

TARTU ÜLIKOOL
HUMANITAARTEADUSTE JA KUNSTIDE VALDKOND
EESTI JA ÜLDKEELETEADUSE INSTITUUT

Marii Kask

EESTIKEELSETE RESTORANIMENÜÜDE TOIDUNIMETUSTE
KEELELISED TUNNUSED JA MÕJUTUSVÕTTED

Bakalaureusetöö

Juhendaja: PhD Riina Reinsalu, PhD Külli Habicht

TARTU 2026

Autorsuse kinnitus

Kinnitan, et olen käesoleva lõputöö ise kirjutanud ning toonud korrektselt välja teiste autorite panuse. Töö on kirjutatud, lähtudes Tartu Ülikooli humanitaarteaduste ja kunstide valdkonna lõputööde nõuetest, ning on kooskõlas heade akadeemiliste tavadega, sealhulgas on järgitud teaduseetika põhimõtteid.

Üliõpilase ees- ja perekonnanimi

Marii Kask

Lühikokkuvõte

Töö eesmärk oli välja selgitada eestikeelsete restoranimenüüde toidunimetuste keelelised tunnused ning omadused, mille abil püütakse mõjutada kliendi valikut. Uurimuses otsiti vastust küsimusele, milline on toidunimetuste keeleline struktuur ja millised nimetustes esinevad toidu omadused on suunatud tarbija mõjutamisele.

Uurimismaterjalina kasutati 20 eestikeelset restoranimenüüd, millest koostatud korpus sisaldas 398 toidunimetust. Toidunimetusi analüüsiti struktuuritüübi, sõnade arvu, sõnaliigilise koosseisu, põhisõnade, laiendite ja nimetustes väljendatavate omaduste põhjal.

Tulemustest selgus, et toidunimetused on enamasti lühikesed, nimisõnalise põhjaga ja infotihedad. Struktuuritüüpidest olid ülekaalus sõnaühendid, millele järgnesid liitsõnad ja lihtsõnad. Enamikus nimetustes oli üks põhisõna, mis tähistas peamiselt toorainet või valmistoitu. Laiendid täpsustasid näiteks valmistusviisi, koostisosa, tekstuuri, värvi, päritolu või emotsionaalset väärtust. Suurem osa nimetustest olid tavalised ehk nimetatud oli vaid roog ise, kuid märkimisväärne osa olid atraktiivsed ehk neile oli lisatud erinevaid omadusi. Tarbija mõjutamiseks kasutati enim valmistusviisile, sensorsetele omadustele ja geograafilisele päritolule viitavaid nimetusi.

Võtmesõnad: toidunimetused, restoranimenüü, menüükeel, keeleline struktuur, mõjutusvõtted

Sisukord

Sissejuhatus.....	5
1. Menüü kui tekstiliik	6
1.1. Žanriteooria	6
1.2. Menüü žanriomadused	7
2. Toidunimetused menüükeeles	9
3. Meetod	11
4. Tulemused.....	13
4.1. Toidunimetuste struktuur ja sõnaliigiline koosseis	13
4.2. Põhisõna ja laiendid.....	16
4.3. Toidunimetuste liigid	20
Kokkuvõte.....	23
Kirjandus.....	26
Linguistic Features of Dish Names in Estonian-Language Restaurant Menus. Summary.....	28
Lisa. Kasutatud restoranide nimed ja nende menüüd.....	30

Sissejuhatus

Turundusspetsialist Tom Feltenstein on öelnud: „Menüü on restorani tähtsaim tööriist...” ning „restorani strateegilise turundusplaani kõige ehedam vorm” (McCall & Lynn 2008: 439). Restoranide menüüdes on ühendatud keelelised ja turunduslikud aspektid: menüü ei ole üksnes informatiivse eesmärgiga tekstiliik, vaid ka mõjutusviis. Keelekasutuse kaudu saab mõjutada tarbija eelistusi ja tähelepanu. Menüüd ei ole tänapäeval pelgalt loendid roogadest, vaid kujundavad kliendikogemust ja on osa restorani brändist.

Eesti restoranide menüükeelt on seni vähe uuritud, kuigi see peegeldab praegust avalikku keelekasutust. Bakalaureusetöös antakse ülevaade eestikeelsete restoranimenüüde toidunimetuste tüüpilisest struktuurist, sõnavarast ja keelelistest mõjutusvõtetest. Tulemused võimaldavad paremini mõista menüükeele eripära ning selle seost tarbija tähelepanu ja eelistuste kujunemisega.

Töö eesmärk on välja selgitada eestikeelsete restoranimenüüde toidunimetuste keelelised tunnused ja mõjutusvõtted. Eesmärgi täitmiseks otsitakse vastust järgmistele uurimisküsimustele:

1. Milline on eestikeelsete restoranimenüüde toidunimetuste keeleline struktuur?
2. Millised toidunimetustes väljendatud omadused on suunatud tarbija mõjutamisele?

Bakalaureusetöö koosneb viiest peatükist. Teoreetiline osa hõlmab menüü kui tekstiliigi laiemat tutvustust, sealhulgas toidunimetuste liigitust. Meetodi peatükis tutvustatakse andmete kogumist ja analüüsi. Sellele järgneb tulemuste peatükk, kus antakse ülevaade toidunimetuste struktuurist ja sõnaliigilisest koosseisust ning iseloomustatakse põhisõnu ja laiendeid. Seejärel esitatakse nimetuste liigitus, lähtudes omadustest, mida need väljendavad. Töö lisas on restoranide nimed koos menüüde veebiaadressidega.

1. Menüü kui tekstiliik

1.1. Žanriteooria

Keelekasutuse peamine suhtlusüksus on tekst, mille ülesanne on sõnumit vahendada. Teksti omadused sõltuvad kasutusolukorrast: sellest, kus teksti kasutatakse, kes seda kasutab ja millist eesmärki tekst täidab. Kirjalik tekst on tähendustervik, mille vormi ning sisu kujundajaks on sõnad, laused ja fraasid; selle keelelistest valikutest tulenevad omakorda teksti eesmärk ja liik. Teksti koostamine eeldab seega sihipärast keelekasutust, mille korral võetakse aluseks teksti funktsioon ning eesmärk. (Kasik 2007: 7–8) Kuna keelekasutus lähtub valikutest (nt sõnavara, lauseehitus, keeleline struktuur), mõjutab see paratamatult seda, kuidas teksti mõistetakse ja tajutakse (Kasik 2001: 14–15).

Tekstiliigid ehk žanrid on kultuurisidusad keelekasutusviisid, mis on pika kasutusaja jooksul tavapäraseks kujunenud. Kindlas kultuuris ja sotsiaalses situatsioonis olles tunneme tekstiliigid ära, sest oleme nendega harjunud. Situatsioonist olenev esitusviis on ajas kinnistunud ning seda ei nähta enam valikulisena, vaid ainuvõimalikuna. Näiteks peame teadustekstide pikki definitsioone iseenesest mõistetavaks. (Kasik 2007: 34–35) Tekstiliigid kujunevad olukorras, kus kindlat laadi suhtlusvajadustele antavad vastused muutuvad korduvaks ja tavapäraseks. Tekstiliigid eksisteerivad tänu inimeste kalduvusele kasutada keelt teatud olukordades teatud moel (Kasik 2007: 34). Aja jooksul hakkavad uued tekstid toetuma varasematele eeskujudele ning nende ülesehitus muutub kasutajate jaoks harjumuspäraseks. Žanre tunnevad ära vastavasse sotsiaalsesse rühma kuuluvad inimesed. Näiteks võivad teadlased ära tunda harilikud viisid uurimistulemuste esitamiseks, poliitikud tavapärased võtted valimiskõne pidamiseks. Samas leidub tekstiliikide sees varieeruvust: uurimistulemuste peatükid ja valimiskõned võivad erineda erialati, töökeskkonniti või geograafiliste piirkonniti (Tardy 2011: 54).

Tekstiliigi kirjeldamisel on oluline teksti tervikstruktuur. Krista Kerge rõhutab žanrite puhul just teksti struktuuri tähtsust, nimetades žanre kompositsioonitüüpideks (Kerge 2000: 89–90). Seetõttu on tekstiliikidel üldjuhul oma skemaatiline ülesehitus: tekst koosneb teatud ootuspärastest osadest, mis paiknevad kindlas või osaliselt kindlas järjestuses. Struktuuri analüüsimisel eristatakse funktsionaalseid üksusi, mida nimetatakse käikudeks ja sammudeks. Käik ei ole määratletud eelkõige vormi, vaid funktsiooni järgi. See võib väljenduda sõna, fraasi, lause või lõigu kujul, kuid olulisim on, et selle peamiseks tunnuseks on kindla kommunikatiivse

ülesande täitmine tekstis. Sammud on käikude väiksemad alaosad, mis toetavad peamise kommunikatiivse ülesande täitmist. Käikude ja sammude esinemissagedust mõõtes saab aimu, millised neist on kohustuslikud ning millised valikulised. (Hyon 2018: 28–34)

Tekstiliigi keelelist eripära (stiili) saab kirjeldada konkreetsete ja mõõdetavate tunnuste kaudu. Need tunnused on sõnaliikide vahekord, liitsõnade ja tuletiste hulk, sõnade pikkus ning sõnavaralised eritunnused, (nt võõrsõnad), öeldise vorm, abstraktsete sõnade hulk ning kõrvallause ja lauselühendite hulk (Kasik 2007: 35–38). Selline käsitlus võimaldab tekstiliiki vaadelda mitte ainult sisu või üldise eesmärgi, vaid ka selle keelelise ülesehituse põhjal. Seetõttu saab kindla tekstiliigi sõnavara ja struktuuri analüüsides esile tuua, millised keelevahendid selles korduvad ja millised tunnused on sellele iseloomulikud.

Žanrid ei pruugi täita ainult üht eesmärki, vaid võivad ühendada mitu funktsiooni. Vijay Kumar Bhatia väitel on praktikas žanrid sageli segunenud, sest nendega proovitakse ühtaegu täita mitut sotsiaalselt tunnustatud kavatsust või ka isiklikke suhtluseesmärke. Näiteks ei ole ettevõtte aastaaruande eesmärk ainult ettevõtte tegevusest ülevaate andmine, vaid ka ettevõtte turundamine (Bhatia 2002, viidatud Reinsalu 2018: 16–17 järgi). Seda lähenemist saab rakendada ka menüü puhul, mis annab kliendile infot pakutavate roogade kohta, kuid samal ajal võib see esitada roogi võimalikult atraktiivsena ja toetada restorani müügieesmärki. Menüü on üks olulisimaid tegureid, mis aitab meelitada külastajaid restorani, kujundades nende esmamuljet (McCall & Lynn 2008: 439–445).

1.2. Menüü žanriomadused

Menüü kui tekstiliik koosneb erinevatest käikudest ja sammudest, millest osa on kohustuslikud ning osa valikulised. Abidini 2021. aasta uuringu järgi võib eristada viit kohustuslikku käiku: söögikoha nimetamine, kategooria (toidukäigu) tutvustamine, toidunimetuse esitamine, hinna esitamine ja lisamärkuste tegemine. Toidunimetuse esitamise all on kaks valikulist sammu: ahvatlevate faktorite lisamine ja portsjoni suuruse esitamine. Lisamärkuste alla käib ka valikuline samm: toiduomaduste märgistuste (nt *vegan*, *vegetaarne*, *vürtsikas*) välja toomine. Sammud on oma olemuselt informatiivsed, välja arvatud söögikoha nime esitamine, mille eesmärk on tõsta esile restorani nime ja omandivormi. Lisaks on toidunimetuse esitamise ja atraktiivsete omaduste lisamise eesmärk muljet avaldada ning portsjoni suuruse teabe eesmärk on soovitusi anda. Neist menüü kui tekstiliigi käikudest keskendub siinne uurimus toidunimetuse esitamisele ja selle valikulise sammu atraktiivsete faktorite lisamisele.

Menüüdes esineb lauseid vaid lisamärkuste kujul, ülejäänud osad on valdavalt nimisõnafraasid (Abidin 2021: 112). Nimisõnafraasi peasõnaks on nimisõna, mis võib väljendada näiteks roa põhikoostisosa, valmistusviisi, portsjonit, looma osa või lihatükki (Markantonatou 2021: 120). Grammatiliselt võidakse atraktiivssust lisada, kasutades omadussõna funktsioonis *tud*-kesksõna vorme (nt *blanšeeritud*, *grillitud*, *pošeeritud*). Omadussõnadest saab nimetuse atraktiivseks muutmiseks lisada maitse sõnu (nt *soolane*, *värske*, *maitsev*) (Abidin 2021: 107–113). Keerukamalt kirjeldatud toidud suurendavad kliendis kvaliteedi ja eeldatava hinna taju ning ostutõenäosust (McCall & Lynn 2008: 439–445).

Keelekasutuse funktsioon ei piirdu infoedastusega, vaid tekst võib olla suunatud ka vastuvõtja mõtlemise, suhtumise ja tegevuse mõjutamisele. Mõjutava keelekasutuse puhul on oluline arvestada vastuvõtjat. Autor peab lugejat mõjutada soovides lähtuma sellest, milline on vastuvõtja taust, teadmised, väärtused ja huvid. Mõjutamine saab toimida eelkõige siis, kui sõnum on vastuvõtjale arusaadav ja puudutab midagi, mis on tema jaoks oluline või huvipakkuv. Keeleline mõjutamine võib ilmnedas emotsionaalse varjundiga sõnavaras, üldistustes, autoriteetidele viitamises, hinnangulistes omadussõnadetes ja retoorilistes võtetes, näiteks metafoorides, vastandustes ning võrdlustes (Kasik 2007: 67–75). Menüü kontekstis võib mõjutav funktsioon avalduda toidunimetustes, sh kirjeldustes, mille abil saab rõhutada roa meeldivust, kvaliteeti, päritolu, valmistusviisi vms.

Tarbijate valikuid võivad mõjutada ka tekstis mainitud päritolu ning kultuuriga tekkinud seosed (McCall & Lynn 2008: 439–445). Uuringutest on ilmnenu, et inimesed kasutavad keerukates ja ebakindlates otsustusolukordades heuristikat ehk lihtsustavaid otsustusreegleid. Üks neist on representatiivsuse heuristika, mille puhul hindab inimene objekti kuulumist mingisse kindlasse kategooriasse selle põhjal, kui palju see meenutab vastavat stereotüüpi või kategooriat. (Tversky & Kahneman 1974: 1124) Menüüvalikute puhul võib klient pidada veini, mis on pärit Prantsusmaalt, kvaliteetsemaks kui Uus-Meremaal valmistatud keeratava korgiga veini. Tegelikult on võimalik, et hoopis Uus-Meremaa vein on maitavam. Sellest tulenevalt võivad ka menüüdes kasutatud viited päritolule ja kultuurile mõjutada seda, milliseid ootusi klient roa kvaliteedi, väärtuse või erilise suhtes kujundab. (McCall & Lynn 2008: 439–445) Hinna- ja väärtuskommunikatsioon võib mõjutada kliendi maksevalmidust (Nagle, Müller & Gruyaert 2024: xvii). Menüü kontekstis tähendab see, et toidunimetuste ja -kirjelduste kaudu saab toidukoht kujundada kliendi arusaama roa väärtusest.

2. Toidunimetused menüükeeles

Toidunimetused on harilikult nimisõnafraasid, mis on mõeldud kliendile infot edastama, silma torkama ja muljet avaldama. Kõige sagedamini väljendab roa nimi selle põhikoostisosa ja valmistusviisi, näiteks *grillitud lõhe*. Toidunimetus võib sisaldada infot ka roa päritolu, portsjoni või lisakoostisosade kohta. (Markantonatou 2021: 120)

Toidunimetused saab jagada kahte liiki: tavalised ja atraktiivsed/kirjeldavad. Tavaliste toidunimetuste puhul on menüüsse kirja pandud toit, mida saab tellida, kuid mitte selle omadusi, näiteks *kitsejuustu salat* ja *kanapasta*. Atraktiivsete toidunimetuste puhul on toidu üks või mitu omadust kirja pandud, näiteks *kanapasta* asemel on menüüs *kreemine kanapasta*. (Wansink *et al.* 2001 68–71) Seejuures on tavaliste ja atraktiivsete toidunimetuste liigitamisel tekkinud erinevaid seisukohti, nt Wansink jt (2001) peavad (eesti keeles) kesksõnavormiga *-tud* (nt *marineeritud*, *glasuuritud*) nimetusi tavaliseks, kuid Abidin (2021) atraktiivseks.

Tavaliste toidunimetuste puhul pole esitatud omadusi, et rooga atraktiivsemaks muuta. Tavaliste toidunimetuste kasutamine on kõige lühem ja minimalistlikum viis menüüd vormistada. Uurimistulemused näitavad, et tavalised toidunimetused on klientide seas vähem populaarsed kui atraktiivsed. Uuringus, kus kliendid pidid valima tavaliselt ja atraktiivselt nimetatud toidu vahel, valisid 44% tavalise ja 56% atraktiivse nimetusega roa. (Wansink *et al.* 2001: 69)

Järgnevalt on välja toodud toidu atraktiivse nimetamise moodused restoranimenüüdes (Wansink *et al.* 2001: 70).

- Geograafilised nimetused viitavad, et toit on valmistatud mingi geograafilise piirkonna järgi, kus see on levinud. See on mõeldud maitsema nii, nagu see maitseks toidunimetuses olevas asukohas, ja selleks on kasutatud kas valmistusviisi ja/või koostisosi, nt *Iowa sealihakotletid* ja “*ehe*” *Carolina barbeque*.
- Emotsionaalsed nimetused võivad esile tuua rahvuslust, traditsiooni ja õnnelikke peremäletusi. Võtmesõnaks võib pidada nostalgiat, sest rahva seas võib levida arvamus, et teatud toite ei valmistata enam nii nagu varem. Klientidele meeldib vahel püüda toidu abil meenutada vanu aegu ja maitseid, mida tihti enam tunda ei saa, nt *mamma lemmik kanasupp* ja *klassikaline vana maailma Itaalia pitsa*.
- Sensoorsed nimetused kirjeldavad selliseid toidu omadusi nagu maitse, lõhn või tunne suus viisil, kuidas klient oskaks end rooga ostmas ja tarbimas hästi ette kujutada, nt *võine ja täidlane pasta* ning *särtsakad hooajalised porgandid*.

- Brändipõhised nimetused on juba eksisteeriva toote või firmat nimetust sisaldavad toidunimetused. Brändipõhise nimetamise eesmärk on tekitada positiivset arvamust toidust neile, kes ka selle brändi maitsetest lugu peavad. Selline ristturundus on ajaga enam populaarsust kogunud, kuid sellega võivad kaasnevad juriidilised kulud, nt *Black Angus® veiselihaburgerid* ja *Butterfinger® jäätisekokteil*.

On tõestatud, et atraktiivsete toidunimetuste kasutamine mõjutab tarbijakäitumist. Näiteks tõstavad atraktiivsed toidunimetused roa müüki, parandavad arvamust restoranist ja toidust ning soodustavad taasostmise kavatsust ja maksetahet (Wansink *et al.* 2001). Samuti mõjutavad atraktiivsed toidunimetused rohkem tarbima. Restoranides, kus saab endale ise toitu tõsta, on kaalutud tarbija võetud toitade koguseid ning saadud teada, et atraktiivse nimetusega toitu tõsteti endale 7% rohkem kui tavalise nimetusega toitu. (Gavrieli *et al.* 2022: 5)

Klientide toiduvalimise protsess ei põhine pelgalt ebasobivaid toite välistades, vaid on keerukam. Toidukoha külastajad skännivad menüüsid, otsides kasutegureid, mis võiksid rahuldada nende hetkeootusi toidule. Näiteks kui menüüs on *vanaema õunakook* ning klient seostab sõna *vanaema* maitserikkusega ning sõna *õunakook* magususega, siis tekib tal uskumus, et kook on *vanaema* kokakunsti tasemel ning sellel on ka teisi talle õunakoogiga seostuvaid omadusi. Vastavalt sellele kujuneb tal toote kohta eelarvamus. Juhul kui kujunenud seosed on soodsad, tekib haloefekt ehk positiivne eelarvamus toidu kohta juba enne selle maitsmist. (Wansink *et al.* 2001: 68–69)

3. Meetod

Uurimistöö esimeses etapis koostati toidunimetuste korpus, kasutades Google'i otsingut *restoran a la carte*. See päring valiti otsinguks, sest uurimus keskendub restoranide *à la carte*'i menüüdele. Kõrvale jäeti rahvustoite valmistavad restoranid, sest menüüd, kus eesti keel on vähemuses, ei ole mõttekas eesti keele seisukohalt uurida. Menüüsiseselt jäid valimist välja päevapakkumised, joogikaart, lastemenüü, jõulu- ja teised hooajalised menüüd. Lastemenüüd on tihti mängulisemad ja ülesehituselt eripärased ning need vääraks eraldi uurimist. Hooajalised menüüd pole aga restoraniti võrdselt kättesaadavad. Kasutati 20 otsingust esimesena ilmunud Eesti restoranide kodulehte, mille menüüst valiti 2026. aasta märtsis kokku 398 toidunimetust (vt lisa). Toidunimetuste all olevaid koostisosade loendeid ning märkmeid vegan-, vegetaar-, gluteeni- ja laktoosivaba toidu kohta uurimiseks ei kasutatud, näiteks allolevalt kuvatõmmiselt võeti korpusesse *KÄSITÖÖLEIB JA HUMMUS* ning *LÕHE TARTAR*. Exceli keskkonda loodud korpus sisaldab seega 20 restorani nime ja 398 toidunimetust.



À la carte menüü

SNÄKID, EELROAD, SALATID

KÄSITÖÖLEIB JA HUMMUS 4 €

pestokukkel, focaccia, must leib, hummus

LÕHE TARTAR 14 €

lõhefilee, tomati consommé, kammkarp, värskel kurk, Caesari kaste, kalamari

Joonis 1. Toidunimetused *KÄSITÖÖLEIB JA HUMMUS*; *LÕHE TARTAR à la carte*'i menüüs (Restoran Noot, kuvatõmmis 20.05.2026).

Andmeid analüüsiti kvalitatiivse uurimisviisi põhimõtete alusel. Korpuses toodi välja, milline on toidunimetuse struktuuri tüüp (loetelu, sõnaühend, lihtsõna, liitsõna või pärisnimi), toidunimetuses esinenud sõnade arv, sõnaliigiline koosseis, tuletusliited, põhisõna ja laiend(id)¹, põhisõnade päritolu. Sõnaliigilise koosseisu all märgiti nimisõna (N), sidesõna (S),

¹ Põhisõna all mõistetakse siinses töös toidunimetuste sisulist tuuma ja laiendi all seda täpsustavaid üksusi.

-*tud* verbivorm (Vtud), omadussõna (A), sümbol, arv ja X, mis tähistas sõnu, mida ei saa eesti keele struktuuri alusel uurida, näiteks inglise keele muutumatu sõna *by*. Korpusest otsiti välja põhisõnades leiduvad nimeüksused, iseloomustati põhisõna kujundlikkust ning laiendites olevaid kohamääratlusi ja lühendeid. Päritolu alusel jagati põhisõnad kolme kategooriasse: *oma* (omasõnad ning eesti keele päraseks kohandunud võõrsõnad, mis ei vasta enam võõrsõna tunnustele), *võõras* (võõrsõnade tunnustele vastavad võõrsõnad ja tsitaatsõnad) ja *oma-võõras* (liitsõnad, kus on nii oma- kui ka võõrsõnu). Päritolu märgiti ainult põhisõnadel, sest toidunimetused on varieeruva pikkusega ning kõigi toidunimetustes sisalduvate sõnade päritolu märkimine oleks väljunud mahu poolest praeguse töö piiridest.

Toidunimetuste liigitamisel tavalisteks ja atraktiivseteks lähtuti Wansinki jt (2001) liigitusest: eristati geograafilisi, sensoorseid, emotsionaalseid ja brändipõhiseid nimetusi. Kuna see liigitus ei katnud kõiki atraktiivsuse juhte, lisandusid sinise korpuse põhjal neli kategooriat: valmistusviisi, valmistaja, toitumisladi ja kujundlikkusega seotud nimetused. Kuigi Wansinki jt liigitasid valmistusviisi atraktiivsete nimetuste tunnuseks, on siinses töös siiski lähtutud Abidini (2021) liigitusest, mille kohaselt kuuluvad need atraktiivsete nimetuste hulka. Seega liigituvad tavalisteks toidunimetusteks üksnes nimetused, mis nimetavad vaid koostisosi või rooga kui tervikut.

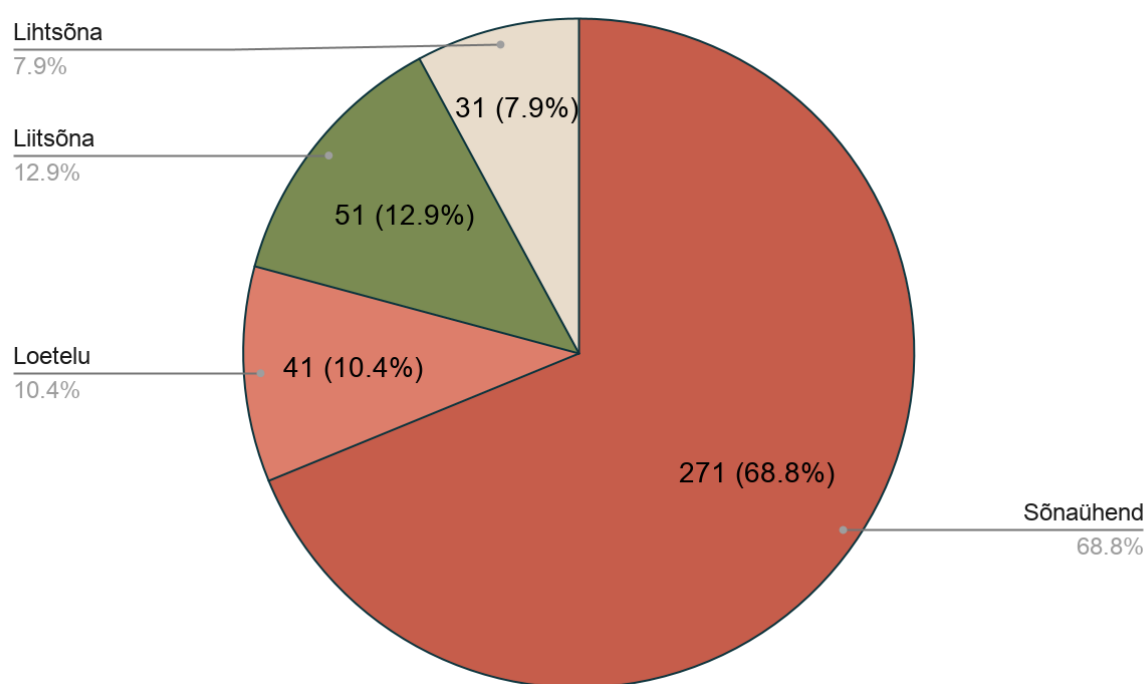
Tulemuste illustreerimiseks on töös toodud näited muutmata kujul, st õigekirjavigu ei ole parandatud ning suurtähtedes kirjutatud toidunimetusi ei ole väiketähelesteks muudetud. Osas näidetes olen käsitletavad sõnad tähelepanu juhtimiseks alla jooninud.

Järgnevas peatükis esitatakse tulemused, alustades toidunimetuste struktuuritüübist, sõnade arvust ja sõnaliigilisest koosseisust. Teises alapeatükis on fookuses põhisõnad ja laiendid ning kolmandas alapeatükis toidunimetuste liigid.

4. Tulemused

4.1. Toidunimetuste struktuur ja sõnaliigiline koosseis

Struktuuri alusel jagunesid toidunimetused lihtsõnalisteks, liitsõnalisteks ja sõnaühendilisteks nimetusteks. Sõnaühendiliste nimetuste alaliik on loetelu. Korpuses olevates struktuuritüüpidest kõige levinumad on sõnaühendilised nimetused: sõnaühendeid esineb menüüdes koos loeteludega 312 korral (79,2%). Sõnaühendeid on 271 (68,6%) (nt *soe ja krõbe õunakook*; *angervaksa brülee*; *metsaseene risoto*), sh üks pärisnimi: *Kass Artur*. Loetelusid eraldi on 41 (10,4%) (nt *MUSTIKAS, ŠOKOLAAD JA KAMA*; *Apelsin & šokolaad*; *SOOLALÕHE JA SPARGEL*). Liitsõnalisi nimetusi esineb 51 korral (12,9%) (nt *päevakala*; *kakaobrownie*; *haugikotlett*) ja lihtsõnalisi nimetusi 31 korral (7,9%) (nt *part*; *artišokk*; *KOHA*). Liitsõnadest kordub kolmel puhul *friikartulid*: ühes menüüs ainsuse vormis ning kahes mitmuses. Lihtsõnade hulgas korduvad *part* ja *forell* kolm korda eri restoranide menüüdes.



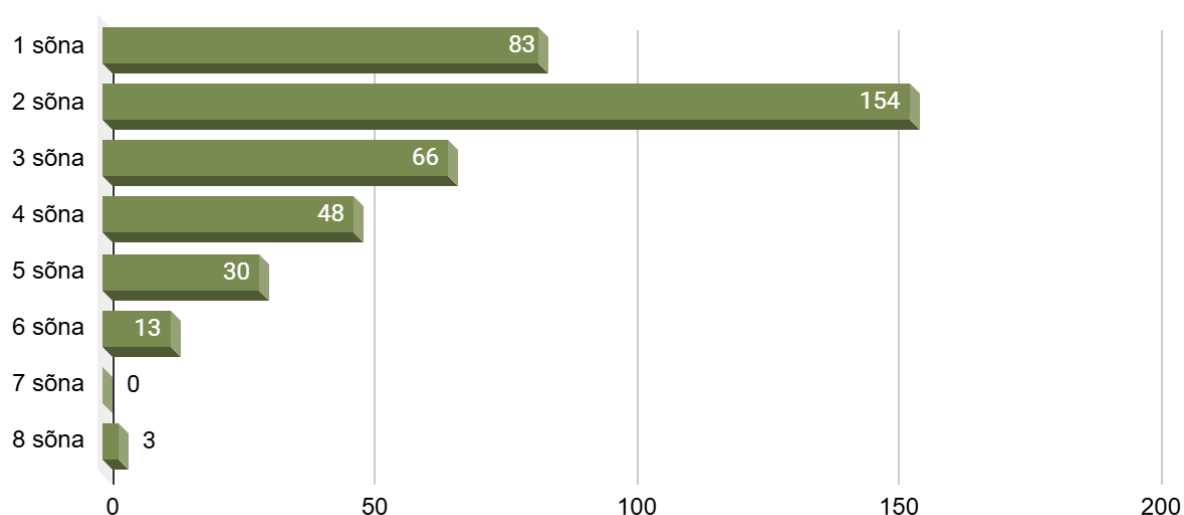
Joonis 2. Toidunimetuste struktuuri tüüpide protsentuaalne jagunemine.

Sõnade arv toidunimetustes jääb vahemikku 1–8 (seitsmesõnalisi ei esinenud). Sõnade arv toidunimetustes on järgnev:

- ühesõnalisi 83 (nt *lambakarree*, *VEISEBURGER* ja *säinaäkis*);
- kahesõnalisi 154 (nt *marineeritud veisemaks*, *LÕHE TARTAR* ja *lambatalle kaelafilee*);

- kolmesõnalisi 66 (nt *SINIMEREKARBID KOORESES VEINIKASTMES, GRILLITUD METSSEA SISEFILEE* ja *kreemjas sparglisupp kammkarpidega*);
- neljasõnalisi 48 (nt *kohalikus stiilis salat kiludega, KÄSITÖÖ FOCACCIA MAJA PESTODEGA* ja *KITSEPIIM, RABARBER JA TÜÜMIAN*);
- viiesõnalisi 30 (nt *TÄIDETUD CARPACCIO, PARMESAN JA MAAPIRN, metsaseenekaaviar kartulikoogi ja suitsuse hapukoorega* ja *LEST, ARTIŠOKI KREEM JA TOMAT*);
- kuuesõnalisi 13 (nt *röstitud kõrvits hummuse, kalekrõpsude ja sojajogurtiga, PEIPSI JÄRVE KOHAFILEE KÖÖGIVILJADE JA KINOAGA, suitsupardi salat marineeritud porgandi ja vaarikavinegretiga*);
- kaheksasõnalisi 3 (nt *UUSTLA TALU GRILLJUUST, ROOMA SALAT JA PISTAATSIA EMULSIOON, koorene veiselihapasta päikesekuivatatud tomatite, rukola ja Grana Padanoga, GRILLITUD SPARGEL, MUST TRÜHVEL JA PRUUNI VÕI KASTE*).

Eeltoodust ilmneb, et on nii menüüsid, mis kirjeldavad roogi detailselt, kui ka neid, mis kirjeldavad minimalistlikult. Korpuses leidub kahesõnalisi toidunimetusi kõige enam, järgnevad ühe- ja kolmesõnalised. Nelja- ja enamasõnalised nimetused on vähemuses. Põhjuseks võib olla, et menüüdes on tihti toidunimetuse all rida, kus on nimetatud toidu koostisosi. Seetõttu pole vajadust neid toidunimetusse lisada. Teine põhjus võib olla väljendusökonoomsus: et tekst jõuaks lugejani kiirelt ja selgelt ning hoiaks kokku ruumi.



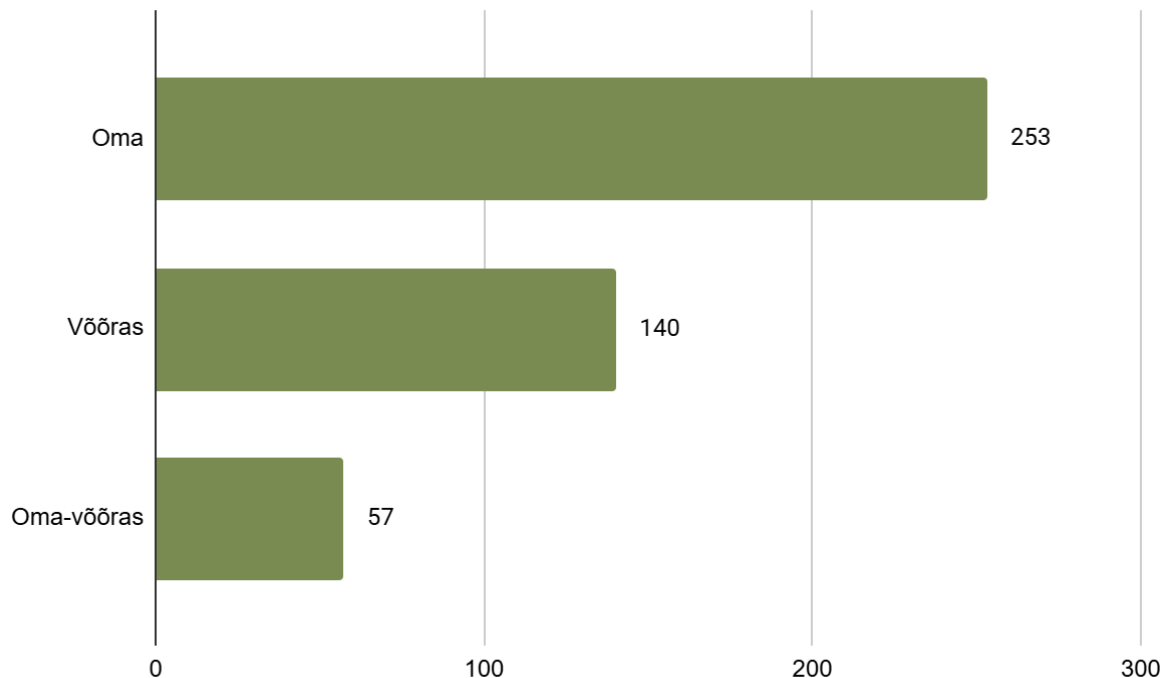
Joonis 3. Sõnade arv toidunimetustes

Sõnaliigiliste koosseisude põhjal joonistuvad toidunimetustes välja järgmised mustrid:

- nimisõnalised nimetused (nt $N = part$; $N + N = talle burger$; $N + N + N = Allee snäkivaagen kahele$; $N + N + N + N = Caesari salat / kanaga / krevettidega$; $N + N + N + N = MEKK-i valik Kolotsi talu juustudest$);
- nimisõnalised nimetused, kus on eelviimasel kohal rinnastav sidesõna (nt $N + S + N = Oliivid ja grissini$; $N + N + S + N = Allee burger ja friikartulid$; $N + N + N + S + N = PASTA LÕHE, SIDRUNIKASTME JA RANNAKARPIDEGA$; $N + N + N + N + S + N = PEIPSI JÄRVE KOHAFILEE KÖÖGIVILJADE JA KINOAGA$);
- omadussõnu sisaldavad nimetused, kus omadussõnad paiknevad nimisõna ees (nt $A + N = KRÕBE KALA$ või $A + N + N = Klassikalised friikad küüslauguaioliga$) ning kus on kasutusel kohakäändes või kaasaütlevas nimisõna määruse funktsioonis. Omadussõna ei ole alati nimetuse esimene sõna, see võib laiendada ka ainult üht nimetuses kasutatud nimisõna (nt $N + A + N = SINIMEREKARBID KOORESES VEINIKASTMES$; $N + N + A + N + N = Vihula Mõisa ahjusoe leib - sai$);
- kesksõnavormiga *-tud* toidunimetused, kus *tud*-vormis laiend asub nimisõna ees (nt $Vtud + N = küpsetatud juust$; $Vtud + N + N = Grillitud kanafilee salat$; $N + Vtud + N + N = Pohlamarjaga maitsestatud kanamaksapatee rukkileival$), kuid koos kesksõnavormiga *-tud* võib nimisõna laiendada ka omadussõna (nt $Vtud + A + N = Grillitud hooajalised köögiviljad$; $Vtud + A + N + N + N = KODUKÜPSETATUD MUST LEIB, SUITSUSOOLAGA VÕI$);
- sümboleid sisaldavad toidunimetused, kus sümboliteks on ampersand, mis tähendab “ja” (nt $N + Sümbol + N = Sidrun \& vaarikas$; $N + Sümbol + N = Räim \& chips$), ning C° , mis tähistab Celsiuse kraadi (nt $Arv + Sümbol + N = 500 C^\circ BANAAN$);
- arvsõna sisaldavad nimetused (nt $N + S + N + Arv + A + N = JÄÄTISE- JA SORBEEVALIK 3 ERINEVA MAITSEGA$; $N + Arv = LEIVAKÄIK 2-le$);
- tsitaatsõnu sisaldavad nimetused (nt $N + X + N = OLIIVID BY WASA$; $N + N + X + X + N = VEISELIHA TARTAR A LA „MIX“$).

Võõrusastme järgi jagunesid põhisõnad omaks, võõraks ja omaks-võõraks. Kõige enam leidub korpuse põhisõnade hulgas omasõnu 253 (56,2%) (nt *meejäätis*; *köögiviljad*; *härjasabasupp*). Võõraid sõnu esineb 140 (31,1%) (nt *burger*; *filee*; *bese*), millest võõrsõnu on 72. Võõrosiste seas on tsitaatsõnu 68 korda (nt *mozzarella*; *carpaccio*; *fondant*). Neist 26 on itaalia (nt *agnolotti grissini*; *stracciatella*), 21 prantsuse (nt *mousse*; *confit*; *fondant*), kuus inglise (nt *chips*; *curd*; *brownie*), kaks jaapani (*tataki* (2)) keelest, ülejäänuid esineb üksikult. Korpuses on ka kolm korda ladinakeelset võõrnime Caesar. Lisaks pole kõikide sõnade päritolu

kindlalt teada või on tegemist seguga mitmest keelest. Oma- ja võõrosist kombineerivaid omaks-võõraks märgitud sõnu esineb 57 (12,7%) korda (nt *kanašnitsel*; *veiselihaburger*; *käsitöösorbee*).

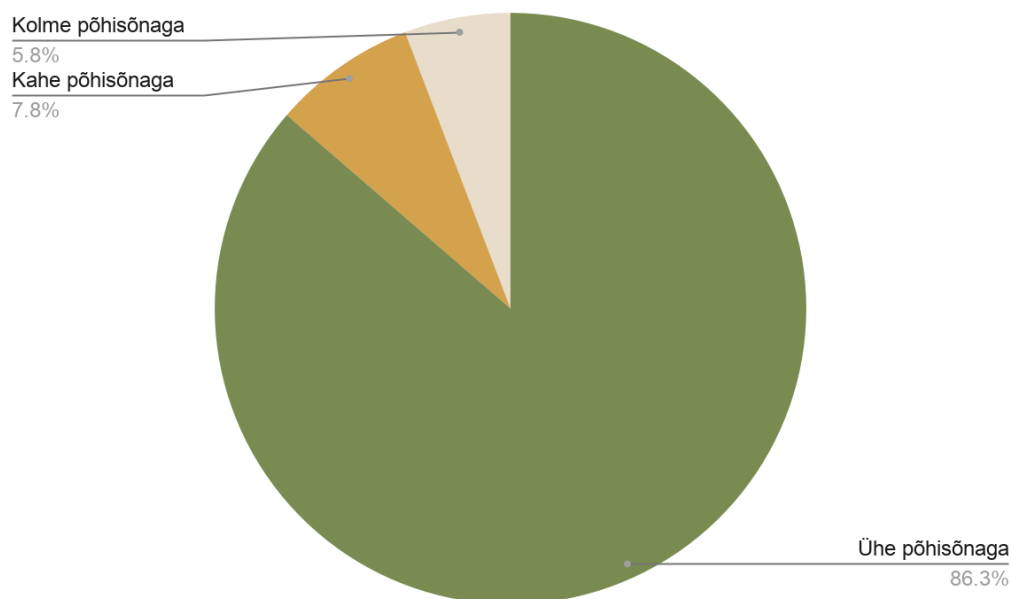


Joonis 4. Põhisõnade päritolu.

Korpusest 19 sõna on tuletised, mis on sõnaliigilt kõik omadussõnad. Kõige rohkem on kasutatud *-kas* **tuletusliidet**, mida esineb kuuel korral, nt *vürtsikas* (5) ja *mahlakas* (1). Viis korda leidus *ne*-liitega tuletisi (*kodune* (2), *kreemine* (2), *mahlane*). *line*-liidet esineb kolm korda (*klassikaline* (2) ja *traditsiooniline* (1)) ning kaks korda tuli korpusest välja liide *-jas* (*kreemjas* (2)). Sealjuures liited *-jas* ja *-kas* tähendavad vastava omaduse vähesust ning *-line* ja *-ne* liidetega võib seostuda kvantiteet (Kasik 2015: 325–342).

4.2. Põhisõna ja laiendid

Põhisõnu esineb ühes toidunimetuses 1–3, arvukaim rühm on ühe põhisõnaga nimetused, mida on 353 (nt *šokolaadivaht*; *natšod*; *sinimerekarbid*). Kahe põhisõnaga toidunimetusi on korpuses 23 (nt *salaami*, *juutusvalik*; *spargel*, *hummus*; *siiatartar*, *tillikurk*) ja kolmega 17 (nt *sorbett*, *marjad*, *jäätis*; *TATRAPLIIN*, *SIIG*, *HAPUKOOREKREEM*; *GRILLJUUST*, *SALAT*, *EMULSIOON*). 5 nimetusel jäid põhisõnad ning nende arv määramata, sest need ei ole eestikeelsed.



Joonis 5. Põhisõnade arv ühes toidunimetuses.

Sisult jagunevad põhisõnad kahte peamisesse kategooriasse: toit (nt *maapirnisupp*; *kalaühha* ja *pasta*) ja toidu koostisosa/tooraine (nt *kartul*; *part* ja *kala*). Üksikjuhtudel on põhisõnadeks või põhisõna liitsõna üheks osaks esemed, mis väljendavad serveerimisviisi: *vaagen* (3), *taldrik* (2), *vardad* (1), *kauss* (1) (nt *leivataldrik*; *krevetivardad*). Lisaks esines kahel korral ka kokkurullituna serveeritud toitu (*rull*) (nt *porrurull*; *lambafilee rull*). Samuti on põhisõnaks roogade serveerimisjärk *leivakäik* (4). Lisaks esineb sortimenti (nt *suupistevalik*; *juustuvalik*; *sorbeevalik*). *Valik* esineb korpuses 23 korral: seitse korda liitsõnana ja 16 korda liitsõna osana.

Põhisõnades leidub ka **kujundlikkust**. Kujundlikkusena on restoranil Otto menüüs *salatitrio*, mida on menüüs kirjeldatud kui kolme eri salatit, mida on koos serveeritud. Ühendsõnastiku järgi on trio tavapärase kasutuses kolmest isikust koosnev ansambel, heliteos või asjade kogum (Eesti Keele Instituut, Sõnaveeb 2026). Restoranil Amel on menüüs roog *kapsa sümfoonia*, mis on kale, porru ja trühvlitega roog. Seal põhisõnana esinev *sümfoonia* on tavapärase kasutuses instrumentaalmuusika žanr ning sellega on toidule püütud anda muusikalist temaatikat. Samuti muusikaga seotult leidis restorani Noot menüüs *ANTREKOOT & T-BONE DUETT KAHELE*, kus põhisõna *duett* all peetakse silmas kahe erineva lihatüki serveerimist kahele inimesele mõeldud toidus. Restorani muusikaga seotud nime arvestades võib neid toidunimetusi seostada metafoorsete ülekannetega muusikamaailmast, kus duett tähendab kahe muusiku koos esinemist. Kujundlikkus väljendub neljas menüüs neljal korral

ning on kolmel korral juhtudest seotud muusikaterminitega. Neljandaks kujundlikuks toidunimetuseks on *šokolaadisfäär*, millel on Ühendsõnastiku järgi mitmeid tähendusi: „kera ümbritsev pind või millegi esinemisala, mõjuala või tegevuspiirkond“ (Eesti Keele Instituut, Sõnaveeb 2026).

Laiendite olemasolu järgi saab eristada laienditega (nt *vürtsikas* tartar; *GRILLITUD VEGAN BURGER*; *PASTA MEREANDIDEGA*) ja laienditeta toidunimetusi (nt *KAMMKARP*; *juustuvalik*; *BÖFF*). Laiendeid esineb nii põhisõnade ees (nt *Krõbe* kartul; *soe ja krõbe õunakook*; *pardimaksa patee*) kui ka järel (*Caesar kanaga*; *forell söegrillilt*; *SIDRUNIKOOK BESEEGA*). Laiendeid on erinevates käänetes, nt omastavas (*VAARIKA PANNA COTTA*; *ÕRNSUITSU PART*; *Kolotsi talu kitsejuustukreem*), määruslikud laiendid seestütlevas (nt *kana-popkorn teriyaki-kastmes*; *forellifilee peedi-džinni majoneesis*), alaleütlevas (nt *juustuvalik kahele*; *snäkivaagen kahele*; *leivakäik 2-le*), alalütlevas (nt *passion neljal viisil*; *pohlamarjaga maitsestatud kanamaksapasteet rukkileival*; *lõhemari tatrapliinil*), kaasaütlevas (*kookospiima-kalasupp krevettidega*; *pohlakook mascarpone-vahuga*; *burger friikartulitega*).

Omadussõnalised laiendid kirjeldavad peamiselt toidu omadusi, näiteks värskust, tekstuuri, olekut või emotsionaalset väärtust (nt *värske salat*, *mahlakas portobello*, *kreemjas sparglisupp kammkarpidega*). *tud*-kesksõnavormid väljendavad enamasti valmistusviisi, näiteks *rõstitud lillkapsas*, *külmsuitsutatud pardifilee* ja *HAUTATUD HIRVELIHA KARTULIPÜREE JA JÕHVIKAMOOSIGA*. Kokku esines omadust määratlevaid laiendeid 117 korral. Kõige rohkem leidis valmistusviisi iseloomustavaid sõnu, näiteks *grillitud* (13), *rõstitud* (9), *küpsetatud* (7), *hautatud* (3), *marineeritud* (3), *põletatud* (3), *külmsuitsutatud* (2), *suitsutatud* (2) ja *täidetud* (2). Lisaks esines toidu tekstuuri kirjeldavaid sõnu, näiteks *krõbe* (8), *koorene* (4) ja *kreemjas* (2), värvust märkivaid sõnu, näiteks *must* (2), *roheline* (2) ja *kuldpruun/pruun* (2), ning toidu olekut kirjeldavaid sõnu, näiteks *värske* (6), *vegan* (4), *soe* (3), *kerge* (1) ja *selge* (1). Tarbija emotsioone või väärtushinnanguid võivad mõjutada sellised omadussõnad nagu *traditsiooniline* (2), *klassikaline* (2) ja *kodune* (2). Eraldi esines ka valmistusviisi või tootmislaadi tähistav sõna *käsitöö* (2).

Isikunimesid kasutati analüüsitavates menüüdes kokku 26 korral ning need esinevad kas jutumärkides nagu pealkirjad või ilma jutumärkideta. Mitmed restoranid kasutavad toidunimetustes täpsustavalt oma asutuse nime, näiteks *CAESAR BY WASA KANAGA*, kus esineb tsitaatsõnaline järeltarind *BY*, ja *VEISELIHA TARTAR A LA „MIX“*, kus on restorani nimi jutumärkides. *A la* on tsitaatsõna, mis on markeerimata. Restoran Mix on kahe erineva toidunimetuse puhul jutumärke kasutanud tsitaatsõnade märkimiseks. Nendeks on *VASIKA SISEFILEE LÕIGUD „VITELLO TONNATO“* ja *SUITSUPEEDI „CARPACCIO“*. Nimetusi

on loodud ka omastavas nimelisandiga: *MEKK-i käsitööjäättise ja -sorbee valik, Fii käsitöö brioche & majaleib ja OTTO leivakäik*. Kahe puhul on restorani nimi kirjutatud suurtähtedes ka siis, kui ülejäänud toidunimetused on väiketähtedes. Mõni restoran on tähistanud toidunimetusi jutumärkides, näiteks restoran Alto on pannud magustoiduna menüüsse “*STICKY TOFFEE*”. Võimalik on seegi, et jutumärgid tähistavad selle desserti puhul tsitaatsõnu. Restoran Meloodia on pannud magustoidule pealkirja, milleks on jutumärkides nimi liigisõna järel: *FONDANT “MERESUU” KOOS KOOREJÄÄTISE JA MARJADEGA*, mis on nimetatud Meresuu spaa ja hotelli järgi, kus söögikoht asub.

Kohanime esineb koos põhisõnaga 18 korral. Kohad jagunevad Eesti (Järveotsa, Liivimaa, Uustla talu, Karilatsi, Pähkla, Kolotsi talu, Vihula mõis, Narva-Jõesuu, Peipsi järv) ja väliskohanimedeks (Skandinaavia, Korea, Rooma, Baski). Eesti kohad, mida toidunimetustes mainitud, jagunevad omakorda asulateks (küladeks/linnadeks) (nt *Karilatsi forelli carpaccio*; *NARVA-JÕESUU SILMUD*), taludeks/mõisateks (nt *Kolotsi talu kitsejuustukreem*; *Vihula mõisa köögis valmistatud käsitöösorbee*) ja veekogudeks (nt *PEIPSI JÄRVE KOHAFILEE KÖÖGIVILJADE JA KINOAGA*). Välismaised kohad jagunevad piirkondade (nt *Skandinaavia lõhesupp*, *Baski põletatud juustukook*; *Liivimaa lihase tartar*) ja linnade nimedeks (nt *UUSTLA TALU GRILLJUUST*, *ROOMA SALAT JA PISTAATSIA EMULSION*). Asukohale viitavaid riikide nimesid korpusest välja ei tulnud, kuid neid esines roastiilide väljendamise puhul (nt *Eestipärased suupisted*; *KIKERHERNE KARRI INDIAPÄRASE LEIVAGA*).

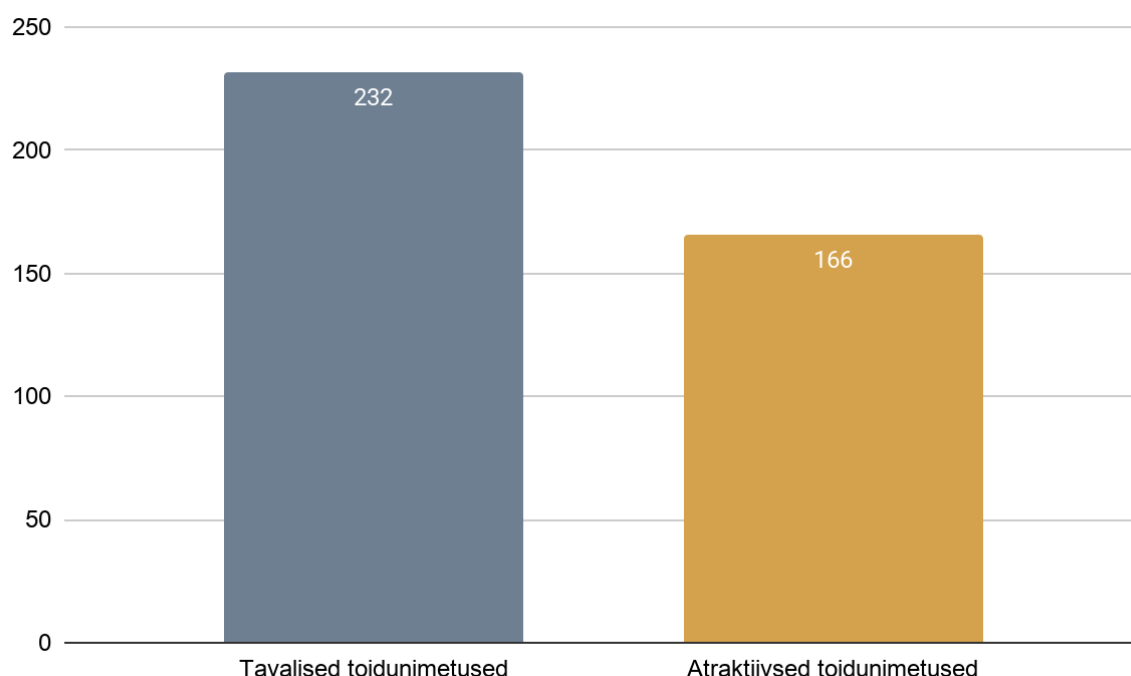
Kohamääratluste abil on iseloomustatud nii toidu põhikoostisosa päritolu kui ka roa üldist stiili. Täpne päritolu on märgitud piima-, liha- ja kalatoodete puhul, näiteks *JÄRVEOTSA VUTT*, *MÜRCEL JA KRUUP*, *Karilatsi forelli carpaccio* ja *PEIPSI JÄRVE KOHAFILEE KÖÖGIVILJADE JA KINOAGA*. Roavalmistuse stiili iseloomustamiseks on lisatud asukoht roa kui terviku (*Baski põletatud juustukook*, *Korea porgandisalat*) või ka ainult ühe koostisosa kohta (*PEIPSI JÄRVE KOHAFILEE KÖÖGIVILJADE JA KINOAGA*).

Peale ettevõtettenimede kasutatakse toidunimetustes ka **tootenimesid**, mis on esitatud jutumärkides. Kahe desserti puhul on kasutatud tuntud maiustuste nimesid: “*Raffaello*” ja “*Bueno*”. Samuti on seelses menüüs *Vana Tallinna tiramisu* ja *VANA TALLINN TIRAMISU*, mis liigituvad samuti brändinimega toidunimetuste alla. Sel viisil on nimetusi loodud magustoitudele, kuid mitte soolastele roogadele. Lisaks on restoran Mix desserdinimetuses kasutanud ka viimasel ajal populaarsust kogunud Dubai šokolaadi: nimetus “*DUBAI*” *ŠOKOLAADI KAUSS*. Pole kindel, kas kohanime on soovitud jutumärkide abil ka pealkirjana markeerida.

Lühenditest on toidunimetustes kasutusel vaid inglise keelest laenatud BBQ, mis esineb nimetustes *BBQ-grillribi* ja *BBQ pardifilee*. BBQ on laialt kasutatav lühend sõnast *barbeque*, mis tähendab 'grillitud liha'. Seega viitab see lühend toidunimetustes grillimisele.

4.3. Toidunimetuste liigid

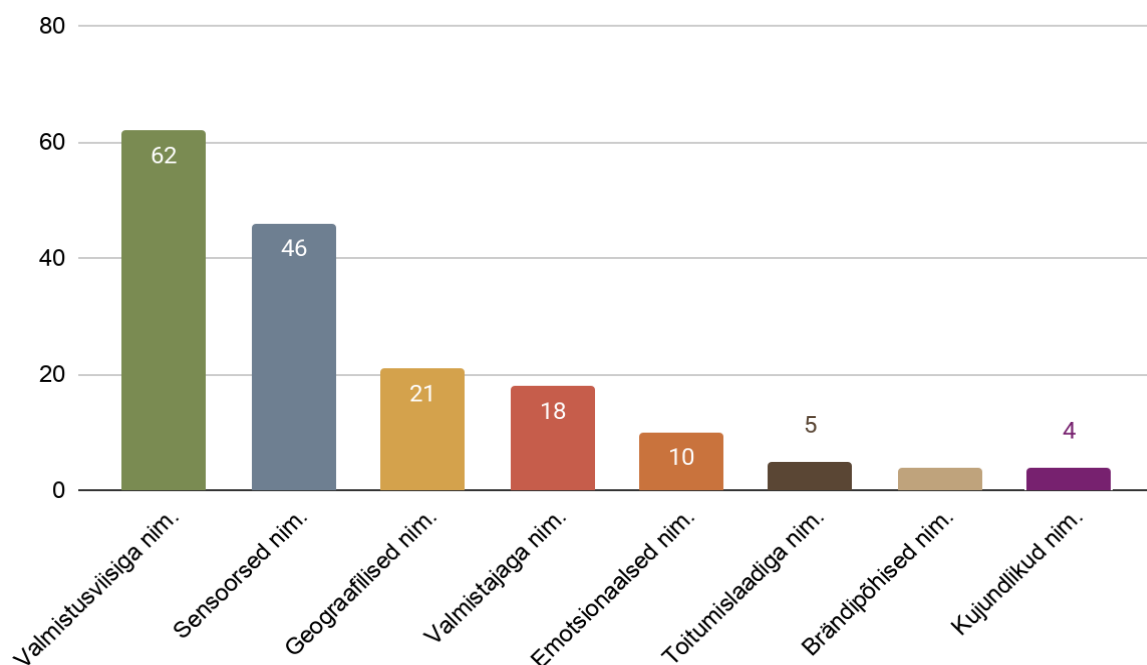
Toidunimetused jagunesid lisatud või lisamata jäetud omaduste põhjal tavalisteks ja atraktiivseteks. Tavalisi toidunimetusi oli 232 (58%) (nt *pardirind*; *tiramisu*; *artišokk*) ja atraktiivseid 166 (42%) (vt joonis 5). See näitab, et kuigi menüüdes domineerivad tavalised toidunimetused, kasutatakse peaaegu pooltel juhtudel ka selliseid nimetusi, mille eesmärk on muuta roog kliendi jaoks isuäratavamaks.



Joonis 6. Tavalised ja atraktiivsed toidunimetused korpuses.

Tavalised toidunimetused (nt *rukkileiva-parfee astelpajusiirupiga*; *NATŠOD LIHAGA*; *lambatalle kaelafilee*) moodustavad suurema osa nimetustest. Korpuses on mitmeid tavalisi toidunimetusi, mis on esitatud võimalikult minimaalselt ning millest osa kordub läbi mitme restorani menüü (nt *part* (3); *forell* (3)) .

Atraktiivsed toidunimetused jagunesid kaheksasse kategoori: geograafilised, emotsionaalsed, sensoorsed, brändipõhised, valmistusviisiga, valmistajaga, toitumisladiga ja kujundlikkusega.



Joonis 7. Atraktiivsed toidunimetused kategooriate kaupa.

387 toidunimetuse hulgas on 62 valmistusviisiga toidunimetust (nt *külmsuitsutatud paltus MEKK-i suitsuahjust*; *rõstitud noorkartul*; *suitsutatud hirvecarpaccio*). See kategooria on korpuses kõige arvukam. Suuruselt teisel kohal on sensoorsed nimetused (46), mis kirjeldavad roogade maitseid (nt *mõru šokolaadivaht*; *vürtsikas kõrvitsasupp*) ja tekstuure (nt *kreemjas sparglisupp kammkarpidega*; *krõbedad krevetid laimimajoneesiga*).

Geograafilisi toidunimetusi oli võrreldes sensorsetega umbes poole vähem, kuid oma 21 esinemiskorraga on nad arvukuselt kolmandad. Suur osa nendest nimetustest sisaldavad kohanimelist määratlust (nt *kuningservik kookoskastme*, *Korea porgandisalat* ja *kinoaga*; *PÄHKLA FORELL*; *“DUBAI” ŠOKOLAADI KAUSS*). Peale kohanimede hõlmavad geograafilised toidunimetused kohaliku päritolu toorainele (*TRADITSIOONILINE KALASUPP KOHALIKU KALAGA*; *PORGANDIKOOK KOHALIKE MARJADE SORBEEGA*) ja kohalikule stiilile viitavad toidunimetused (nt *kohalikus stiilis salat kiludega*). Umbes sama palju (18) on valmistajaga nimetusi (18) (nt *MEKK-i kalauhhaa*; *peakoka kalataldrik*; *leivakäik meie pagaritelt*). Toidunimetus, mis kuulub mööndustega siia kategooriasse, on *FONDANT “MERESUU” KOOS KOOREJÄÄTISE JA MARJADEGA*. Fondantil on pealkiri Meresuu

spahotelli järgi, kuid see ei liigitu otseselt valmistajaga nimetuse alla, sest valmistajaks on hotellis tegutsev restoran Meloodia.

Alla kümne esinemisjuhuga oli neli kategooriat. Suuruselt viiendale kohale jäid emotsionaalsed nimetused (8). Nendeks on *Eestipärased suupisted*; *traditsiooniline kama-mousse*; *KODUNE MUSTSÕSTRA JÄÄTIS*; *KODUKÜPSETATUD MUST LEIB, SUITSUSOOLAGA VÕI*; *klassikalised friikad küüslauguaioliga*; *TRADITSIOONILINE KALASUPP KOHALIKU KALAGA*; *CAESARI SALAT (klassikaline / kanaga / krevettidega)*; *VALIK KODUSEID SORBEESID*. Kasutatud sõnade põhjal võivad need esile tõsta rahvustundeid, nostalgiat ning õnnelikke mälestusi kodust. Arvukuse järgi kuuendana on korpuses toitumisladi kirjeldavad nimetused (5) (nt *vegan juustu ja trühvliõliga friikartulid*; *vegan metsaseene ravioolid*; *vegan toorjuustukook*; *GRILLITUD VEGAN BURGER*; *TAIMETOITLASE MUSSAKA*). Need võivad jääda silma vastava toitumisega inimestele ja kiirendada seeläbi valimisprotsessi. Seitsmendana esineb korpuses brändipõhiseid toidunimetusi (4): “*Raffaello*”; “*Bueno*”; *Vana Tallinna tiramisu* ja *VANA TALLINN TIRAMISU*. Kahel juhul on tegemist maiustuste ja kahel juhul likööri nimega. *Bueno* osutab tõenäoliselt Kinder Buenole. Viimasena on kujundlikud nimetused (4) (nt *kapsasümfoonia*; *salatitrio*; *šokolaadisfäär*; *ANTREKOOT & T-BONE DUETT KAHELE*). Need nimetused on pärit neljast erinevast restoranist, seega korpusest ühel viiendikul restoranil on menüüs kujundlikkust kasutav toidunimetus.

Kõik eespool olevad kategooriad hõlmasid laienditena väljendatud omadusi. Leidus ka selliseid atraktiivseid toidunimetusi, mille atraktiivsust väljendas põhisõna. Nende alla kuulusid kujundlikud nimetused (4): *kapsasümfoonia*, *šokolaadisfäär*, *ANTREKOOT & T-BONE DUETT KAHELE* ja *salatitrio*, mida on põhjalikumalt käsitletud peatükis 3.2.

Mõned nimetused kuuluvad mitmesse kategooriasse, nt *TRADITSIOONILINE KALASUPP KOHALIKU KALAGA* on nii emotsionaalne kui ka geograafiline ning *Külmsuitsutatud paltus MEKK-i suitsuahjust* iseloomustab valmistusviisi ja valmistaja tüüpi.

Tulemused näitasid, et eestikeelsete restoranimenüüde toidunimetused vastavad suures osas teooriasas kirjeldatud menüükeele tunnustele. Need on enamasti nimisõnalise põhjaga ja tihedalt informatsiooni koondavad üksused. Tüüpiline toidunimetus oli korpuses sõnaühend, mis koosnes enamasti kahest sõnast ning mille põhisõna tähistas kas toitu või selle põhikoostisosa. Põhisõnale anti laiendeid sageli tooraine, valmistusviisi, päritolu, tekstuuri või mõne muu omaduse täpsustamiseks. See kinnitab, et menüü toidunimetuste põhiülesanne on anda kliendile kiiresti arusaadavat infot roa kohta.

Samal ajal ilmnes ka analüüsist, et toidunimetused ei täida ainult informatiivset funktsiooni. Atraktiivseid toidunimetusi oli korpuses 42%, mis näitab, et menüüdes kasutatakse sageli ka selliseid keelelisi vahendeid, mille eesmärk on muuta roog kliendi jaoks isuäratavamaks või väärtuslikumaks. Kõige sagedamini tehti seda valmistusviisi, sensorsete omaduste ja geograafiliste viidete kaudu. Erilisemate nähtustena tulid esile valmistajale viitavad, emotsionaalsed, toitumisviisiga, brändipõhised ja kujundlikud toidunimetused. Kuigi kujundlikke nimetusi leidis teistega võrreldes vähem, näitab nende kasutus siiski, et menüükeeles kasutatakse lisaks neutraalsele nimetamisele ka loovamaid ja turunduslikumaid nimetamisviise.

Kokkuvõte

Töö eesmärk oli välja selgitada eestikeelsete restoranimenüüde toidunimetuste keelelised tunnused ja mõjutusvõtted. Siinses töös otsiti vastust kahele küsimusele:

1. Milline on eestikeelsete restoranimenüüde toidunimetuste keeleline struktuur?
2. Millised toidunimetuses esinevad toidu omadused on suunatud tarbija mõjutamisele?

Koostatud eestikeelsete restoranimenüüde toidunimetuste korpus sisaldas 20 menüüd 398 toidunimetusega. Kasutati 20 menüüd, millist saadi 398 toidunimetust. Toidunimetusi uuriti esmalt struktuuritüübi, sõnade arvu ja sõnaliigilise koosseisu järgi. Seejärel analüüsiti põhisõna ja laiendeid ehk toidunimetuse sisulist tuuma ja seda täpsustavaid üksusi. Põhisõna ja laiendite juures analüüsiti ka nimeüksusi, kujundlikkust, kohamääratluse olemasolu, toidu omaduse määratlemist, võimalikku lühendamist ja põhisõna päritolu. Lõpuks keskenduti toidunimetuste liikidele: vaadeldi tavalisi toidunimetusi ning erinevat liiki atraktiivseid toidunimetusi, mis on suunatud tarbija ahvatlemisele.

Uurimistöö tulemusena selgus, et struktuuritüübi järgi saab menüüde toidunimetuste puhul eristada sõnaühendeid (68,8%), loetelusid (10,4%), lihtsõnu (7,9%), liitsõnu (12,9%). Sõnade arv toidunimetustes jäi vahemikku 1–8 ning kõige ülekaalukam oli kahesõnaliste nimetuste grupp (nt *lambatalle kaelafilee*). Sõnaliigilise koosseisu järgi eristuvad toidunimetustes seitse rühma: puhtalt nimisõnalised, sidesõnadega, omadussõnadega, *tud*-kesksõnavormiga, arvudega, sümbolitega ja tsitaatsõnadega nimetused. Kõik need on nimisõnalise põhjaga.

Uurimistööst ilmnes, et toidunimetustes on 1–3 põhisõna, enamikus nimetustes oli üks põhisõna. Põhisõnad iseloomustasid peamiselt toorainet ja valmistoitu, kuid väiksemad grupid tekkisid ka esemete ja serveerimisviisi põhjal. Põhisõnade seas liigitus 56,6% omaks (nt *meejäätis*), 30,8% võõraks (nt *burger*) ja 12,6% omaks-võõraks (nt *kanašnitse*). Enamik põhisõnana kasutatud tsitaatsõnadest oli itaalia, prantsuse või inglise päritolu. Toidunimetusi esines nii laienditega kui ka ilma. Laiendeid leidis nii nimisõna ees kui ka järel. Laiendid olid kas omastavas, seestütlevas, alaleütlevas, alalütlevas või kaasaütlevas käändes. Omadusi määratlevad laiendid jagunesid toidu valmistusviisi, tekstuuri, värvi ja olekut kirjeldavateks; koha- või ettevõtet nime sisaldavateks ning emotsioonaaleteks.

Suurem osa toidunimetustest olid tavalised (58%) ja väiksem osa atraktiivsed (42%). Tarbija mõjutamisele suunatud atraktiivsed toidunimed jagunesid geograafilisteks (nt *PÄHKLA FORELL*), emotsionaalseteks (nt *Eestipärased suupisted*), sensorseteks (nt *krõbedad krevetid laimimajoneesiga*), brändipõhisteks (nt *Vana Tallinna tiramisu*), valmistusviisi (nt *röstitud noorkartul*), valmistaja (nt *leivakäik meie pagaritelt*) või toitumislaadiga seotuteks (nt *TAIMETOITLASE MUSSAKA*) ja kujundlikeks (nt *kapsasümfoonia*). Neist kõige rohkem leidis valmistusviisiga seotud, sensorseid ja geograafilisi toidunimetusi.

Tulemused pakkusid uut informatsiooni eestikeelsete toidunimetuste struktuuri tüübi, sõnade arvu, põhisõnade arvu, päritolu jaotuse, kasutusel olevate laiendite, tavaliste ja atraktiivsete nimetuste kasutussageduse kohta. Leiti ka, millised atraktiivse nimetamise viisid on eestikeelsetes toidunimetustes levinumad.

Tulemused näitavad, et eestikeelsete restoranimenüüde toidunimetused on üldiselt kooskõlas teooriaosas kirjeldatud menüükeele omadustega: need on enamasti lühikesed, nimisõnalise põhjaga ja infotihedad. Samas ei piirdu toidunimetused ainult roa neutraalse nimetamisega, vaid täidavad sageli ka mõjutavat funktsiooni. Seda näitab atraktiivsete toidunimetuste märkimisväärne osakaal, eriti valmistusviisi, sensorsete omaduste ja geograafiliste viidete kaudu. Seega võib öelda, et menüüde toidunimetustes põimuvad informatiivne ja turunduslik eesmärk, sest klient saab teavet roa koostise või valmistamise kohta, kuid samal ajal suunatakse tema tähelepanu roa erilistele omadustele.

Kirjandus

- Abidin, Aishah Amirah Zainal. 2021. *A Genre Analysis of Food and Beverages Industry Menu*. Badaha Dan Linguistik 3(2). Selangor: Selangor International Islamic University College. 107–113. <https://ejbl.uis.edu.my/index.php/e-jbl/article/view/88/39>
- Eesti Keele Instituut. Sõnaveeb 2026. EKI ühendsõnastik. <https://sonaveeb.ee/> (vaadatud 21.05.2026).
- Gavrieli, Anna, Attwood Sophie, Wise, Jonathan, Putnam-Farr, Eleanor, Stillman, Paul, Giambastian, Scott, Upritchard, Jane, Hanson Chavanne & Bakker, Michiel. 2022. *Appealing dish names to nudge diners to more sustainable food choices: a quasi-experimental study*. BMC Public Health 22, 2229. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-14683-8>.
- Hyon, Sunny. 2018. *Introducing Genre and English for Specific Purposes*. London, New York: Routledge.
- Kasik, Reet. 2001. Keel tekstidena. *Oma Keel* 1, 14–15.
- Kasik, Reet. 2007. *Sissejuhatustekstiõpetusse*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Kasik, Reet. 2015. *Sõnamoodustus*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Kerge, Krista. 2000. Kirjakeel ja igapäevakeel. Tiit Hennoste (toim), *Eesti keele allkeeled* (Tartu Ülikooli eesti keele õppevahendi toimetised 16), 89–90. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Markantonatou, Stella, Toraki, Katerina, Stamou, Vivian & Pavlidis, George. 2021. *The semantic and syntactic ingredients of Greek dish names: Are Compounds a Main Choice?*. Open Linguistics 7(1). 116-135. <https://doi.org/10.1515/opli-2021-0009>.
- McCall, Michael, Lynn, Ann. 2008. *The effects of restaurant menu item descriptions on perceptions of quality, price and purchase intention*. Journal of Foodservice Business Research 1). 439–445. <https://doi.org/10.1080/15378020802519850>.
- Nagle, Thomas. T, Müller, Georg & Gruyaert, Evert. 2024. *The Strategy and Tactics of Pricing. A Guide to Growing More Profitably* (7. ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003179566>.
- Reinsalu, Riina. 2018. *Juhendavad haldustekstid žanriteooreetilises raamistikus*. Dissertationes Philologiae Estonicae Universitatis Tartuensis 44. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Tardy, Christine M. 2013. *Genre Analysis*. Ken Hyland & Brian Paltridge (toim), *The Bloomsbury Companion to Discourse Analysis*. London, New Delhi, New York, Sydney: Bloomsbury, 54–55.

- Tversky, Amos, Kahneman, Daniel. 1974. *Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases*. *Science* 185(4157). 1124–1131. <https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124>.
- Wansink, Brian, Painter, James & Van Ittersum, Koert. 2001. Descriptive Menu Labels' Effect on Sales. *Cornell Hospitality Quarterly* 42(6). 68–71. <https://doi.org/10.1177/0010880401426008>.

Linguistic Features of Dish Names in Estonian-Language Restaurant Menus.

Summary.

The aim of this study is to identify the linguistic features of dish names in Estonian-language restaurant menus and the qualities they emphasize. This study sought to answer two questions:

1. What is the grammatical structure of dish names in Estonian-language restaurant menus?
2. Which qualities are directed toward influencing the consumer?

The research method was the compilation of a corpus of Estonian-language dish names in Excel. Twenty menus were used, from which 398 dish names were collected. The dish names were first examined according to structural type, number of words, and part-of-speech composition. In the second subsection of the results, the headword and modifiers were analyzed, meaning the semantic core of the dish name and the units that specify it. In connection with the headword and modifiers, the study also analyzed name units, figurativeness, place reference, quality specification, abbreviations, and the origin of the headword. The third subsection of the results focused on types of dish names: regular dish names were examined, as well as different types of attractive dish names aimed at tempting the consumer.

It was found that, according to structural type, dish names can be divided into phrases, lists, simple words, and compound words. Phrases were the most common of these. The number of words in dish names ranged from 1 to 8, with two-word names forming the most dominant group. Based on part-of-speech composition, seven different groups of Estonian dish names can be distinguished: purely noun-based names, names with conjunctions, names with adjectives, names with the participial form *-tud*, names with numbers, names with symbols, and names with foreign words used as quotations. All of these types are noun-based.

The analysis of headwords showed that dish names contain 1–3 headwords, with most having one headword. The headwords were mainly divided into raw ingredients and prepared dishes, although smaller groups also emerged based on objects, serving method, and figurativeness. Among the headwords, 257 words were classified as native, 140 as foreign, and 68 as native-foreign combinations. Most of the quotation words used as headwords were of Italian, French, or English origin.

Dish names occurred both with and without modifiers. Modifiers appeared both before and after the noun. In addition, modifiers occurred in the genitive, elative, allative, adessive, or comitative case. The modifiers also included adjectives and derivational suffixes. Modifiers

specifying qualities were divided into those describing preparation method, texture, place name, brand, color, state of the food, and emotion.

Most dish names were regular (58%), while a smaller share were attractive (42%). The types of attractiveness aimed at influencing the consumer were divided into geographical, emotional, sensory, brand-based, preparation-method-based, maker-based, diet-based, and figurative types. The most numerous of these were preparation-method-based, sensory, and geographical dish names.

Lisa. Kasutatud restoranide nimed ja nende menüüd

1. Allee. <https://www.alleerestoran.ee/menuu/> (vaadatud 02.03.2026).
2. Alto. <https://altoresto.ee/menuud/> (vaadatud 02.03.2026).
3. Ame. <https://amerestoran.ee/menuu/a-la-carte/> (vaadatud 02.03.2026).
4. Fii. <https://fiiresto.ee/menuu/toit/> (vaadatud 10.12.2025).
5. Hõlm. <https://holmrestoran.ee/menuu/> (vaadatud 10.12.2026).
6. Joyce. <https://joyce.ee/> (vaadatud 10.12.2025).
7. Kliff. <https://www.kliff.ee/restoran/> (vaadatud 02.03.2026).
8. Kuu. <https://restorankuu.ee/menuu/> (vaadatud 10.12.2025).
9. Le Lac. <https://lelac.ee/menuu/> (vaadatud 02.03.2026).
10. Mekk. <https://radissonhotels.iceportal.com/asset/radisson-collection-hotel-tallinn/food-and-drink/16256-144258-m42181704.pdf> (vaadatud 02.03.2026).
11. Meloodia. <https://www.meresuu.ee/restoran-meloodia-menuu/> (vaadatud 02.03.2026).
12. Mix. https://mixrestoran.ee/et/?gad_source=1&gad_campaignid=23141032995&gbraid=0AAABBTByb2wp9JTxF2UlobVSEFKDG63f&gclid=Cj0KCQjw2YDQBhD_ARIsAE1qeSeNFIIJdq_zmC_amNAnDXbdiMi2jX3tj7smfInexAEaLMLmXvz8rNKIaAjSTEALw_wcB (vaadatud 02.03.2026).
13. Noa. <https://www.noaresto.ee/> (vaadatud 02.03.2026).
14. Noot. <https://www.spaestonia.ee/resort/a-la-carte/> (vaadatud 02.03.2026).
15. OTTO. <https://www.ottoresto.ee/et/menuud/a-la-carte-menuu/> (vaadatud 10.12.2025).
16. Platz. <https://www.platz.ee/menu-est/> (vaadatud 02.03.2026).
17. Purpur. <https://restoranpurpur.ee/menuu/> (vaadatud 02.03.2026).
18. Restoran 100. <https://www.resto100.ee/et/menuud/a-la-carte-menuu/> (vaadatud 02.03.2026).
19. Vihula mõisa restoran. <https://www.vihularesto.com/et/menuud/a-la-carte/> (vaadatud 02.03.2026).
20. WASA. https://wasahotels.ee/resort/ala-carte-menuu/?_gl=1*p9esmb*_up*MQ..*_gs*MQ..&gclid=Cj0KCQjw2YDQBhD_ARIsAE1qeSfHOcaoTFnBmI4DyMHwgvL3LRFOOyCqjWR50MV93goXTsEanLjgGogaArbtEALw_wcB&gbraid=0AAAAApN6OV9-kBONy4s3rV5NLoOYIEDRd (vaadatud 02.03.2026).

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Marii Kask,

1) annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „Eestikeelsete restoranimenüüde keelelised tunnused ja mõjutusvõtted“, mille juhendajad on Riina Reinsalu ja Külli Habicht, 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 Commons'i 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.

21.05.2026