamik niiõelda tavapoodidest rõivaid ei soetanud.

1990ndatel lõppes ligi 60 aastat kestnud Nõukogude okupatsioon ning erinevates valdkondades hakati ümber kujundama senist identiteeti, sotsiaalne kapital asendus majandusliku kapitaliga ja muutusid raha teenimise põhimõtted. Leian, et on oluline vaadelda rõivastumispraktikaid just sotsiaalpoliitiliste olude taustal, sest inimeste tarbimisstrateegiad tulenesid tol perioodil kindlasti paljuski üldistest majanduslikest ja poliitilistest muutustest. Teemat saaks edasi arendada, uurides veel teisigi välimuse loomisel kasutatavaid praktikaid ning kõrvutades neid näiteks tänapäevaste praktikatega.

Kasutatud kirjandus ja allikad

Allikad

Burda ajakiri. (August, 1992).

Humana Eesti kodulehekül. Kasutatud 19.05.2017.

<http://www.humanae.ee/organisatsioon/missioon-ja-ajalugu/>

Levi Strauss & Co. kodulehekül. Downey, Lynn; Levi Strauss & Co.; Historian. (2014)

A short history on denim. Kasutatud 18.04.2017.

<http://www.levistrauss.com/wp-content/uploads/2014/01/A-Short-History-of-Denim2.pdf>

Publitseeritud kirjandus

Al-Rodhan, N.F; Nayef, Dr. (2006). *Definitions of Globalization: A Comprehensive Overview and a Proposed Definition*. Geneva Centre for Security Policy.
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.472.4772&rep=rep1&type=pdf>
Kasutatud 18.04.2017.

Allaste, Airi-Alina; Kobin, Maarja; Uusma, Hannaliisa. (2013). *Subkultuurid: Elustiilide uurimused*. Tallinna Ülikooli Kirjastus.

Aus, Reet. (2011). *Trash to Trend - Using Upcycling in Fashion Design*.
Doktoritöö (juh. Harri Moora). Estonian Academy of Arts. Kasutatud 10.04.2017.

Bourdieu, Pierre. (1984). *Distinction: Social Critique of the Judgement of Taste*.
Harvard University Press.

Kalmus, Veronika.; Keller, Margit.; Kiisel, Maie. (2009). *Emerging Consumer Types in a Transition Culture: Consumption Patterns of Generational and Ethnic Groups*

in Estonia. *Journal of Baltic Studies*, 40 (1), 53–74.

<http://dx.doi.org/10.1080/01629770902722252>

Kannike, Anu. (2006). *Creating Cultural Continuity in the Domestic Realm: the Case of Soviet Estonia*. *Acta Historica Tallinnensia*, 10, 212–229. Kasutatud 10.04.2017. <http://www.kirj.ee/public/va-acta/acta-2006-10.pdf>

Keller, Margit.; Vihalemm, Triin. (2003). *Consuming West': Young People's Perceptions about the Consumerization of Estonia*. *Young*, 11 (3), 195–215.

Keller, Margit.; Vihalemm, Triin. (2005). *Coping with consumer culture: elderly urban consumers in post-Soviet Estonia*. *Trames*, 9(59/54), 1, 69–91.

Küchler, Susanne.; Miller, Daniel jt. (2005). *Clothing as material culture*. New York: Berg.

Lauristin, Marju. (2007). *The European Public Sphere and the Social Imaginary of the 'New Europe'*. *European Journal of Communication*, 2007; 22; 397.

Lauristin, Marju; Vihalemm, Peeter. (2009). *The Political Agenda During Different Periods of Estonian Transformation: External and Internal Factors*. *Journal of Baltic Studies*, 40 (1), 1–28. <http://dx.doi.org/10.1080/01629770902722237>

Okazaki, Shintaro. (2012). *Handbook of Research on International Advertising*. Edward Elgar Publishing.

Pendergast, Sara.; Pendergast, Tom. (2003) *Fashion, Costume, and Culture: Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear Through the Ages*. *Early Cultures Across the Globe*, 5(1). Kasutatud 10.04.2017.

www.kosstu.kz/static/uploads/library/gumanitar/english/g-e-49.pdf

Ruusmann, Reet. (2010). *Defitsiit kui osa nõukogudeaegsest argielust Eesti NSV-s: fenomenoloogiline vaatepunkt*. Magistritöö (juh. Ene Kõresaar). Tartu Ülikool, Filosoofiateaduskond, Ajaloo ja arheoloogia instituut.

Skov, Lise; Riegels Melchinor, Marie. (2008). *Research Approaches to the Study of Dress and Fashion*. *Creative Encounters Working Papers*, 19: 1-18. Kasutatud 06.04.2017.

<http://openarchive.cbs.dk/bitstream/handle/10398/7766/Creative%20Encounters%20Working%20Papers%2019.pdf?sequence=1>

Turunen, Arja. (2009) "*The new woman wears trousers*"- *Embodying the ideal lifestyle for women in Finland in the interwar period*. *Touching Things. Ethnological Aspects of Modern Material Culture. Ethnologia Fennica* 37: 48-58.

Vaaro, Triin. (2000). *Noorte naiste rõivastuskäitumine (1980-ndate lõpp ja 1990-ndad aastad)*. *Kultuuriloomise protsessi analüüs*. Magistritöö (juh. Elle Vunder). Tartu Ülikool. Ajaloo osakond. Etnoloogia õppetool.

Vohli, Mari-Liis. (2009). *Noorte ajaveetmispraktikad Viru keskses*. Bakalaureusetöö (juh. Margit Keller). Tartu Ülikool. Sotsiaalteaduskond. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.

Summary: Young women's consumption practices of clothing in 1990s

The aim of this thesis is to study the clothing practices and the means of clothing consumption used by young women in Estonia in the period of 1990s. The study was conducted within a qualitative research method. The informants were a group of seven women (born 1961-1975), who were found using the snowball method. The research on clothing was conducted on the basis of ethnological viewpoints and the main questions concentrated on the clothes worn most willingly by the young women in 1990s and the strategies of obtaining them.

In this work I have referred to Triin Vaaro in many aspects, who has conducted a similar study with young women (born 1960-1970) in 2000. It is interesting to admit that there are many similarities between the results of my study and the results of Vaaro's study, however, the distance of time is 17 years. Therefore we could say the practices and consuming habits of clothing in 1990s have certain patterns, and the social stratification was not significant yet, because due to the sociopolitical circumstances many people had somewhat equal opportunities of consuming.

For example, from the study it could be drawn that jeans, which were worn in 1980s mainly because they were associated with Western culture, were still desired goods in 1990s. The pants were an over-all popular clothing item according to my informants, because they were found comfortable and easy to wear. Skirts were more of a formal wear and thus combined with a jacket and a satin blouse. The key words of 1990s clothing are definitely synthetical fabrics which were new to the market in Estonia that time. However, the informants described them as colorful, youthful and attractive, but

very low in quality compared to the clothes which were available in Soviet times. This kind of critical viewpoint characterizes the maturity and practical mind of my informants, due to which their clothing choices were less influenced by different sources of media, as opposed to what I expected before conducting this study. The biggest influence on clothing choices came from the surrounding people.

The most popular strategy of obtaining clothes according to my informants was second-hand shopping, because this provided desirable imported goods of Western origin, which was a deficit in the Soviet times. Only one of my informants did not obtain clothes from second-hand businesses. It is important to note that second-hand shopping had a significantly different meaning in Estonia back in the 1990s than it does nowadays. A word “*kaltsukas*” used as a synonym could thus represent negative attitudes toward second-hand shops, referring to rags and old, worn-out clothes. Therefore it is concluded that the purpose of second-hand shopping in Estonia in 1990s was mainly the lack of alternatives or the lack of financial opportunities to buy new clothes. People also bought clothes from commission shops which sold the clothes pre-owned by the local people. Handcraft and sewing practices were admitted to be useful strategies by both Vaaro’s and my informants, but only until there evolved more opportunities of obtaining clothes, such as the popularization of second-hand shops, new malls and in some cases - catalogues. Thus the sewing of clothes was practiced rather before the 1990s or in the very beginning of 1990s. In the second half of the 1990s there were built a number of malls in Estonia, which were the first of their kind here, however, my informants rarely shopped there.

The Soviet Union ended in the beginning of the 1990s, which meant changes in different spheres. There occurred the redefining of the identity in many fields, social capital was replaced with economic capital and the principles of the money earning changed. I find it important to study clothing practices on the basis of the sociopolitical situation that was present, because the clothing practices were definitely strongly involved with each other.

The topic could be further researched, studying the other practices related to creating a look and examining them side by side with today's practices.

Lisad

Lisa 1 - informantide andmeid sisaldav tabel

	sugu	sünniaasta	elukoht 1990ndatel	tegevusvaldkond 1990ndatel	intervjueerimise aeg ja kestus
Karin	naine	1965	Tallinn/Raplamaa	koduperenaine/ema	09.04.2017 01:03:33
Marika	naine	1971	Harjumaa	tudeng/töö lasteaiaõpetajana/ ema	21.04.2017 00:45:14
Margit	naine	1971	Haapsalu/Tallinn/ Harjumaa	tudeng/töö lasteaiaõpetajana/ ema	22.04.2017 01:15:35
Erika	naine	1961	Tallinn/Harjumaa	ema/lilleseade koolituste andmine/töö lasteaias	24.04.2017 02:04:24
Anneli	naine	1975	Läänemaa	keskkooli lõpetamine/ema/töö poemüüjana	23.04.2017 01:04:41
Küllli	naine	1967	Pärnumaa	koduperenaine/ema/ töö poemüüjana	18.04.2017 00:39:33
Tiivi	naine	1968	Pärnumaa	tudeng/ema/töö kehalise kasvatuse õpetajana	18.04.2017 00:40:38

Lisa 2 - küsimuskava

1. Mis aastal oled sündinud? Millega tegelesid 90ndatel aastatel? Millisel aastal 90ndatel need sündmused aset leidsid?
2. Kas kommenteeriksite mõnd enda riietust piltidelt, mis oled välja valinud? Mis situatsioon pildil toimub parasjagu? Kas pildilolev riietus on argipäevane näide Teie riietusest või kannad seda riietust erilisel puhul? Kas see iseloomustab su riietusstiili tol ajal?
3. Mida sulle meeldis kanda? Mis materjalist? kust sa oma riided ostsid? Kas tegid ise, või kes tegi, kas olid ka mingid ihaldusobjektid, mida oleks tahtnud kanda, aga ei saanud, mis oli pop? Jäljendamine. Gruppikuuluvus.
4. Kui olulised olid sinu jaoks riietumine ja personaalne stiil 90ndatel?
5. Mille järgi kujundasite 90ndatel enda riietumisstiili? Mis mõjutas Teie riietuse valikut enim?
6. Kuidas olite tol ajal rahul rõivapoodide valikuga? Kui sa midagi väga soovisid, kas enamasti leidsid selle poest või õmblesid ise? Millised olid põhilised muutused rõivapoodide valikus? Milliseid uusi poode tekkis juurde? Mis tüüpi? kas ostsid komsijonikauplustest? Millised olid uued poed sinu kodukohas? Kas käisite teises linnas ostmas riideid? kus?
7. Kui palju õmblesid riideid ise? Kui, siis mis sind selleks ajendas?
8. Millist muusikat 90ndatel kuulasid?
9. Kas said enda lemmikartistidelt inspiratsiooni/ideid riietumiseks? Kas tead enda tutvusringkonnast inimesi, kes seda tegid?
10. Kui palju käisid 90ndatel kinos? Äkki on meeles eredamaid filmielamusi?
11. Millised olid su lemmikud filminäitlejad? Kas nad inspireerisid sind teistmoodi riietuma?
12. Mil määral liikus 90ndatel välismaist kaupa? Kui palju sa välismaist kaupa

- ostsid? Millised olid need kogemused? On meeles eredamaid oste?
13. Kui palju lugesid 90ndatel naistele mõeldud ajakirju? Kas oled lugenud Siluetti või Burdat? Kas said ajakirjadest rõivastumiseks ideid?
 14. Kas ja millisel määral tellisid riideid kataloogidest? Millised olid sinu kataloogist tellimise kogemused? Milliseid katalooge kasutasid?
 15. Kas sul oli võimalusi 90ndatel käia välisreisidel? Kas käisid ka välismaal poodides ja ostsid riideid? Millised olid need kogemused?
 16. Kuidas sa tunned, mil määral oli 90ndatel võimalik end läbi rõivastumise väljendada?
 17. Millised olid põhilised subkultuurid 90ndatel, mida võis tänavapildis riietumise järgi ära tunda? Millised olid neile subkultuuridele iseloomulikud elemendid? Kas esindasid ise neist mõnda või tahtsid esindada?
 18. Kuidas muutis Eesti iseseisvumine sinu ja sinu pere argielu Eestis? Millised olid need muutused? Mis olid sin arvates head muutused teie elukohas ja millised kehvad? Kuidas hindad neid muutusi ühiskonna tasandil?
 19. Kirjelda, kuidas muutus inimeste riietumine tänavapildis 90ndatel su kodukohas/ümbruskonnas/tänaval?
 20. Millised olid uued suunad riietumises? (Uued materjalid, mida hakati kasutama, lõiked) Millised muutused Teile meeldisid ja millised mitte?
 21. Kas tsinu kodukohas/koolis jagati ka abina saadetud rõivaid? Kelle või mille kaudu jagati? Kas sa kandsid neid rõivaid? Kui palju neid teised kandsid?
 22. Kuidas oli põhiliselt eristatav naiste pidulik ja igapäevane riietus? Kas tooksid ühe klassikalise näite naiste 90ndate pidulikust riietusest ja ühe argipäevasest riietusest?

Kuidas toimis su arvates 90ndatel rõivaste taaskasutus? Kuidas rõivaste taaskasutamisesse üldiselt suhtuti? Kuidas suhtusid sina? Mis on sinu praktikas põhiline erinevus/ed rõivaste taaskasutamises tänapäeval ja 90ndatel?

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina Greta Maria Polluks _____

(autori nimi)

(sünnikuupäev: 17.10.1994

_____)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

Noorte naiste rõivastumise tarbimise praktikad 1990.

aastatel _____

(lõputöö pealkiri)

mille juhendaja on teadur Kirsti

Jõesalu _____

(juhendaja nimi)

1.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus __23.05.2017_____ (kuupäev)