

# KEELEMAASTIK TALLINNA VANALINNAS AASTATEL 2013–2017

Marleen Kedars

Tallinna ülikool

**Ülevaade.** Artiklis on vaatluse all Tallinna vanalinna keelemaastik diakroonilises perspektiivis, seatud eesmärgid on (1) vaadata, kas ja kuidas on keelemaastik muutunud aastatel 2013–2017; (2) kirjeldada avalike siltide funktsioone ning (3) vaadata siltidel kasutatavate keelte kooskõlastatust 2011. aastal vastu võetud keeleseadusega. Uurimuses on põimunud kvantitatiivne ja kvalitatiivne analüüs.

Uurimusest selgus, et Tallinna vanalinna keelemaastik on mitmekeelne, multimodaalne ning sümboolne ja informatiivne: kasutusel on eri keeled, eri tüüpi sildid, siltidel on mõjutav funktsioon ning need edastavad infot. Eesti keele kõrval on kasutatud kõige rohkem inglise keelt, mille liiga sagedase kasutuse tõttu jääb eesti keel tihti teisele kohale. Seetõttu minnakse vastuollu keeleseadusega.

**Võtmesõnad:** sotsiolingvistika, sildid, diakrooniline uurimus, mitmekeelusus, keeleline fetiš, keeleseadus

## Sissejuhatus

Kuigi viimastel aastatel on huvi keelemaastiku ehk siltide uurimise vastu suurenenud, ei ole keeleteadlased Eestis ega teistes Baltimaades sellega kuigi palju tegelenud, mistõttu pakub keelemaastik põhjalikumaks uurimiseks rohkelt võimalusi ja katsumusi. Selleks et Eesti ei jääks kõrvale keelemaastike uuringute üldisest diskussioonist, on oluline koguda empiirilist keeleainest ning selgitada ja kirjeldada Eesti keelemaastikku. Keelemaastiku uurimine viitab tavaliselt kindlal alal asuvate siltide uurimisele – siinse uurimuse eesmärk on tutvustada Eesti keelemaastikku Tallinna vanalinna keelemaastiku näitel, uurides keelemaastikul ajas toimunud muutusi detsembrist

2013 kuni detsembrini 2017. Uurimuses on vaadatud, milliseid tekstiliike, väljendusvahendeid ja keeli Tallinna vanalinna keelemaastikul leidub, ning kas need täidavad informatiivset või pigem sümboolset funktsiooni. Lisaks on jälgitud, kas siltidel olev tekst on kooskõlas 2011. aastal vastu võetud keeleseadusega.

Tavaliselt uuritakse keelemaastikku just linnakeskkonna komertsaladel ja ostutänavatel, kus on palju silte, mistõttu ongi see uurimus tehtud Tallinna vanalinnas, kus liigub palju turiste ja kus on palju väikeseid poekesi. Tallinna vanalinnast on valitud üheksa tänavat, mis viivad turistide jaoks olulistesse suundadesse: sadamasse, Balti jaama, Raekoja platsile, Vabaduse väljakule ja Viru keskuse poole. Need tänavad on Harju tänav, Kinga tänav, Kullasepa tänav, Mündi tänav, Nunne tänav, Pikk tänav, Raekoja plats, Vanaturu kael ja Viru tänav. Kokku on kogutud 3012 silti üheksa pildistamiskorraga (27.12.2013, 22.02.2014, 27.12.2014, 22.02.2015, 27.12.2015, 29.02.2016, 27.12.2016, 22.02.2017, 27.12.2017), silte on analüüsitud nii kvantitatiivselt kui ka kvalitatiivselt.

Kuna uurimus on diakrooniline, võimaldab see vaadelda Tallinna vanalinna keelemaastiku ajas toimunud muutusi. Toetudes turismiinfo Puhka Eestis (vt Eesti ja Euroopa turism 2013–2017) andmetele, on püstitatud järgmised hüpoteesid: (1) kuna 2009. aasta jaanuarist kuni 2013. aastani suurenes järjest Tallinna saabuvate Venemaa turistide hulk, lähtuti uurimuses esimesest hüpoteesist, et detsembri lõpus suureneb vene keele kasutus Tallinna vanalinnas asuvatel siltidel seoses Venemaa turistide saabumisega katoliku ja protestantliku jõulunädala ning õigeusklike jõulude vahelisel perioodil; (2) 2014. aastast aga väheneb Venemaa turistide küllastatavus märgatavalt, sest rubla kurss välisvaluuta suhtes langes järsult ning ka Euroopa Liidu ja Venemaa suhted muutusid pingelisemaks. Sellest lähtudes on seatud teine hüpotees, et vene keele kasutus siltidel Tallinna vanalinnas väheneb; (3) kolmanda hüpoteesi püstitamisel lähtuti sellest, et Aasia turistide hulk (põhiliselt Hiinast ja Jaapanist) suureneb pidevalt, mistõttu suureneb Tallinna vanalinna keelemaastikul jaapani ja hiina keele kasutus.

Artikkel on jagatud kaheks suuremaks osaks. Taustaosas on seletatud, mida tähendab keelemaastik, ning peatunud keelemaastikul esineval mitmekeelsusel ja inglise keele fenomenil. Uurimuslikus osas on kirjeldatud Tallinna keelemaastikku aastatel 2013–2017 detailsemalt ning vaadatud seda siltide tekstiliigilisusest, keelsusest ja keeleseadusega kooskõlastatusest lähtuvalt.

## 1. Keelemaastiku defineerimisest

Keelemaastik on mitmekesine, keeruline ja kiiresti arenev ning erinevalt tõlgendatav (Gorter 2018: 5), selle uurimine pakub vaatenurki nii mitmekeelsuse, globalisatsiooni, vähemuskeelte kui ka keelepoliitika valdkonnas (Gorter 2013: 205). Rodrigue Landry ja Richard Y. Bourhis (1997: 24) on esimesed keelemaastiku uurijad, kes märkasid olulist seost territooriumi ja keelekasutuse vahel ning võtsid kasutusele termini „keelemaastik“. Nende järgi on keelemaastik kindlal alal asuvate liiklusmärkide, reklaamide, tänavasiltide, reklaamsiltide, kohanimesiltide jm avalike siltide keel. Tänu tehnika arengule, mis on toonud kaasa uusi võimalusi ja väljendusvahendeid, on keelemaastik palju mitmekesisemaks muutunud. Durk Gorter (2013: 191) täiendab Rodrigue Landry ja Richard Y. Bourhise definitsiooni, lisades sinna veel siltide tüüpe, näiteks elektroonilised lamekuvarid, LED-neonvalgustid, vahttahvlid, elektroonilised infopunktid, interaktiivsed puutekraanid, täispuhutavad graafilised kujundid ja kokkukeritavad loosungid. Keelemaastiku selline defineerimine on aga üsna üldistav ja lihtsustatud, sest kuigi keelemaastik uurimisvaldkonnana keskendub tavaliselt siltide keelise kirjaliku informatsiooni analüüsile, võib sellele lisada ka muid multimodaalseid, semiootilisi, visuaalseid ja isegi suulisi elemente (Gorter, Cenoz 2017: 234). Selles uurimuses on lätatud Backhausi (2006: 66) definitsioonist ja määratletud silt kui kirjalik tekst, mida saab füüsiliselt ja ruumiliselt piiritleda. See tähendab, et silt võib olla nii väike kleeps lambipostil kui ka suur reklaamtahvel.

Keelemaastik on kõikjal: näeme silte tänavatel, poodides, pankades, koolides jne (Gorter, Cenoz 2017: 234), mistõttu saab silte nimetada tekstuaalseteks kaunistusteks, mis meid ümbritsevad, kui liigume läbi linnakeskkonna (Gorter 2013: 190). Peter Backhausi (2007: 55) järgi oleks linn ilma siltideta rohkem kui ebamugav – see oleks ebaintelligentne. See on tõsi, sest sildid võivad olla harivad, andes infot selle kohta, mis arutlusteemad on riigis päevakohased või mis repertuaar on teatrites. R. Landry ja R. Y. Bourhis (1997: 25–29) leiavadki, et territoriaalne keelemaastik täidab kaht põhilist funktsiooni: informatiivset ja sümboolset. Informatiivse funktsiooni eesmärk on edastada informatsiooni ja teavitada, sümboolse funktsiooni eesmärk on mõjutamine.

Jasone Cenoz ja Durk Gorteri (2008: 278–281) järgi on keelemaastik multimodaalne, sest kasutatakse erinevatest materjalidest objekte, näiteks reklaamtahvlid, kleepsud, plakatid, poodide vaateaknad või müügiautomaadid, millel kombineeritakse tekste, pilte, värve jne. Ron Scollon ja Suzanne Wong Scollon (2003: 135) on öelnud, et sildi materjal näitab selle kestvust. Kui teksti jaoks on kasutatud kalleid materjale või on tekst raiutud kivisse, näitab see sildi püsivust; kui sildid on aga justkui kihiti seinale lisatud, viitab see lühiajalisusele. Jan Blommaert (2016: 53) jagab sildid kolme kategooriasse: (1) permanentsed sildid (teesildid, poodide sildid, permanentsed reklaamsildid, maamärgid ja tähised, grafiti), (2) üritustega seotud sildid (postrid; poodide ajutised sildid, mis reklaamivad allahindlust või kindlaid tooteid; müügisildid ja väiksemad teadaanded, mis informeerivad näiteks aadressi muutusest) ja (3) nn müra, mis on juhuslikult keelemaastikule sattunud.

Peale keelemaastiku multimodaalsuse on keelemaastik ka mitmekeelne. Anastassia Zabrodskaia (2007: 6) järgi on tänav keelekontaktide loomulik koht ja see näitab, kuidas keeled ja tähestikud koos eksisteerivad ning on omavahel segatud. Keelemaastiku uurijad on defineerinud terminit „keelemaastik“ küll erinevalt, kuid kollektiivselt mõistetakse silte ruumis kui sotsiolingvistilist maastikku, sest siltide disainimine, tootmine, esitamine, pörkumine ja

interpreteerimine on loomupäraselt inimese taotlus. Sildid ei ilmu ega muutu ilma inimesteta. (Laitinen, Zabrodskaia 2015: 12) Järelikult teevad inimesed valiku, mis keeli ja miks neid keelemaastikul kasutatakse.

## 2. Mitmekeelne keelemaastik

Mitmekeelseid riike ja linnu on rohkem kui ükskeelseid ning riigid võivad omavahel erineda kultuuriliste, sotsiaal-majanduslike ja poliitiliste situatsioonide poolest, kuid keelemaastik mitmekeelsuse sümbolina on üheselt nähtav igal pool maailmas (Zabrodskaia 2007: 14).

Tänapäeval domineerivad sildid visuaalselt üha rohkem ja aina raskem on leida ükskeelseid silte, sest levinud on rahvusvahelised kaubamärgid ja tunnuslaused ning inglise keelt kasutatakse üha rohkem ka riikides, kus see ei ole emakeel (Gorter, Cenoz 2017: 234). Kaubanduse, turismi ja migratsiooni suurenemine on panustanud mitmekeelsuse tekkesse linnakeskkonna keelemaastikul (Bruyel-Olmedo, Juan-Garau 2009: 388). Gorter (2006: 83) nimetabki keelemaastikku (ingl *linguistic landscape*) pigem mitmekeelseks linnavaateks (ingl *multilingual cityscape*), sest sageli on siltidel kasutatud kaht või enam keelt. Tänu mitmekeelsusele ja keelekontaktidele on keelemaastiku uurimine eriti põnev, sest see kujutab tänapäeva mitmekeelset tegelikkust.

### 2.1. INGLISE KEELE ROLL KEELEMAASTIKUL

Kuna enamik keelemaastikul olevaid silte on mitmekeelsed, on oluline mõista eri keelte kasutamise funktsioone. Kuigi keelemaastik on mitmekeelne, domineerib keelemaastikul inglise keel. Inglise keel on muutunud ülemaailmseks keeleks ning selle rolli tunnustatakse paljudes riikides ja see keel on mõjuvõimas (Crystal 2013: 3, 7). Põhjused, miks just inglise keelest on saanud ülemaailmne suhtluskeel ja miks ta on selleks ka jäänud, on nii geograafilis-ajaloolised kui ka sotsiokultuurilised.

Inglise keel on levinud igale kontinendile ning enamiku inimeste majanduslik ja sotsiaalne heaolu sõltub sellest, sest inglise keel on sügavalt tunginud paljudesse valdkondadesse (nt poliitikasse, haridusse ja meediasse) ning mõne ala puhul on inglise keel täiesti asendamatu (nt arvutiteaduses). Sellepärast saabki inglise keelt nimetada globaalseks keeleks. (Crystal 2013: 29–30) 2012. aasta Eurobaromeetri (Special Eurobarometer 386) uuringu järgi on inglise keel kõige laialdasemalt kõneldud võõrkeel Euroopas ning samuti keel, mida enamik inimesi suudab kõnelda. Eestis on peale eesti keele kõige rohkem kasutatavad keeled, milles suudetakse suhelda, vene keel (56%), seejärel inglise keel (50%) ja soome keel (21%), mistõttu võiks eeldada, et keelemaastikul võivad olla enamjaolt esindatud just need keeled.

Luanga Kasanga (2010: 186–187) järgi on inglise keel kutsuvam just reklaamipsühholoogilistel põhjustel: „Inglise keel kõlab seksikamalt, lähedamalt ja palju atraktiivsemalt“ – sellest tuleb inglise keele kommertslik sümbolism, n-ö *power of English*. Rosenbaum (1977) nimetab inglise keele ülekaalukat esinemist snoobilikuks kõitvuseks (ingl *snob appeal*) (viidatud Gorter 2013: 192 järgi). Gorter (2013: 204) on öelnud, et kui mitmekeelne keelemaastik saaks muutuda ükskeelseks, oleks see ilmselt ingliskeelne, sest inglise keel on keel, mida inimesed lugeda eelistavad.

## 2.2. KEELELINE FETIŠ

Väga olulisel kohal on siltide välimus, eeskätt turunduses, sest visuaalne külg on muutunud tänapäeva tarbijakultuuris aina tähtsamaks. Inimesed tarbivad silmadega, mistõttu on visuaalsus ka üks kaubastamise (ingl *commodification*) vorme. Selleks et seletada mitmekeelsust kommertsaladel, on kasutusele võetud mõiste „keeleline fetiš“, mis on kohendatud versioon mitmekeelsusest, kus sildid ja siltidel kujutatu on läbi mõeldud. Keeleline fetiš tähendab keele kasutamist kommertstekstides sümbolisel, mitte praktilisel eesmärgil. Keelevalik tehakse tavaliselt tarbijatele ja nende assotsiatsioonidele

mõeldes. See, et pööratakse rohkem tähelepanu keele sümboolsele tähendusele, viib aga tähelepanu keelelt kui info edasikandjalt eemale, mis ei olegi esmatähtis. (Kelly-Holmes 2014: 135–140)

Helen Kelly-Holmes (2014: 141–148) jagab keelelise fetiši kolme kategooriasse: võõrkeelte, inglise keele ja vähemuskeelte kasutamine. Vähemuskeelte kasutamisega soovitakse rõhuda autentsusele, sümboolsusele ja kultuurile, millega soovitakse inimestele lähemale jõuda. Inglise keele kasutamine on seotud sellega, et inglise keel on globaalne, neutraalne, n-ö kõige ja kõigi keel, eri võõrkeelte kasutust saab samuti seostada tähelepanu püüdmisega.

Keelelise fetiši mõistel on samas ka negatiivne konnotatsioon. „Eesti keele seletava sõnaraamatu“ järgi on fetiš liialdatud austamise objekt või kultuslikult kummardatav ese, millele omistatakse üleloomulikku maagilist jõudu (EKSS 2009). Kelly-Holmesi sellise mõiste kasutamine viitab sellele, et turundamise eesmärgil liiga paljude keelte korraga kasutamine ei ole hea. Samas ei ole tema keelelise fetiši kategoriseerimine universaalne kõigi riikide jaoks, sest näiteks Eestis võib olla keeruline mõista, mida tähendab võõrkeel ja vähemuskeel (vt Verschik 2008: 25–47).

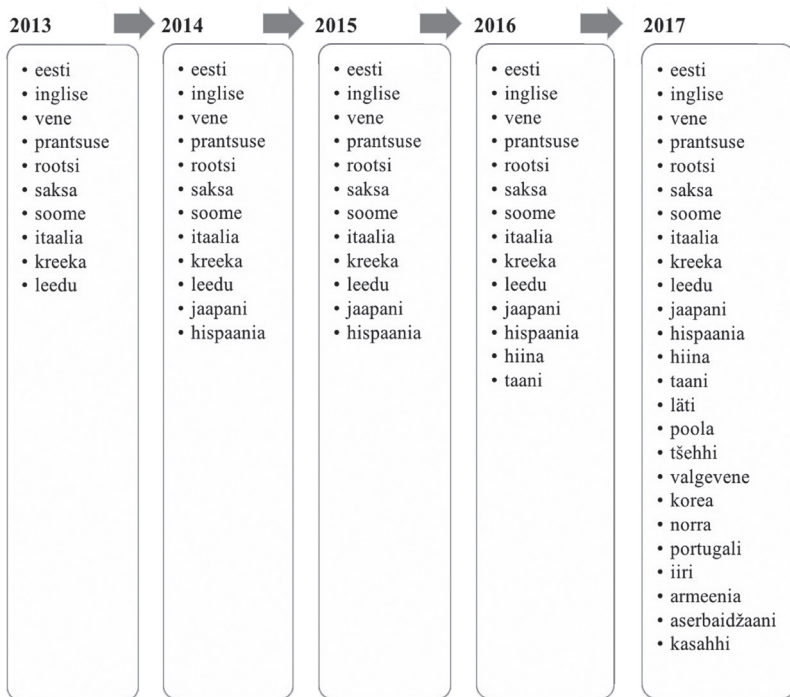
### 3. Tallinna vanalinna keelemaastik aastatel 2013–2017

Keelemaastiku uurimisel on keskendutud siltide keelelise kirjaliku informatsiooni analüüsile: on analüüsitud sõnu, fraase ja lauseid, löike, grammatikat, kirjovahemärke jne (Aava ja Salumäe 2013: 14), vaadeldud seda, kui multimodaalne ja mitmekeelne, informatiivne või sümboolne on Tallinna vanalinna keelemaastik.

Kirjalikke tekste liigitatakse seotud ja sidumata tekstideks. Seotud tekstid koosnevad tavaliselt lausetest, mis moodustavad löike. Lõigud moodustavad omakorda mahukamaid struktuure, nagu jaoitised, peatükid ja raamatud. Sidumata tekstid järgivad tihti maatriksi struktuuri, mille aluseks on erinevate loendite kombinatsioonid. (PISA 2009 raamdokument) Keelemaastik koosneb enamasti sidumata tekstidest, sest öelda tahetut väljendatakse konkreetset, lühidalt

ja arusaadavalt. Tallinna vanalinna keelemaastikul kogutud 3012 sildist on 98,2%-l kasutatud sidumata tarbetekste ehk fraase ja sõnu.

Tänu sellele, et Eesti on *de facto* mitmekeelne ja mitmekultuuriline riik, on Tallinna vanalinna suure läbikäidavusega keelemaastikul näha palju keeli. Kui võrrelda 2013. aastal siltidel kasutatud keelte arvu 2017. aasta tulemustega, siis on näha, et keelte arv on oluliselt suurenenud: vastavalt 10 ja 25 keelt. Eriti suur muudatus on aga toimunud 2016. ja 2017. aasta vahel, kui 2016. aastal kasutati 14 keelt, siis 2017. aastal juba 25. Joonis 1 annab ülevaate sellest, misuguseid keeli on aastate kaupa kasutatud.

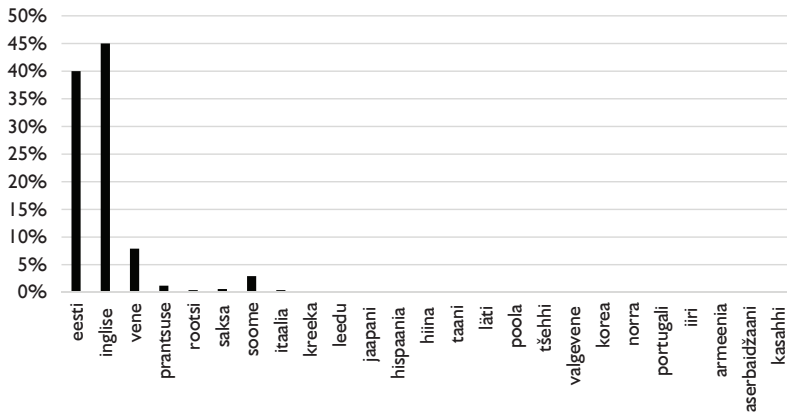


**Joonis 1.** Tallinna vanalinna siltidel kasutatud keeled aastatel 2013–2017

Joonis 2 annab ülevaate sellest, et kuigi Tallinna vanalinna keelemaastik on mitmekeelne, on põhiliselt kasutusel kaks keelt: eesti ja inglise keel. 45% siltidel on kasutatud inglise keelt ja 40% eesti keelt,



ülejäanud 15% siltidest on jagunenud 23 keele vahel, sellest kogumist 7,9% moodustab vene keel. Arvestades vene elanikkonna hulka Tallinnas ja seda, et venekeelsete siltide arv pole muutunud Venemaa turistide hulga muutumisega kooskõlas, võib arvata, et vene keele kaubastamist pole vähemalt Tallinna vanalinna keelemaastikul toimunud.



**Joonis 2.** Keele esinemissageduse protsent Tallinna vanalinna siltidel aastatel 2013–2017

Kui vaadata keelelise fetiši kategooriaid, on näha, kuidas saab neid kasutada ka Tallinna vanalinna keelemaastiku puhul. Hea näide võõrkeelte kasutusest on mitmekeelne silt (näide 1), kus on 23 keeles soovitud esitada sõna *kingitus*.

Sõna *Eschenk* kohta pole võimalik leida tõlget, mistõttu jääb mulje, nagu oleks see saksakeelne sõna *Geschenk* ja tegu on näpuveaga, kuid saksakeelne variant on sildil samuti esindatud. Selline silt tõmbab kohe tähelepanu, mis näitab, et reklaami eesmärk on täidetud, sest nagu Kelly-Holmes (2014: 139) rõhutab, kasutatakse fetiši puhul silti sümbolisel eesmärgil. Sellise sildiga on tähelepanu kindlasti saavutatud ja sisu ei olegi enam oluline, sest arvatavasti ei saa enamik inimesi aru kõikidest keeltest ning isegi ei oska nendes keeltes lugeda (Kelly-Holmes 2014: 135–140). Võimalik, et tähelepanu on tahetud võita ka sellega, et välimuselt näevad kõigi keelte

kirjastiilid välja erinevad ja see paistab silma. Kuna silt on pilkupiüdev, ei hakka inimesed tavaliselt pikalt analüüsima näiteks selle üle, kui korrektne on keelekasutus. Näitelt 1 on näha, kuidas eesti keel on asetatud keskele ning teised keeled selle ümber.



**Näide 1.** Pikk tänav, 27.12.17

Dovana – leedu keel	선물 – korea keel
Eschenk – *	Δῶρο – kreeka keel
Dāvana – läti keel	Lahja – soome keel
Regalo – itaalia keel / hispaania keel	Gave – norra keel / taani keel
Gift – inglise keel	Presente – portugali keel
ギフト – jaapani keel	Подарки – vene keel (mitmus)
Cadeau – prantsuse keel	Bronntanas – iiri keel
Prezent – poola keel	ᄡᆞᆯ – armeenia keel
Dárek – tšehhi keel	礼品 – hiina keel
Geschenk – saksa keel	Наdiyуə – aserbaidžaani keel
Kingitus – eesti keel	Сыйлык – kasahhi keel
Падарунак – valgevene keel	

Kasanga (2010: 181) järgi on maailmas brändide reklaamimisel kasutatud kõige rohkem inglise keelt, eriti kasutavad seda kohalike poodide omanikud, et paista haritumad ja modernsemad.



**Näide 2.** Pikk tänav, 27.12.17

Näitel 2 on antiigipoodi reklaamiv silt, millelt on näha, kuidas on kasutatud nii eesti kui ka inglise keelt: *ANTIIG SHOP* (antiigipood). Selle sildi puhul tekib küsimus, kuidas tehti keelevelik või polnud keelevelik hoopiski esmatähtis, vaid olulisem oli ruumikasutus. Kui oleks valitud inglise keel, oleks fraas olnud *antique shop*, mis ei oleks aga akendele tähtede arvu poolest ära mahtunud. Samuti, kui oleks valitud korrektne eestikeelne fraas *antiigipood*, ei oleks ka see akendele mahtunud. Tundub, et keelte poolest on tehtud kompromiss ja kasutatud kakskeelset reklaami.

Tallinna vanalinnas on reklaame, kus kasutatakse peale keelte ka pilte, mis on samuti atraktiivsed. Mõnikord võib selline reklaam olla palju kutsuvam kui mitmekeelne silt, sest on nähtud vaeva illustreerimisega ja see köidab möödakäijate tähelepanu (lume-hanges olevad loomad võivad näiteks meelitada külmal talvisel päeval kohvikut külastama).



**Näide 3.** Pikk tänav, 27.12.17

Sellel reklaamil (näide 3) on kasutatud nii pilti kui ka keelt. Pilt lõbusate loomadega lumehangede vahel kutsub eestikeelse sõnaga *Kohvi?* kohvile, mis jätab mulje, et kutsutakse kohvikusse külma käest sooja ja ilmselt pakutakse seal midagi ka maiasmokkadele. Selline silt sobib turundamiseks, sest inimesed näevad ka pilte. Veel on paremal all nurgas fraas *live happily*, kus viidatakse Illy kohvile. Firma on osavalt kasutanud ka ingliskeelset fraasi *live happily* (ela õnnelikult).

Järgmised kaks silti tõestavad seda, et inglise keelt peetakse tähtsaks. Allahindlust reklaamiv silt (näide 4) näitab, et allahindlusest teavitamisel eelistatakse kasutada inglise keelt. Sildile oleks võimalik lihtsalt kirjutada *50%* ilma ingliskeelse lisandita *UP TILL* (kuni).



**Näide 4.** Pikk tänav, 27.12.17



**Näide 5.** Vanaturu kael, 27.12.15

Tänavatoidu söögikoha reklaam (näide 5) annab ülevaate eesti ja inglise keele segunemisest: *TALLINNA PARIM STREETFOOD!* (Tallinna parim tänavatoid). Kasutatud on ingliskeelset sõna *streetfood*, kuigi inglise keeles kirjutatakse sõnad lahku *street food*. Ilmselt on seda kasutatud nagu eestikeelset sõna *tänavatoid*, mis kirjutatakse kokku. Ülejäänud info on edastatud ainult inglise keeles: *BEST STREETFOOD IN TOWN | EAT HERE OR TAKE AWAY* (Parim tänavatoid linnas | Sööge siin või võtke kaasa). Sellest võib järeldada, et see info on siiski mõeldud välituristidele, sest inglise keelt on kasutatud esimesena.

Saksa keele kasutamisel rõhutakse kultuurile, rahvusele ja autentsusele, sest šnitslit seostatakse tavaliselt Saksamaa ja Austriaga

(näide 6). Seega tekitatakse assotsiatsioon, et selles söögikohas pakutakse kindlasti šnitslit ja teisigi saksa- või austria-päraseid toite. Internetist otsides võib leida, et restoran pakubki just saksapäraseid roogi, ning sellest saab järeldada, et keele puhul on tehtud teadlik valik. Samuti on näha, kuidas reklaamtahvilil on põimunud inglise ja saksa keel.



**Näide 6.** Viru tänav, 27.12.16

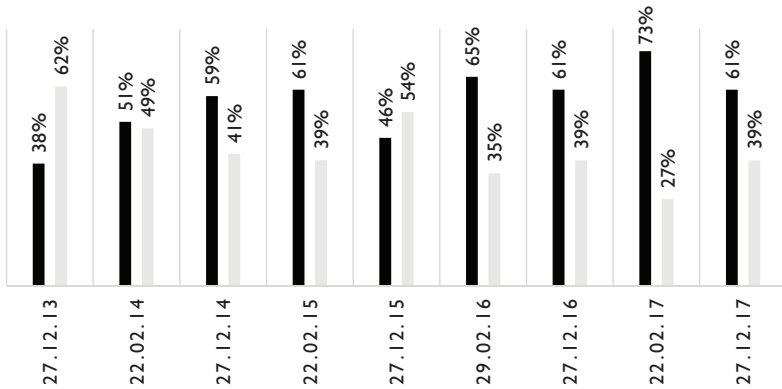
Kõik eelnevad näited annavad aimu sellest, et Tallinna vanalinnas on tegemist visuaalse mitmekeelse keelemaastikuga, kus keelel on sümboolne tähendus. Kelly-Holmes (2014: 148) viitab ka sellele, et visuaalse mitmekeelsuse suurenemine sõltub internetist ja selle levikust, kuid keelemaastiku puhul saab öelda, et selle areng sõltub tavaliselt üldisest tehnika arengust (vt Gorter 2013: 191). Nagu Gorter ja Cenoz (2017: 234) on leidnud, on keelemaastikul kasutatud enamasti mitmekeelseid silte, ja on näha, et väga tihti on võõrkeeleks inglise keel. Inglise keele suur levik on tihedalt seotud globaliseerumise ja sellega, et inimesed mõistavad tavaliselt just inglise keelt. Vähemuskeelte kasutamine mõjub sümboolselt ja tekitab inimestes positiivseid assotsiatsioone. Sama on ka näha siinse uurimismaterjali analüüsist.

### 3.1. KEELESEADUSE JÄRGIMINE TALLINNA SILTIDEL

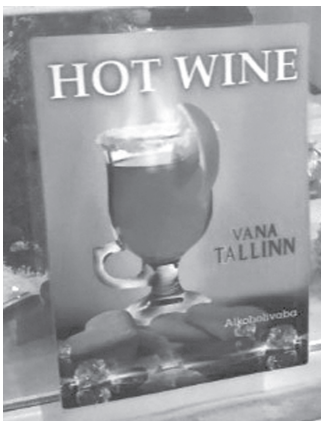
Kuna Tallinna vanalinna keelemaastik on mitmekeelne, võib tihti juhtuda, et sildid ei ole keeleseadusega kooskõlas. Keeleseaduse eesmärk on § 1 järgi „arendada, säilitada ja kaitsta eesti keelt ning tagada eesti keele kasutamine peamise suhtluskeelena kõikides avaliku elu valdkondades“. (RT I, 1) Samuti sätestab § 16, et „(1) avalikku kohta paigaldatud viidad, sildid, ettevõtte liiginimetus ja välireklaam, sealhulgas poliitilise agitatsiooni eesmärgil paigaldatud välireklaam, ning juriidilise isiku teadaanded peavad olema eestikeelsed. (2) Avalikku kohta paigaldatud viitadele, siltidele, ettevõtte liiginimetusel ja välireklaamile võib lisada teksti tõlke võõrkeelde, kusjuures eestikeelne tekst peab olema esikohal ega tohi olla halvemini vaadeldav kui võõrkeelne tekst. (3) Kaubamärgi kasutamisel isiku tegevuskoha tähisena või välireklaamis tuleb kaubamärgi võõrkeelne osa, mis sisaldab olulist teavet tegevuskoha, pakutava kauba või teenuse kohta, esitada ka eestikeelsena, kahjustamata seejuures kaubamärgi eristusvõimet ja kohaldamata käesoleva paragrahvi lõiget 2. Nimetatud teabe võib esitada ka tegevuskoha sissepääsu juures.“ (RT IV, 16)

Kogu uurimisperioodi ehk aastate 2013–2017 jooksul Tallinna vanalinnas vaadeldud siltidest on keeleseadusega kooskõlas 61,5% ja vastuolus 39,5%. Joonis 3 annab ülevaate pildistamiskordade võrdlusest. Must tähistab kooskõla ja hall vastuolu keeleseadusega.

Kui võrrelda aastate jooksul toimunud muutusi, on näha, et üldjoontes on siltide vastavus keeleseadusele paranenud. Võrreldes 2013. aasta detsembri ja 2017. aasta detsembri siltidel olevat keelekasutust, on näha, et detsembris 2017 on 23,1% silte rohkem keeleseadusega kooskõlas. Üldistavalt saab öelda, et enamasti tekivad vastuolud keeleseadusega jõulude ajal (välja arvatud aastal 2015), sest siis pannakse akendele ajutisi silte, mis reklaamivad jõulutooteid (näited 7 ja 8). Reklaamsildid (näited 7, 8) reklaamivad hõögveini jõuluturu ajal. Näitel 7 on kasutatud ainult inglise keelt fraasiga *HOT WINE*. Näide 8 reklaamib hõögveini soome keeles *VÄKEVA GLÖGI* (tugev glögi/hõögvein).



**Joonis 3.** Tallinna vanalinnas siltide keelekasutuse vastavus keeleseadusele



**Näide 7.** Raekoja plats, 27.12.16



**Näide 8.** Raekoja plats, 27.12.16

Tihti tuleb ette silte, kus eesti keelt on küll kasutatud, aga see jääb teisele kohale (näide 9). On ka olukordi, kus eesti keelt ei ole üldse kasutatud, nagu sõna *Open* näites 10. Sildil on kasutatud inglise, soome, hiina ja vene keelt. Nendest näidetest on näha, kuidas inglise keel on võtnud keelte hulgas juhtpositsiooni.





Tartu Uue Teatri etendus „PURE MIND“ (näide 11) on kahemõtteline fraas. Välituristidele tähendab silt arvatavasti ‘puhast mõistust’, kuna nemad mõistaksid ingliskeelset varianti ega oskaks arvatagi, et fraasil PURE MIND on teine tähendus.

Etendus „ARM“ (näide 12) võib samuti olla nii eesti- kui ka ingliskeelne. „Eesti keele seletav sõnaraamat“ (EKSS 2009) annab järgmised tähendused: ‘paranenud koekahjustuse (tavaliselt haava) jälg’; ‘(üleolev) heatahtlikkus, armulikkus; soosing’; ‘karistuse kergendus v. tühistus; andeksand, halastus’; ‘armastus, a. kiindumus, b. armastatu, kallim’. Kui seda reklaami vaatab üksnes inglise keelt kõnelev inimene, mõtleb ta ilmselt ainult ühele tähendusele ‘käsi’, mida soodustab reklaamil olev pilt (kuigi sõnal on inglise keeles veel tähendusi).

Keelemaastikult võib lisaks leida provokatiivseid reklaame (näide 13). Sildil on sulatatud juust Merevaik, kuid tegu võib samuti olla kahemõttelise keelemänguga: a) kas protesteeritakse merevaigust tehtud ehete vastu, mida müüakse rohkesti Tallinna vanalinnas, või b) reklaamitakse väljakutsuvalt sulatatud juustu Merevaik.



**Näide 13.** Pikk tänav, 27.12.13

Sildil on info üpris kavalalt peidetud. Põhiinfo on kirjutatud eesti keeles: *Ettevaatust! SÖÖME VANALINNAST MEREVAIGU VÄLJA*. Väiksemas kirjas on trükitähtedega lisatud ingliskeelne info: *KICK*

*THE AMBER OUT OF OLD TOWN* (lööme merevaigu vanalinnast välja), mis on üsna idioomaatiline.

Turistidele võib see reklaam selgusetuks jääda, sest nad ei pruugi Merevaigu sulatatud juustust midagi teada, kuigi seda illustreerib pilt, et tegu on toiduaine ehk juustuga, mida määratakse leiva või saia peale. Samuti nad ei tea, et merevaik on inglise keeles *amber*, seega jääb sõnamäng kättesaamatuks. Merevaigust ehted on aga turistidele paremini teada, sest terve Tallinna vanalinn on väike-seid poekesi täis. Seetõttu võib oletada, et turistid mõistavad seda reklaami nii, et vanalinnast tahetakse välja lüüa poed, mis müüvad merevaigust ehteid.

#### 4. Uurimistulemused ja järeldused

Uurimistulemused näitavad, et Tallinna vanalinna keelemaastikul on enamasti kasutatud sidumata tarbetekste – sõnu ja fraase, mis on enamasti sümboolsed, kuid leidub ka informatiivseid silte.

Tallinna vanalinna puhul ei pidanud kõik hüpoteesid paika, sest 1) vene keele kasutamine ei suurenenud, kuigi turismiinfo andmetel suurenes Venemaa turistide külastatavus iga aastaga kuni 2013. aastani; 2) vene keele kasutamine ei vähenenud, kuigi turismiinfo andmetel vähenes Venemaa turistide hulk Eestisse 2014. aasta detsembris. Vene keele kasutamine on olnud enam-vähem võrdne kogu uurimisperioodi (detsember 2013 – detsember 2017) jooksul. Paika pidas kolmas hüpotees, sest jaapani ja hiina keele kasutus sellel perioodil suurenes. Alates 2014. aasta detsembrist tuli siltidel kasutusele jaapani keel ja 2016. aasta veebruarist ka hiina keel.

Stabiilselt kasutati uurimisperioodil eesti keele kõrval kõige rohkem inglise keelt, mis on tänapäeval kujunenud *lingua franca*'ks – see asjaolu leiab tõestust Tallinna vanalinna keelemaastikul (vt joonis 2). Sellest saab järeldada, et kuigi Tallinna vanalinna keelemaastik on mitmekeelne, on see enamjaolt siiski kakskeelne, kuna kasutatakse inglise keelt, mis on muutunud ka globaalseks suhtluskeeleks (vt Kasanga 2010 ja Ruzaitė 2017). Inglise keelt kasutatakse

kosmopoliitsuse rõhutamiseks, mistõttu jääb eesti keel sageli teisele kohale (vt Bolton 2012).

Tallinna vanalinn on turismiobjekt, kus enamik pakutud teenuseid on mõeldud välismaalastele ja/või välisturistidele. On võimalik tõdeda, et eesti keele kasutamine ei ole sageli esmatähtis – see tähendab, et eesti keel on tavaliselt sildil tähtsusetult teisel kohal, sest esimesel kohal on inglise keel. Inglise keele liigne kasutus läheb aga vastuollu keeleseadusega, mille eesmärk on eesti keelt kaitsta ja säilitada.

Inglise keele liiga sagedane kasutamine võib viia eesti keele järkjärgulise hääbumiseni siltidel, nii nagu on juhtunud vähemuskeeltega paljudes kohtades (vt Gorter jt 2012). Vähemuskeeli ei ole keelemaastikul enam võimalik palju leida, sest keelemaastiku põhiliseks keeleks on kujunenud inglise keel.

## Kokkuvõte

Uurimus on esimene ja esmane sissevaade Eesti keelemaastiku temaatikasse ja seega võib väita, et Eesti ei ole keelemaastike üldisest uurimisest enam päris kõrvale jäänud. Uurimus on empiirilise keeleainese kogu, mis põhineb Tallinna vanalinna mitmekeelsete avalike siltide funktsioonide ja keelsuse kirjeldusel.

2013.–2017. aastani vaadeldud Tallinna vanalinna sildid olid valdavalt sidumata tekstid, enamasti sümboolse funktsiooniga ning pea pooled neist olid ingliskeelsed, mis ei ole hea, sest inglise keele liiga sage kasutamine võib viia eesti keele järkjärgulise hääbumiseni siltidel, mistõttu tuleks pöörata rohkem tähelepanu sellele, missugune on meie keelemaastik. Tehtud uurimusest selgus, et keeleseadusega on kooskõlas 61,5% ja vastuolus 39,5% kogu uurimuse vältel kogutud siltidest, ning on näha, et aastate jooksul on sildid läinud keeleseadusega aina vähem vastuollu.

Tehtud uuringu võimalike edasiarendutena näeb siinkirjutaja vanalinnas olevate siltide autorite või kaupluste omanike intervjuerimist, et saada teada, mis konkreetset ajendab kasutama võõrkeelt

ning miks ei kooskõlastata silte keeleseadusega. Peale selle võib uurida, kuidas mõjuvad sildid keelemaastiku tarbijatele, et saada teada, mida näevad nemad siltidel ja kuidas silte mõistavad ning kas kasutatud keelte valik on nende jaoks oluline.

#### VIIDATUD KIRJANDUS

- Aava, Katrin; Ülle Salumäe 2013. Meedia ja mõjutamine. Tallinn: Künnimees.
- Backhaus, Peter 2007. Linguistic Landscapes. A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo. Clevedon: Multilingual Matters Ltd.
- Blommaert, Jan 2016. Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes. – *Critical Language and Literacy Studies*, IX–53.
- Bolton, Kingsley 2012. World Englishes and linguistic landscapes. – *World Englishes* 31: 1, 30–33.
- Bruyel-Olmedo, Antonio; Maria Juan-Garau 2009. English as a lingua franca in the linguistic landscape of the multilingual resort of S'Arenal in Mallorca. *International Journal of Multilingualism*. 6: 4, 386–411.
- Crystal, David 2003. English as a global language. New York: Cambridge University Press 2, 3–30.
- Eesti ja Euroopa turism 2013. Turismi arengu ülevaated. Puhka Eestis. <https://www.puhkaeestis.ee/et/uuringud-ja-ulevaated/turismi-arengu-ulevaated> (31.03.2017).
- Eesti ja Euroopa turism 2014. Turismi arengu ülevaated. Puhka Eestis. <https://www.puhkaeestis.ee/et/uuringud-ja-ulevaated/turismi-arengu-ulevaated> (31.03.2017).
- Eesti ja Euroopa turism 2015. Turismi arengu ülevaated. Puhka Eestis. <https://www.puhkaeestis.ee/et/uuringud-ja-ulevaated/turismi-arengu-ulevaated> (31.03.2017).
- Eesti ja Euroopa turism 2016. Turismi arengu ülevaated. Puhka Eestis. <https://www.puhkaeestis.ee/et/uuringud-ja-ulevaated/turismi-arengu-ulevaated> (31.03.2017).
- Eesti ja Euroopa turism 2017. Turismi arengu ülevaated. Puhka Eestis. <https://www.puhkaeestis.ee/et/uuringud-ja-ulevaated/turismi-arengu-ulevaated> (08.04.2018).

- Eesti ja Euroopa turism 2013. Turismi arengu ülevaated. Puhka Eestis. <https://www.puhkaeestis.ee/et/uuringud-ja-ulevaated/turismi-arengu-ulevaated> (08.04.2018).
- EKSS 2009 = Eesti keele seletav sõnaraamat. Toimetanud Margit Langemets, Mai Tiits, Tiia Valdre, Leidi Veskis, Ülle Viks, Piret Voll. Tallinn: Eesti Keele Sihtasutus.
- Gorter, Durk 2006. Linguistic Landscape: A new approach to multilingualism. – *Multilingual Matters*, 81–89.
- Gorter, Durk; Heiko F. Marten, Luk Van Mensel (Ed.) 2012. *Minority Languages in the Linguistic Landscape* (Palgrave Studies in Minority Languages and Communities). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Gorter, Durk 2013. *Annual Review of Applied Linguistics*. Cambridge University Press 33, 190–212.
- Gorter, Durk; Jasone Cenoz 2017. Linguistic Landscape and Multilingualism. *Language Awareness and Multilingualism*. 3, 233–245.
- Kasanga, Luanga A 2010. Streetwise English and French advertising in multilingual DR Congo: symbolism, modernity, and cosmopolitan identity. – *International Journal of the Sociology of Language* 206, 181–205.
- Keeleseadus. RT I osa, nr 1, art 22. <https://www.riigiteataja.ee/akt/KeeleS> (01.08.2018).
- Kelly-Holmes, Helen 2014. Linguistic fetish: The sociolinguistics of visual multilingualism. – *Visual Communication*, 135–151.
- Landry, Rodrigue; Richard Y. Bourhis 1997. Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study. – *Journal on Language and Social Psychology* 16: 1, 25–29.
- Laitinen, Mikko; Anastassia Zabrodskaja 2015. Dimensions and dynamics of sociolinguistic landscapes in Europe. – Mikko Laitinen, Anastassia Zabrodskaja (Ed.). *Dimensions of Sociolinguistic Landscapes in Europe: Materials and Methodological Solutions*. Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien: Peter Lang Europäischer Verlag der Wissenschaften, 11–25.
- PISA 2009 raamdokument. Lugemisoskus. Riiklik Eksami- ja Kvalifikatsioonikeskus. [https://www.innove.ee/UserFiles/Uuringud/PISA/PISA%202009/Lugemisoskus\\_\\_PISA\\_2009\\_\\_Raamdokument.pdf](https://www.innove.ee/UserFiles/Uuringud/PISA/PISA%202009/Lugemisoskus__PISA_2009__Raamdokument.pdf) (24.05.2017).

- Ruzaitė, Jūratė 2017. The linguistic landscape of tourism: Multilingual signs in Lithuanian and Polish resorts. – Eesti ja soome-ugri keeleteaduse ajakiri. *Journal of Estonian and Finno-Ugric Linguistics*, 197–220.
- Scollon, Ron; Suzanne Wong Scollon 2003. *Discourses in Place: Language in the Material World*. London and New York: Routledge.
- Special Eurobarometer 386. [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_386\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_386_en.pdf) (17.04.2015).
- Verschik, Anna 2008. *Emerging Bilingual Speech: From Monolingualism to Code-Copying*. London: Continuum Publishers, 25–47.
- Zabrodskaja, Anastassia 2007. Keel meie ümber ehk mida võib Eesti keelemaastik pakkuda sotsiolingvistile. – *Oma Keel* 2, 6–14.

## SUMMARY

### THE LINGUISTIC LANDSCAPE OF TALLINN OLD TOWN 2013–2017

According to Landry and Bourhis (1997: 24), who authored the first studies in the field of linguistic landscape, the public signage of a given territory, region or urban agglomeration constitutes its linguistic landscape.

The linguistic landscape of Estonia has to date only received some minor attention; this paper is, therefore, a well-needed contribution to the relevant literature, for which the present author collected valuable empirical language materials of the public signage of Tallinn Old Town so that Estonia would not be excluded from international discussions about linguistic landscapes.

The study had three hypotheses: 1) that during the Christmas season the usage of Russian-language signage in Tallinn Old Town is greater than at other periods of the year; 2) that the increasing tensions between Russia and the European Union, and consequent fall in the number of tourists from Russia, led to a decrease in Russian-language signage during the period; and 3) Chinese and Japanese-language signage grew during the period due to the steadily increasing tourism from Asia.

The study utilised both quantitative and qualitative methods. The quantitative aspect provides a numeric overview of the result of the ethnographic field work, while the qualitative aspect analyses the different languages used on the signs. The field work occurred over nine occasions in nine streets of Tallinn Old Town.

In the case of Tallinn Old Town, the author's first two hypotheses were rejected, because the overall usage of the Russian language on street signs was found to remain constant during the period December 2013 to March 2017 (i.e. no difference between Christmas and non-Christmas periods). The third hypothesis was proven correct as

the first use of Japanese occurred in 2014 and the first use of Chinese occurred in 2016.

The research results reveal that the linguistic landscape in Tallinn Old Town is multilingual, multimodal and also symbolic. The most commonly-used language is English, and it is the belief of the present author that excessive use of English may lead to the disappearance of Estonian language on signage in the Old Town (Gorter et al. 2012).

**Keywords:** sociolinguistics, signage, diachronical research, multilingualism, language fetish, language law