

Kuidas lugeda kaaneteksti?

Algupäraste proosaraamatute kaanetekstide analüüs

ANDRUS ORG, RIINA REINSALU

Lugeja tutvus paberraamatuga algab tavapäraselt selle puudutamisest ja sirvimisest, samal ajal ka kaantele trükitud teabe silmamisest. Raamat – ühtaegu nii intellektuaalne omand kui ka kultuuriline artefakt – köidab esiti tähelepanu oma välise kesta ehk kaanekujunduse ja -tekstiga. Kuigi raamatuga suhtlemise esmane kanal on visuaalne, muutub teksti lugemine lähemal tutvusel möödapääsmatuks. Kaanetekst kui raamatu esi-, taga- või sisekaanele paigutatud lühitutvustus on just selline žanr, mis vahendab potentsiaalsele lugejale valikulist teavet trükise omaduste kohta. Sealjuures on oluline raamatukaanele trükitud teksti koostamise strateegia, mis võimaldab olulist teavet ebaolulisest eristada, ühtlasi kinnistada ühed tähendused ja jätta kõrvale teised.

Enamasti rõhutab kaanetekst raamatu suhtluseesmärki, kuid hõlmab ka retseptiooni (Gea-Valor, Ros 2009: 201), mis on raamatu ilmumise puhuks tellitud. Oma minimalistliku intensiivsusega vahendab see eri tüüpi teavet (Kraavi 2020): autori nime, teose pealkirja, selle lühitutvustust, tsitaate kriitikultelt, viiteid autori eluloole ja muule loomingule jne. Kokkuvõttes võimaldab see info potentsiaalsel lugejal teha teadliku, kuid mõnikord ka spontaanse otsuse trükis osta või laenutada. Kuigi raamatut tutvustav kaanetekst on sisult nõudlik kirjanduslik väikevorm, püüab see oma väljenduslaadilt olla sisendusjõuline, mõnikord isegi pealetükkiv, põlgamata verbaalset liialdamistki. Samas on kaanetekst midagi rohkemat kui varjamatu tasustatud heakskiit või autoriteetne soovitus – see esindab sügavamat arusaamist nii kultuuriväärtustest kui ka lugeja hoiakutest (Basturkmen 2009: 68). Kaanetekst, mis võib vahendada nii kultuuri- kui ka kirjanduskriitilisi taotlusi, otsib ühtlasi kontakti lugejaga, kes soovib tajuda seost iseenda ja raamatu väärtuste vahel ning mõista, mil viisil teos tema huve toetab ja vajadusi rahuldab. Praktiliste kaalutluste kõrval tuleb kaanetekstide kirjutamises näha tõsiselt võetavat kunsti. Omaette tähenduslik on olukord, kus raamatu sisu tutvustav kaanetekst puudub: see võib viidata trükise kaheldavale väärtusele, soovile mõjuda salapäraselt või aktiveerida lugeja uudishimu, kuid see võib tähistada ka kirjastaja või toimetaja tegemata tööd.

Gérard Genette'i (1997) järgi kuulub kaanetekst kui üks paljudest marginaalsetest tekstiüksustest paratekstide kategooriasse. Paratekstuaalsus hõlmab raamatuks kujundatud trükise peritekste (autori nimi, raamatu pealkiri, ees- ja järelsõna, moto, pühendus, allmärkused, mõistesuletused, kaanetekst jm) ja sellest väljapoole jäävaid epitekste (autori selgitavad sõnavõtted ja pöördumised, tema kirjad ja päevikud, intervjuud autoriga, teose arvustused, raamatutreiler jm), peale selle raamatu kujundus- ja pildielemente (formaad, küljendus, tüpograafia, illustratsioonid jm). Kõik need põhiteksti kaunistused täidavad lugeja vaatevälja, võimaldades asjakohast

vastuvõttu ja sujuvat lugemist. Lähtudes prefiksi *para-* etümoloogiast (s.o miski, mis on samal ajal nii siin- kui ka sealpool piiri), võib parateksti mõista omalaadse siirdealana teose ja konteksti, aga ka teose ja vastuvõtja vahel. Kaanetekst kui paratekstuaalne siirde nähtus on seega vaadeldav metatekstina, mis ühendab põhiteksti tutvustavad asjaolud tekstivälise seikadega.

Siinne uurimus tegeleb laiemas plaanis raamatukultuuriga, täpsemalt ilukirjanduslike väljaannete levitamise ja tarbimise asjaolude väljaselgitamisega, kuid puudutab otsapidi ka kirjanduskultuuri, kus kohtuvad ilukirjandus ja metakirjandus. Artikli eesmärk on kaanetekstide struktuuri- ja keeleanalüüsi kaudu välja selgitada mõjutusvõtted, mille kaudu püütakse tekitada huvi eesti algupäraste proosaraamatute vastu. Kesksed uurimisküsimused on seega seotud kaanetekstide ülesehituse, väljenduslaadi ja tähendusega: 1) milline on kodumaiste proosaraamatute kaanetekstide retooriline struktuur, 2) milliseid leksikaalseid ja grammatilisi võtteid kasutatakse suhtluseesmärkide saavutamiseks, 3) milliseid kirjandus- ja kultuurikriitilisi hoiakuid kaanetekstid väljendavad?

Uurimuse uudsus seisneb selles, et eestikeelsete ilukirjandusteoste kaanetekste pole varem süsteemselt analüüsitud, kuigi Janek Kraavi on seda žanri tutvustanud Sirbi „Post-sõnastiku” sarjas ilmunud essees (2020), millest on sellesama ajalehe juures omakorda välja kasvanud raamatute mikroarvustuste sari „Kaanetekst”. Loode-tavasti viib järgnev kaanetekstide mitmetasandiline žanrianalüüs proosaraamatu kui objekti (toote) kriitilise määratlemiseni.

1. Teadetetulbast veebireklaamini

Vajaduses pakkuda raamatute kohta teavet ja leida neile lugejaid pole midagi uut. Kui varasematel aegadel levitati teavet trükiste kohta peamiselt avaliku ettelugemise või teadetetulbale jäetud kuulutuse kaudu, siis ajapikku raamatute tutvustamise võimalused avardusid. Nii kujunes XIX sajandil Euroopas tava avaldada ajalehtedes raamatute kohta kiitvaid hinnanguid, mis olid tihti tellitud teistelt autoritelt (Levinovits 2012). Kaanetekstide täpsema sünnihetke võib seostada Ameerika humoristi ja illustraatori Gelett Burgess 1907. aastal ilmunud koomiksiraamatuga „Are You a Bromide?”, mille tagakaanel kujutas autor Belinda Blurbi nimelist preilit, kes käsi torujalt suu ees, näis lugejatele midagi hüüdvat (Trachtenberg 2003). Järgnevalt levis *blurb* kui verbaalne žanr paljude trükiste tagakaanele, tähistades „lühikest avalikku teadet”, milles „kirjastaja hääl” vahendab „külluslikku kiitust” (Douglas 2001: 806). Saksamaal levitati enne Esimest maailmasõda raamatuid nn raamatuautomaatides, mistõttu lisati tutvustav lisatekst teoste esikaanele (vt Bücherautomat...). Kaanetekstide kirjutamise suuremat puhangut, mida soosisid aina paremad trükitehnilised võimalused ja mida kannustasid üha ambitsioonikamad ärihuvid, võib seostada ilukirjanduse odavate massitrükiste levikuga 1930-ndatel ja Teise maailmasõja järel (Davis 1994: 245).

Tasapisi juurdunud tava lisada trükise tagakaanele olulist teavet vormis raamatust toote, st laiatarbekauba, kuid tekitas mitmel pool Euroopas ka tuliseid vaidlusi.

Nii leiti 1960-ndate alguses Prantsusmaal, et kaanetekstid desakraliseerivad raamatu olemust, lihtsustavad, madaldavad ja labastavad selle sisu, mistõttu lugemisnaudingu nimel ei pea enam pingutama. Sellele vastukaaluks levis seisukoht, et kaanetekstid esindavad hoopis kultuurilist demokraatiseerumist, sest laialdasem ligipääs raamatutele tähendas, et teadmiste vahendamine ja kultuuri tarbimine ei ole enam haridusasutuste ega eliidi privileeg. Kuna raamatuid trükiti suurema käibe eesmärgil odavas formaadis, sai lugemisest inimeste argikäitumise osa, suisa banaalne ajaviide. (Pickford 2007: 88–90) Ka nõukogude ajal muutus raamat suurte tiraažide tõttu laiatarbekaubaks. Tol perioodil eestikeelsetele ilukirjandusväljaannetele kaanetekste ei kirjutatud, kuid sageli asendas seda lühike, kuni sajasõnaline väikeses kirjas annotatsioon raamatu viimasel leheküljel koos impressumiga.

Kaaneteksti esialgne eesmärk pakkuda lugejale teavet raamatu kohta on enesestmõistetavalt moodsa kirjastamise osa. Trükitud kaanetekstidega paralleelselt vahendavad tänapäeval raamatute kohta infot kirjastuste või poekettide veebilehed, kus digitaalselt kuvatud *online*-tutvustused meelitavad lugejaid ostma nii paber- kui ka digiraamatuid. Traditsioonilise pabertrüki kõrval toimib veeb kui piiramatu ja paindlik reklaamikeskkond, kus raamatute turustamist soodustab teabe mitte-lineaarne esitusviis, osapoolte interaktiivne suhtlus ja e-tellimise võimalus. Erinevalt paberväljaannetest pakutakse veebilehtedel tavalugejatele võimalust ise raamatututvustust kirjutada: lisada kommentaare, vahendada lugemismuljeid või anda tärne, et trükiseid sel viisil hinnata ja reastada. Sellist demokraatlikku sekkumist ei saa mõistagi pidada kaaneteksti osaks, vaid tegu on juba retseptisiooniga, kaasaegse kriitika dünaamilise protsessiga. Internetis raamatut saatvate tutvustuste paljuhäälsus aitab vähemasti näiliselt hoida objektiivsuse fooni, kuna hõlmab eri perspektiive: alates ekspertidest, nagu kirjastaja, toimetaja või kriitik, kuni asjahuvilisteni, nagu tavalugeja või juhulaikija. Veebipõhise turustamise mõjul on raamatututvustustest kujunenud varieeruv ja hübriidne žanr, mis tõendab, et raamat pole oma kõite vang, vaid digitaalsesse keskkonda lõimunud nähtus.

2. Kaanetekst kui reklaamtekst

Kuigi kaanetekst täidab informatiivset rolli, kirjeldades peamiselt raamatu sisu, on see funktsioon teisejärguline võrreldes eesmärgiga potentsiaalset lugejat veenda ja mõjutada (Gea-Valor 2005: 43). Seega on põhjendatud defineerida kaaneteksti kahel viisil: see on nii teadaanne (infotekst) kui ka müügikuulutus (reklaamtekst). Kaanele kirjutatud raamatusoovitusest on kujunenud kokkuvõtvalt ja -surutult sõnastatud müügitekst, kus jagatakse tunnustust ja ülevoolavat kiitust. Puhuti võib kommertslik ambitsioon ületada raamatu tegeliku (kirjandusliku) väärtuse: sel juhul on tegu ülespuhutud reklaamiga, mille lõksu püütakse võhiklikke ja lihtsameelseid lugejaid. Ent ennekõike aitab raamatu turustamisele kaasa kirjastaja vankumatu usk oma toodangu edusse ning lugejaskonna usaldus leidlike reklaamisõnumite vastu. Reputatsioonipõhise süsteemina toodab trükitööstus kaanetekste kui oma toodangu meta-reklaame (Cronin, La Barre 2005: 18).

Raamatute reklaamimine on tänapäeval üha tähtsam müügistrateegia: seda võib vaadelda representeerimise ja interpreteerimise vormina, mis hõlmab nii trükiste tootmist, levitamist kui ka vastuvõttu (Squires 2007: 3). Raamat kui materiaalse kultuuri artefakt asetatakse turunduse käigus institutsioonide ja protsesside väljale, mille kaudu see lülitatakse tarbimisse. Ka kaanetekstidesse põimitakse ohtrasti reklaamielemente (Kerge 2016: 3), mille peaesmärk on võimalikku lugejat veenda, tema tähelepanu püüda, temas huvi tekitada ja lugemiskirge õhutada. Kuigi reklaami tõhusaks toimimiseks on vajalik ka teavitamine, kinnitavad uuringud, et just sisendusjõuline veenmine on reklaami kõrgeim siht. Reklaamidiskursus näib rõhutatavat informatiivsust, et varjata tugevat veenmistaotlust (Gea-Valor 2005: 43).

Kaanetekst kujundab seega raamatu ja lugeja dialoogi, ent paneb raamatu peamistele omadustele viidates ühtlasi aluse selle retseptisioonile. Eeldatavale sihtrühmale on oluline, et kaanetekst vahendaks selgeid arusaamu ja hoiakuid, pakuks emotsionaalset kaasaelamist ja intellektuaalset äratundmist. Võib eeldada, et kaaneteksti reklaamielemendid toimivad tõhusamalt just siis, kui tuuakse esile raamatu tähendus konkreetsele sihtrühmale (Önder 2013: 189).

Moodne reklaamitööstus otsib tavapärasele kaanetekstile alternatiive, et veelgi kiiremini eeldatava sihtrühmani jõuda. Praegusel sajandil on uudse intermediaalse žanrina esile kerkinud raamatutreiler, mis tegeleb (ilukirjanduslike) tekstide audio-visuaalse reklaamimisega. Raamatutreiler on trükise müügikampaanias hübriidne meede, mis peab täitma alusteksti tõlgendamise rolli, kuid olema ka tähendusrikas kunstilise teostuse poolest. Nii nagu kaaneteksti puhul, tuuakse raamatutreileriski vihjamisi esile alusteksti tunnusjooned – temaatika, sündmustik ja tegelased –, kuid erinevalt kaanetekstist pakub treiler konkreetseid rõhuasetusi ning tekitab alusteksti suhtes suunatud ootusi (Grøn 2014: 92). Kodumaises raamatuturunduses on reklaamvideoklipini jõudnud vaid üksikud romaanid, nende hulgas Margus Karu „Nullpunkt” (2010) ja Kristi Piiperi „Tõde või tegu” (I osa, 2015).

3. Kaanetekst kui žanritekst

Keeleteaduses on kaaneteksti käsitletud žanrina (Basturkmen 2009: 69), mille suhtluseesmärk peegeldub mitmes asjaomases žanrijoones. Žanri võib siinkohal määratleda keeleliselt tavakohastatud, retooriliselt universaalse ja kogukondlikult jagatud diskursiivse nähtusena, millel on kindel eesmärk (Bhatia 2004: 179). Kuna mis tahes žanris sisaldub kultuuriline eripära, võib kaanetekstides täheldada tundlikkust sotsiaal-kultuuriliste tingimuste ja piirangute suhtes, mis omakorda sõltuvad pragmaatilistest hoiakutest ja eriomases kontekstist (Kathpalia 1997: 417). Kaanetekst kui raamatututvustus täidab kõik tingimused, et toimida žanrina (Gea-Valor 2005: 51–52): sel on žanripsetsiifiline struktuur ja sisu, mida edastatakse kontekstuaalselt määratud keelevalikute kaudu. Raamatute kaanetekstid moodustavad omaette žanriregistri, mis toimib kui ainulaadne kultuurifenomen üha kiiremini kasvava raamatuturunduse kontekstis (Qasim jt 2017: 18). Koos mitmete teiste tekstidega, nagu äri-, soovitus- ja motivatsioonikiri, aga ka töökuulutus ja pressiteade, kuulub

kaanetekst laiemasse tarbetekstide žanriruumi, ent lähedased sellele on ka mitmesugused trükireklaamid.

Ingliseelses teadusruumis on kaanetekste uuritud peamiselt žanrianalüüsi (ingl *genre analysis*) meetodil, mis võimaldab vaadelda tekstide eri aspekte, näiteks suhtlusfunktsiooni (nt Bhatia 2004), süntaktilist ja retoorilist struktuuri (nt Marčionienė 2006; Önder 2013), leksikaalseid vahendeid (nt Gea-Valor 2005; Cacchiani 2007) ja temaatilisi erijooni (nt Cronin, La Barre 2005). Mõnel juhul on lähenetud kaanetekstide mahukale korpusele mitmetasandiliselt (nt Qasim jt 2017), tuues esile keeleliste tunnuste kaudu väljenduvaid suhtlusfunktsioone ja tuvastades nendega kaasnevaid spetsiifilisi mudeleid. Valdavalt on raamatute kaanetekste analüüsitud ühe keele- ja kultuurikonteksti piires või kindla valdkonna põhiselt sünkroonilisel viisil, harvemini on rakendatud žanri dünaamikale keskenduvat diakroonilist meetodit (nt Gea-Valor, Ros 2009; Mintsys 2015) ning kultuuride või valdkondade vahelist võrdlust (nt Kathpalia 1997; Gesuato 2007). Paberkaanetekstide kõrval on mõnevõrra analüüsitud e-raamatu tutvustuste retoorilisi ja struktuurijooni (nt Önder 2013). Retseptsooniuurimuste olemasolu välistada ei saa, kuid teaduskirjanduse otsinguil ei hakanud silma ühtki käsitlust selle kohta, kuidas lugejad raamatute kaanetekste vastu võtavad ning mil määral reklaamistrateegia raamatute valikut ja ostmist üldiselt mõjutab.

Eelmainitud teadusuurimustes on enim tähelepanu pälvinud kaanetekstide temaatiline struktuur ja grammatilised või leksikaalsed valikud, mis koos retooriliste võtetega on seotud tähendusloome ning lugeja veenmise ja mõjutamisega. Tunduvalt vähem on puudutatud kaanetekstide neid diskursiivseid omadusi, mis viitavad sotsiaal-kultuurilistele kontekstidele, avavad suhteid teiste tekstide ja varasemate traditsioonidega ning peegeldavad kirjutaja hoiakuid ja suhtumist kõnealusesse teosesse. Seisukohta, et raamatut tutvustav „kaanetekst on aken kultuuriväärtusteni” (Basturkmen 2009: 71), on akadeemilistes uurimustes tõendatud harvemini.

4. Uurimismaterjal ja -meetod

Siinse kvalitatiivse uurimuse alusmaterjali moodustavad ajavahemikul 2009–2019 Eesti Kultuurkapitali nominatsiooni pälvinud proosaraamatute sise- ja tagakaanetekstid. Kokku on sel perioodil nomineeritud 65 teost, millest neljal kaanetekst puudub. Seega kuuluvad uurimismaterjali hulka 61 raamatut, mille on kirjutanud 39 autorit (nt Jan Kaus on pälvinud kõige rohkem ehk viis, seejärel Rein Raud neli nominatsiooni) ja välja andnud 28 kirjastust (neist Tuumalt 12 ja Varrakult 8 üllitist). Kaaneteksti keskmine pikkus on 608 täheruumi (pikim 1500, lühim 29 täheruumi). Fotod, kaardid jm illustratiivsed materjalid jäävad vaatluse alt välja.

Uurimismeetodina kasutasime kvalitatiivset žanrianalüüsi (vt Hyon 2018), mis seob keele- ja kirjandusteaduse omadused. Kõigepealt lugesime kõik kaanetekstid läbi ja määrasime tekstiosade teemad. Nendest moodustus loetelu, mille põhjal kujunesid põhikategooriad ehk käigud (ingl *moves*), millega väljendatakse suhtlus-

eesmärke, ning alamkategoriad ehk sammud (ingl *steps*) (meetodi kohta vt Upton, Cohen 2009). Teistkordsel lugemisel kandsime konsensuslike arutelude tulemusena tekstiüksused käikude ja sammude kaupa tabelisse. Seejärel analüüsisime esildunud kategooriate sagedust ning tegime märkmeid igale kategooriale omaste keeletunnuste kohta.

5. Struktuuri- ja keeleanalüüs

Analüüsist ilmneb, et proosaraamatute kaanetekstid sisaldavad kuuekäigulist struktuuriskeemi: 1) teose pealkiri (43% tekstidest), 2) süžee (51%), 3) temaatika (54%), 4) žanr (48%), 5) hinnang (48%), mis jaguneb kaheks sammuks ehk hinnanguks teose ja autori kohta, ning 6) autori tutvustus (66%), mis väljendub nelja sammuna ehk autori nime, eluloo, loomingu ja tunnustusena. Neist üksnes autori tutvustuse käiku esines teistest mõnevõrra sagedamini, aga kui arvestada, et neljandikul juhtudest oli tegu pelgalt autori nime mainimisega (ilma et tekst oleks sisaldanud teavet autori eluloo, loomingu või tunnustuse kohta), siis autori nime sammuta oleks seegi käik esinemuselt teistega proportsionaalne.

Kuna vaatlusalune struktuuriskeem ei sisaldanud selliseid käike, mis oleks esinenud vähemasti 80%-l tekstides ja mida oleks saanud seega kohustuslikeks pidada (vt Biber jt 2007: 31), on ootuspärane, et käikude keskmine arv kaanetekstis varieerus. Neid kaanetekste, kus olid kõik kuus käiku esindatud, leidis analüüsitud materjali hulgas seitse. Viiest käigust koosnes 11, neljast käigust 8, kolmest käigust 9 ja kahest käigust 10 kaaneteksti. Kõige rohkem ehk 16 korral koosnes struktuuriskeem vaid ühest käigust: süžee või temaatikast, ühel juhul autori tutvustusest. Selline varieeruvus viitab, et kindlat kaanetekstide struktuuriskeemi pole välja kujunenud, mistõttu see, mis teavet ja mis järjestuses kaanetekstis esitatakse, sõltub pigem autori ja kirjastuse eelistustest.

5.1. Teose pealkiri

Kuigi leidub kaanetekste, kus teose pealkiri on paigutatud eraldi reale (nt Rein Raua „Hotell Amalfi”), esitatakse see tavaliselt siiski mõne lause koosseisus, seostatuna eri käikudega. Pealkirja võidakse mainida süžee edastamisel (nt „Holger Kaintsi „Jõululaupäev” on täpne ja detailitruu kirjeldus 13-aastase poisi jõululaupäevast 1970. aastal Nõmmel”), temaatika avamisel (nt „„Lui Vutoon” on noore mehe päevik maailmast, milles puuduvad inimesed, kuid asjad on alles”) ja žanri määratlemisel (nt „„Täiusliku lause surm” on poliitiline põnevusromaan”). Samuti võib pealkiri sisalduda hinnangus teose kohta (nt „„Neverland” on haarav, mitmekihiline ja meisterlik”) ja autori loomingu tutvustuses (nt „„Kunstniku elu” on Toomas Vindi kahekümne esimene raamat”). Seega ei ole pealkirja mainimine omaette eesmärk, vaid see on üldjuhul mingi muu funktsiooni teenistuses.

5.2. Süžee

Kaanetekstide kokkuvõtliku sisukirjelduse käigus juhitakse tähelepanu loo tegevusajale ja -kohale, olustiku iseärasustele, sündmuste sõlmpunktile, peategelase olemusele ja pinevatele tegelassuhetele, harvemini jutustaja vaatepunktile (nt *autori lähedane minajutustaja*) ja autori kujutamisaadile (nt *pöörane realism, groteskne fantaasia*). Esmajärjekorras märgitakse kaanetekstis sündmuste toimumise aeg ja koht, näiteks Meelis Friedenthali „Mesilaste” sündmustik leiab aset XVII sajandi lõpu Tartus, Tiit Aleksejevi „Kindla linna” tegevustik rullub lahti 1098. aastal Antiookias. Sõltuvalt teose žanrist vahendatakse sisutuvustuses mõnikord ka tegevuspaigaga seotud tundmuse ja meeleolusid, vahel isegi algriimilises sõnastuses, nt Kätlin Kaldmaa „Islandil ei ole liblikaid” rõhutab Islandi kui paiga erilisust: „Ääretuse äärel on igauks argiselt ääretust ääreni täis.”

Aegruumiga seotud markerite kõrval antakse lugejale kombineeritud infot sündmuste käigu ja tegelaste päritolu kohta. Sündmustikku tutvustades viidatakse tavaliselt kesksele intriigile, nagu võitlus oma elu eest või kättemaks, mida pingestatakse määr- ja omadussõnade abil, nt sündmused on „kohati üpris hirmuäratavad” (Friedenthali „Mesilased”); loost „ei puudu ka õrn, pisut mõistatuslik intriig” (Kaintsi „Jõululaupäev. Nõmme 1970”). Tegelasi esitledes mainitakse neile omaseid üldinimlikke soove, ihasid ja unistusi, ent rõhutatakse ka nende eksistentsiaalseid pürgimusi, nagu eneseotsingud, valikud ja vastutus, armastuse- ja õnneihalus (nt Eva Koffi „Sinise mäe” naistegelaste ees seisavad „elu suurimad ja tähtsamad valikud”, oma tee ja kaaslaste otsingud). Viidatakse peategelase päritolule, ametile ja iseloomule (nt Peep Ehasalu teose „Roomaja. Romaan armastusest” peategelast Matit iseloomustatakse kui väikelinnast pärit häbelikku viiuliõpetajat), tunde- ja mõttemaailmale (nt Peedu Saare „Mailaste” „peategelane on ühekorruga õnnelik ja kurb nagu romantilise aja kangelased”), füüsilisele/psüühilisele seisundile (nt Mart Kivastiku „Taevatrepi” peategelast Georg Uud vaevab „krampis sääremari”) või muudele omadustele. Peategelase kõrval nimetatakse kaanetekstis muidki tegelasi, kelle kohalolu peaks lugejat üllatama (nt Kaur Riismaa „Väikeses Ferdinandis” „kohtab nii preisi kaupmehi, hiiglaseid kui ka mõnda kurja vaimu, Immanuel Kantist rääkimatagi”; Lauri Sommeri „Kolmes yksiklases” viidatakse eksistentsiaalsele rännakule, kus kohatavate seas on „Seto kylaravitseja Darja, varalahkunud trubaduur Nick Drake ja vaimuvägilane Uku Masing”).

Levinud võte on esitada sisukokkuvõtte lühiumberjutustusena, kus enamasti tuuakse esile sündmuste lähtekoht, kuid edasine jäetakse uudishimu nimel ja põnevuse huvides saladuseks. Nii luuakse Armin Kõomäe „Lui Vutooni” tutvustuses aimdus hävinud maailmast, kus inimkonna ainsaks saadikuks on loo peategelane; Friedenthali „Inglite keele” kaanel vihjatakse minevikuga seotud kahtlastele asjaoludele, hämaratele seostele ja kummalistele isikutele, mis kõik kokku töötavad kaasa haaravat sündmustikku. Maarja Kangro „Klaaslapse” „nihilistlikus ja traumaatilises maailmas omandavad uudistehuvilisele lugejale tuttavad kohad ja sündmused hoopis uue kuju ja tähenduse”. Teose kompositsiooni tahkudele juhitakse tähelepanu võrdlemisi harva, näiteks Friedenthali „Inglite keel” on „[o]skuslikult üles ehitatud

struktuuriga romaan”, Ehasalu „Roomajas” viivad „omavahel põimuvad liinid [---] uskumatu ja nutika lahenduseni”. Mõningaid narratiiviga seotud aspekte kajastatakse ka raamatu sisekaanel, kuhu on joonistatud tegevuspaikade kaart koos oluliste objektidega (nt Tõnu Õnnepalu „Paradiis”, Olavi Ruitlase „Vee peal”) või trükitud peategelase elulooandmed, peamiselt tähtsaimad sündmused sünnist surmani (nt Rein Raua „Kell ja haamer”).

5.3. Temaatika

Peale narratiivi elementide tuuakse kaanetekstides esile teose temaatika, mida võib vaadelda kui proosateksti kontseptuaalset kokkuvõtet. Teemale viitamine on ootuspärane tutvustamisstrateegia, mis loob ettekujutuse teose algideest, mida autor lugu jutustades käsitleb. Näiteks Kai Aareleidi „Vene veri” on „lugu kohanemisest, mäletamisest ja unustamisest”; Kausi „Tallinna kaart” pajatab „kohtumistest ja lahkuminekutest, millest vormuvad mälestused ja kujutluspildid”; Mait Vaigu „Tööpäeva lõpp” pakub „üksindust, hullust ja inimestevahelisi suhteid”. Pea- ja kõrvalteemasid kaanetekstides tavaliselt ei eristata, kuigi pikem põhiteemade loetelu on üsna tavapärane, nt Martin Alguse „Midagi tõelist” tõstatab „küsimusi emotsionaalsest lähedusest, hirmust muutuva maailma ees, ärakasutamisest ja õnne võimalikkusest tarbimishiskonnas”. Mõnikord rõhutatakse kahe, n-ö väikse ja suure teema põimumist, nagu Nikolai Baturini teose „Mongolite unenäoline invasioon Euroopasse” tutvustuses esildub kaks teemaliini: sõdade, st vallutuste ja vägivalda ajalugu ning sellest salajasem ja suurem, st inimeste ihade, tungide ja unistuste ajalugu. Kõige rohkem osutatakse teemakirjeldustes teose üldisele ainevaldkonnale, nagu loodus, kunst, ajalugu, eestlus, suhted, soolisus (nt Urmas Vadi „Neverlandis” on puudutatud „eestlase ja eestluse (stereo)tüüpe, hirme, kinnismõtteid”; Vindi „Kunstniku elu” juttude „ainestik tuleneb nii meie igapäevasest elust kui ka kunstimaailmast”).

Kuigi teemast lähtuvat probleempüstitust kohtab kaanetekstides võrdlemisi harva, kasutatakse huvi tekitamiseks retoorilisi küsimusi või pöördumisi. Sommeri „Kolme üksiklase” tunde- ja mõttemaailmast annavad aimu kolm juhtküsimust: „Kuhu unistused meid viivad? Milline on suurim lähedus ja eraldatus? Kas inimese elu määravad aeg ja tavad või miski muu?” Mihkel Muti romaanis „Kooparahvas läheb ajalukku” otsib autor vastust ühiskonnakriitilisele küsimusele, „miks läks kõik nii, nagu läks, miks on Eesti Vabariik säärane, nagu ta on?”. Ove M. Suure romaani „Collateral damage II. Lõppmäng” kaaneteksti täidab seevastu otsene pöördumine lugeja poole: „Mida teeksid Sina kui Eestis haaraksid võimu vaenulikud jõud, abi poleks loota ja olukord tunduks väljapääsmatu. Kas ka üks on lahinguväljal sõdur?” Mõnel juhul keskendutakse keskse mõiste või kujundi avamisele (nt Kerttu Rakke „Häbis” selgitatakse häbi toimimise tagamaid, Raua teoses aga dešifreeritakse kella ja haamri kujundit) või siis sõnastatakse teose juhtmõte (nt Koffi romaan viib mõttele, et „armastuses pole täielik tasakaal võimalik”).

5.4. Žanr

Tavapäraselt määratletakse kaanetekstis teose žanr, mis sätestab paljuski lugejate ringi. Mõnel juhul on vaja lugejat informeerida, et tegu on ilukirjandusteosega või mõne muu tekstiliigiga (nt *mälestused*, *reisikiri*); teisel tuleb sõnaselgelt välja öelda, et teose sihtrühmaks pole mitte lapsed, vaid täiskasvanud (nt Aino Perviku „Matlenna teekond”). Rohkem kui pooltel proosaraamatutel on kaanetekstis kirjas teose žanrinimetuse, mis ühendab lugeja varasemad žanrikogemused kõnealuse teosega. Retseptisiooniesteetika seisukohtade toel võib eeldada, et lugeja ootab talle tuttavat žanrikoodi, mis oleks kiirelt tabatav ja lihtsasti mõistetav.

Küllap tekitavad lugejas äratundmist sellised kirjandusmõisted nagu *romaan*, *elulugu* ja *päevik*, samuti mõneti rahvalikumad määratlused, nagu *lugu* ja *jutt*, aga ka *kirjeldus*. Vajadusel täpsustatakse kaanetekstis romaani alaliiki, näiteks *hoiatusromaan*, *ajalooline romaan*, *saagalik romaan*, *poliitiline põnevusromaan*, *psühhonaliitilise alltooniga romaan*. Veel pillatakse ebastandardseid žanrisilte: *perekonnalegend*, *fragmentaarium*, *lugu proosaluules*, *impressionistlik vinjett*, aga ka üldsõnalisi fraase (nt *sügav tekst*, *külluslik raamat*). Liitsõnaliste žanrimääratluste kõrval (nt *lühiromaan*, *jutukogumik*, *proosaraamat*) on levinud ka täpsustava täiendiga žanrikirjeldused (nt *lühiformaadis proosalooming*, *tundlikus stiilis lühiromaan*). Mõnel juhul peidetakse žanrinimetuse (nt *kiri*, *päevik*) kiiluna pikemasse liitlausesse: „Tõnu Õnnepalu kirjad Paradiisist – sest kirjad need on, kirjutatud seitsme päevaga, taas sealsamas paigas olles – jutustavad väikesi lugusid [---].”

Kaanetekstid osutavad pidevalt sellele, et tänapäeva proosakirjandus libiseb alatasa välja kindlatest žanriruumidest, moodustades hübriidseid, st mitme žanri tunnuseid põimivaid kooslusi. Näiteks: „Meelis Friedenthali uus romaan „Inglite keel” põimib kokku paeluva põneviku, tundliku armastusloo ja mõtlema ärgitavad filosoofilised arutlused.” Lugejaid teavitatakse, et tutvustatav teos kombineerib mitme žanri tunnuseid, ühendab ja sulandab eri tekstiliikide ja stiliregistrite elemente: „„Kompass” on autori esimene katse ühendada miniatuuri ja romaani väljenduslaade, jutustada lugu proosaluules”; „Serafimas ja Bogdanis” „põimub [---] vanatestamentlik õõv rahvaliku huumoriga, dokumentaalsus maagilise realismiga”. Harvemini reklaamitakse proosaraamatut luulevormis, nagu seda tehakse Baturini „Lendavas hollandlannas”, Pävs Matsinsi „Sinises kaardiväes” ja Riismaa „Pühamäes”. Lugejal on enamasti keeruline tagakaaneluuletust proosateosega seostada: Baturini vabavärsiridadest on äratuntavad vihjed autori elu- ja loominguloole; Matsini luuletus meenutab pateetilist lööklaulu, mis haakub teoses kujutatud ajajärguga; Riismaa teose voldikuna avanevatele sisekaantele trükitud sügavamõttelised värsid viitavad ilmselt sellele, et raamatu edenedes saab proosast luule. Teistmoodi reklaaminipi võib leida Paša Matšinovi „Gogoli disko” tagakaanelt, kus romaani katkend on tõlgitud vene keelde ja kujundatud kuldsete tähtedega punasele taustale slaavilikus ornamentikas.

Aimuse žanrijoontest saab ka tagakaanele trükitud teosekatkendi kaudu. See on ennekõike teost illustreeriv näide, mis peegeldab autori stiili, viitab mõnele pingelisele episoodile või vahendab jutustaja kommentaari. Reklaamkatkend peab lugejas

ennekõike uudishimu äratama. Selleks võib anda ettekujutuse autori väljenduslaadist (nt Kõomäe „Pagejad”), vahendada peategelase mõtteid (nt Riismaa „Pimeda mehe aiad”) või tegelaste vestlust (nt Ruitlase „Vee peal”), kirjeldada krimi- või seksistseene (nt Kõomäe „Minu Mustamäe”, Vindi „Kunstniku elu”, Maimu Bergi „Hitler Mustjalas”), viidata hullusele (Peeter Sauteri „Must Peeter”), saladusele (Susan Luitsalu „Ka naabrid nutavad”) või müstikale (nt Riismaa „Väike Ferdinand”), edastada filosoofilisi või pihtimuslikke mõttekäike (nt Kalev Kesküla „Elu sumedusest”). Raamatukatkenditeks valitakse eriti kõlavad, jõulised ja tähenduslikud tekstilõigud, mis juhivad lugeja tähelepanu loo võtmeelementidele ja pingepunktidele.

5.5. Hinnang

5.5.1. Hinnang autorile

Hinnang autorile esitatakse enamasti tema loomingu aupaistes, rõhutades autori-käekirjale iseloomulikke, nt „Traagilise ja koomilise, üleva ja madala piiril mängida, seda piiri hāgustada oskab Vadi praegu enam kui ükski teine eesti kirjanik” (Vadi „Tagasi Eestisse”). Eesmärk on toonitada mingit erilist omadust või oskust, mis tõstaks autori positiivsesse valgusse ja veenaks lugejat tema meisterlikkuses, näiteks „Martin Algusel on harukordne võime näha varjude maailma heledat ja inimlikku kõla” („Midagi tõelist”). Tavapärased on kirjaniku kuulsust toonitavad epiteedid, neist kõige levinumad on *tuntud* ja *tunnustatud*, aga ka muud kiitvad fraasid, mis on rajatud näiteks samastumisvõttele või ülivõrdevormile, nt „oma põlvkonna üks tähtsamaid kirjanikke” (Kaldmaa „Väike terav nuga”). Tähelepanu püütakse veel põnevate hinnangusõnadega: Ülo Mattheus on „isepäine autor”, Vadi aga „külluslik autor” ja „hoolitsev kirjanik”.

Analoogia tekitamiseks kasutatakse fraasi „autorile omaselt”, viidates sel moel kirjaniku juba üldteada loomelaadile, mis on publikule ootuspärane ja sellisena ka hinnatud (nt „Kaldmaa novellides on temale omaselt üheskoos maagiline ja realistlik, südamluk ja satiirilise”; „Autori [Mihkel Muti] lõikav ironia vaheldub skepsise ja resignatsiooniga”). Paaril juhul viidatakse kaanetekstis autori varasemate teoste läbivatele teemadele (nt Aareleidil on nendeks „mälu, juured, reetmine, kaotusvalu”). Äratuntavat autorikäekirja – nii väljenduslaadi kui ka teemaringi – teadvustatakse sel viisil lugejale kui midagi ootuspärast, nt „nende kaante vahel on olemas kõik see hea, mida lugejad on harjunud sellelt autorilt ootama” (Raua „Rekonstruktsioon”). Teisalt juhatakse kriitilistes hinnangutes tähelepanu autori loomeampluaa avardamisele, sh teose üllatusväärtusele: „Kui autor oskab nii kvaliteetset nalja teha, nagu varasemad teosed näidanud on, pole imestada, et ta teeb ka kvaliteetset traagikat” (Kangro „Klaaslaps”).

Kaanetekstidesse valitud ekspertkommentaariidest võib ennekõike leida kujukalt sõnastatud väiteid kas autori enda või tema vastse teose kohta. Tavapärane on tutvustusmall, kus mõni teksti iseloomustav tunnus laieneb justkui metonüümiliselt autori ülejäänud loominguale, kinnistamaks ettekujutust individuaalsetest joontest, mis on kestvad ja ühte viisi äratuntavad. Näiteks „Mudlumil on paigas see kirjani-

kule omane ökonoomia, oskus öelda vähesega võimalikult palju [---]" („Tõsine inimene”). Hinnangud autori loomelaadile on tihtipeale kas omadus- (nt Aareleidil on „täpne ja tihe naiselik käekiri”) või määrsõnalised (nt Vadi „kirjutab hoolival”, „Peedu [Saar] kirjutab haaraval”, Baturin „jutustab inimlikult”). Intellektuaalset mõttemängu pakuvad kommentaarides pillatud analoogiad ja paralleelid, sh viited kuulsatele kultuuriloolistele isikutele, kelle kaudu asetatakse teos avaramasse konteksti, globaalsemale või prestiižsemale väljale. Näiteks Mudlumi täpset ja jõulist stiili kõrvutatakse Picasso omaga, tema teose „Tõsine inimene” seesmist rahutust aga Pessoga; Kangro „Klaaslapse” autorikäekirjas nähakse sarnasusi kahe sõnakunsti piire avardanud skandaalse kirjanikuga („Sarah Kane meets Norman Mailer”). Ekspertide repliikidest võib mitut puhku leida tabavaid analoogiaid, mis metaforiseerivad autori rolli. Nii on Mudlumit nimetatud piraadiks, kes ainekku osavalt kokku korjab, Olle Laulit halastajaks, kes juhib lugeja pimedasse tunnelisse, Vadit aga kaubamärgiks, mis toimib kui F1, mitte kui Škoda Octavia.

Mõistagi rõhutatakse kaanetekstides mingit kindlat autori tunnust, mis sõnastatakse sageli resolutsel, justkui tõde kehtestaval viisil, jätmata lugejale võimalust öeldus kahelda või seda ümber lükata, nt „Rein Raud on kirjanik, kelle ükski romaan ei korda eelmist, ei sisult ega vormilt” („Täiusliku lause surm”). Esile tuuakse ka see, kui miski autori loomingus või kogu eesti kirjanduses on esmakordne: „Esmakordselt eesti kirjanduses avab Rein Raud oma uues raamatus [„Täiusliku lause surm”] selle ajastu alatuse, arguse ja reeturlikkuse mehhanism”; „Eesti ilukirjanduses on see [Rakke „Häbi”] üks vähesid romaane, mis avab häbi mõisted selle erinevatel tasanditel [---].” Mõnikord rõhutatakse kommentaarides kindlat teemanišši, mille käsitlus nõuab autorilt tavapärasest suuremat julgust, nt „Margit Lõhmus on tänuväärset võtnud oma teemaks naise seksuaalsuse – valdkonna, mida on eesti kirjanduses seni käsitlenud üsna vähesed [---]” („Sterne”). Mõndapuhku sõnastatakse autori individuaalsus tabava metafoori või võrdpildi kaudu (nt „Matsini peas toimub igasuguseid asju, ta mõtleb „karbist väljas”” („Gogoli disko”)) või siis tuletatakse kirjaniku pärisnimest abstraktne üldmõiste, mis kõlab tunnustuse või õigustusena (nt „meie kirjandusse on sünenud midagi, mida võiks nimetada aareleidikkuseks”).

Ekspertide repliigid on oma afektiivsuses võrdlemisi varieeruvad: akadeemilise-mat laadi, mõõdukalt ja tasakaalukalt sõnastatud arvamused vahelduvad kas puht-subjektiiivsete (nt „Meie vähesed kirjanikke, kes mind intrigeerib” („Gogoli disko”)) või suisa ärritavalt ekspressiivsete väljaütlemistega: „Kuule see ei olegi boring ass shit. See on valus bad ass Maarja Kangro.” („Klaaslaps”). Minakeskne hoiak tõuseb esile neis repliikides, kus ekspert näib autori annet suisa kadestavat, nagu seda teeb Mihkel Raud, kommenteerides Alguse debüütromaani: „Ma tahaksin ka niimoodi kirjutada osata.”

5.5.2. Hinnang teosele

Hinnang teosele on kaaneteksti keskne samm, kus viidatakse tõlgendusvõimalustele. Peamiselt sisaldab see heakskiitvaid tsitaate ja tunnustavaid arvamusi nii teose sisu, vormi kui ka väljenduse kohta, aga ka isikupäraseid tähelepanekuid. Kaanetekstides

kasutatakse nii toimetuse kommentaare kui ka autoriteetsetest allikatest, näiteks kirjanduskriitikast pärit tsitaate. Katkendid arvustustest, valitud killud pikematest arvamusartiklitest, mis on avaldatud perioodikas, vahel ka blogides, on vaadeldavad kui tähelepanu püüdvad reklaamlaused, mis peavad mõjuma usaldusväärset ja erapooletult. Mõnikord on arvamus raamatu tagakaanele spetsiaalselt tellitud, teinekord jälle nopitakse kiitvaid hinnanguid kirjandusvõistluse žürii kommentaaridest. Kodumaise raamatukultuuri kontekstis võib ekspert olla autoriteet, kas tuntud kirjanduskriitik, kultuuriajakirjanik, toimetaja või tõlkija, harvemini anonüümne lugeja. Arvamusrepliikide eesmärk on tuua esile raamatu tugevad küljed, anda sellele kiitev hinnang, tõsta ja tõestada selle kvaliteeti.

Tagakaanele trükitud arvamus on süntaktiliselt kokkusurutud ja semantiliselt tihe, väljenduslaadilt aga rikkalik ja hoogne, eelistatumad on lühikesed, kõlava ja jõulise lööklausena sõnastatud hinnangud, mis köidavad lugeja tähelepanu. Mõnikord on hinnangud vormistatud trükitähtedes (nt Kõomäe „Pagejates”), aga ka kald- või jämekirjas, et reklaamteksti paremini visualiseerida. Külluslik kaanetekst võib kombineerida teose sisukirjelduse, raamatukatkendi ja ekspertkommentaari, kuid tavapäraseim on esitada kriitikute arvamus omaette plokinä. Mõnikord piirduktakse vaid ühe eksperdi tsitaadiga (nt Rakke „Häbi”), kuid sageli on tekitatud mitme, enamasti 3–4 hindaja kollaaž (Matšinovi „Gogoli disko” tagakaanel on kogunisti seitsme kriitiku arvamus).

Enamasti antakse proosaraamatule hinnang kindla niši kaudu, et osutada mõnele unikaalsele omadusele. Sealjuures ei varjata osas hinnangutes subjektiivseid eelistusi, vaid võimendatakse isiklikke seisukohti. Nt Mihkel Kunnuse hinnang kõlab nii: „Paša Matšinovi *Gogoli disko* tunnustustejadale kirjutatan ka alla, aga pisut virilalt.” Hinnangud suunatakse ennekõike raamatu vastuvõtjale, seepärast sõnastatakse mõni intrigeeriv küsimus või dilemma, harvemini esitatakse soov (nt „Head rändamist!” Sommeri „Kolmes üksiklases”) või üleskutse (nt Raua „Täiusliku lause surm” „väärrib kindlasti kaasa mängimist”). Eksperti ülestunnistus, et lugedes oli raamatut raske käest panna, kõlab ilmselt siiraima reklaamina (nt Ehasalu „Roomaja” puhul).

Positiivselt hinnanguline väljenduslaad on sageli emotsionaalne, tutvustav ja õigustav, intensiivne ja hüperboolne. Proosaraamatute tutvustustes kasutatakse laialdaselt omadussõnu, äratamaks huvi jutumaailma müsteeriumite ja intriigide vastu ning rõhumaks tähenduslikkusele. Kaanetekstide kõige ilmekam leksikaal-stilistiline kujund on epiteet, mis võib olla tundlik, mõjus ja üllatav. Näiteks sõnaga *lugu* haagitakse eri stiilivärvinguga omadussõnu („vana lugu”, „väike lugu”, „põnev ja kohati šokeerivgi lugu”, „lõbus ja samas nukker lugu”, „hingemattev nägemuslik lugu”). Samamoodi rikastatakse täienditega romaanižanri („saagalik romaan”, „eepiline ja nüansitudlik romaan”) ja raamatu kui teose üldmõistet (nt „tõsine raamat”, „pöörane raamat”, „rahutu raamat”, „külluslik raamat”, „üks kõva raamat”, „tõeline hitt-raamat”). Reklaamlausetesse kuhjatakse ekspressiivseid epiteete (nt „süüv, elusa keele ja sümpaatse tooniga teos”; „aega seisatama panev, valgustav ja puhastav” raamat; „stiilne tekst – tume, värviline, kuri”), tõstmaks esile raamatu erandlikkust (nt „omapärane fragmentaarium”, „omalaadne hoiatusromaan”), aga ka populaarsust, uudsust või mõnda muud omadust. Mõnikord tugevdatakse sõnastust adverbidega

(nt „ausalt ja tundlikult”) või hinnanguverbiges (nt raamat üllatas, rõõmustas, ärgitas mõtlema), mis mõnel juhul annavad edasi ka isikustamist (nt lugu „haaras käest kinni” või „tõmbas endaga kaasa”).

Hinnanguid edastatakse ka võrdpiltide (nt Koffi „Sinist mäge” lugedes „kerkib silme ette kõielkõnd”), ennekõike võrdluste ja metafooride kaudu, mis võimendavad mõnda kriitiku tundmust või annavad teose mõistmiseks sisulise pidepunkti (nt Vadi „Neverland” on „haarav nagu film”; Kangro „Klaaslaps” „on lõhkekeha, mis plahvatades raputab segamini kõik, mida puudutab”). Sageli võib kaanetekstidest leida intertekstuaalseid viiteid, mis tekitavad põneva seose või tõmbavad üllatava paralleeli. Nõnda viitab Lauli „Kodutuse” kaanetekst – „romaan, mis lausa dostojevskiliku kirega inimesteni haardub, et neid lahti rebida ajast, mis liigestest on lahti” – nii realismikunsti suurele meistrile kui ka Shakespeare'i „Hamleti” süžee sõlmpunktile; Saare „Mailased” meenutab Peeter Sauterile „Tammsaare üliõpilasjutustusi ja näiteks Oskar Lutsu teost „Kirjad Maariale””; Vadi „Neverland” on aga Maarja Kangro meehest „Iñárritu ja Aronofsky Eesti kastmes”. Harvemini võib hinnanguis tuvatada paradokse (nt Ene Mihkelsoni hinnang Vadi teosele „Tagasi Eestisse”: „Naersin südamest, aga meelega tegi kurvaks”) ja hüperboole (nt Hasso Krull märgib Margit Lõhmuse „Sterne'i” kohta: „See on kõige üllatavam ja veenvam erootiline hullus, mis eesti keeles seni kirja pandud”).

Mõistagi on hinnangute andmine seotud terve rea eetiliste kaalutlustega, kus huvide konfliktid pole välistatud, näiteks kui kaaneteksti kirjutaja on raamatu autori või kirjastaja tuttav või sõber. Küllap võib Eestis leida nii semutsevaid tellimuskirjutajaid kui ka mõjukaid sarikriitikuid. Tähtsusetuks ei saa pidada ka kaaneteksti kirjutaja tausta, organisatsioonilist kuuluvust ja volitust. Tähtenduslik on seegi, kas kaaneteksti autor piirdub vaid endale tuttava valdkonnaga või ilmutab mitmekülgsemat eruditsiooni. Lõppkokkuvõttes võib kaaneteksti autori nimi ja tema antud hinnang olla suurema kaaluga kui raamat ise, vähemasti siis, kui tegu on debüüdiga, kus teose autorit on vaja alles püüenele tõsta. Tundub, et Eestis on autoriteetse eksperdiga seotud sümbolse kapitali hankimine raamatu kaanetekstile järjest sagedasem trend, mis mõneti tõendab kohalikus raamatuturunduses levinud ringkäendust. Nii või teisiti on kirjastaja äriiline eeldus ja moraalne ootus see, et kriitikult tellitud kaanetekst oleks positiivne, mitte halvustav ega irooniline – negatiivne toon on kaanetekstile võõras.

5.6. Autori tutvustus

Autori tutvustus kaanetekstides on ootuspärane käik, täites autori turundamise eesmärgi, mis on omakorda seotud autorikuvandi kujundamise ja kinnistamisega. Üldjuhul sisaldab see autori nime koos sünniaastaga ja ametialaseid fakte (nt Vint on „kunstnikust kirjanik, tõlkija ja toimetaja, kriitik ja kolumnist”), mille järel loetakse üles varem avaldatud teosed. Tavaliselt lisatakse iga teose pealkirja juurde žanrinimetust, sulgudesse pannakse ilmumisaasta, harvemini ka kirjastuse nimi (nt Kausi raamatute kaanel). Produktiivsete kirjanike puhul tuuakse ära raamatute üldarv (nt Mutt „on tänaseks avaldanud üle kolmekümne raamatu”), viidatakse

nende ilmumise järjekorrale (nt „„Ma olen elus” on Kausi viies romaan”) või esitatakse loomingu ülevaade žanrite kaupa (nt Kaldmaa „on avaldanud neli luulekogu ja kaks lasteraamatut”). Mõnikord täpsustatakse, kuidas raamat seostub autori eelneva loomingu: „„Kindel linn” on teine osa Esimese ristisõja ainelisest triloo-giast”; „romaan „Islandil ei ole liblikaid” on osa mõttelisest kolmikust”. Teinekord jälle juhitakse tähelepanu kirjaniku viimase perioodi loomesuundadele: „Viimastel aastatel on Mihkel Mutt avaldanud kuus köidet mälestusi.” Olulise teabena tuuakse välja debüüdi juhtumid (nt „autori esimene proosaraamat”; „kogumik avaldatakse esmakordselt”), kus autorikuvand üldjuhul puudub, mistõttu anonüümsele kaanetekstile eelistatakse autoriteetsete kriitikute tunnustavaid repliike. Harvemini viidatakse kaanetekstis autori mõne varasema teose tõlkeedule (nt „Friedenthali romaan „Mesilased” on tõlgitud läti, hollandi, itaalia ja tšehhi keelde”), mis tõendab rahvusvahelist huvi selle kirjaniku loomingu vastu.

Saavutuste hulgas loetletakse kaanetekstides mitmesuguseid tunnustusi, mida autor on pälvinud kas oma varasema teose eest või hiljutisel käsikirjakonkursil, nt „Teose käsikiri saavutas Eesti Kirjanike Liidu 2017. aasta romaanivõistlusel esikoha” (Vahur Afanasjevi „Serafima ja Bogdan”). Auhinnainfole kui omaette paratekstile viidatakse nii üldsõnaliselt (nt „on pälvinud mitmeid kirjandusauhindu”; „on mitme kirjanduspreemia laureaat”) kui ka nimeliselt (nt „tunnustati Euroopa Liidu kirjandusauhinna”). Tuglase novelliauhinda mainitakse kaanetekstis näiteks juhul, kui pärjatud proosapala on värskes kogumikus uuesti avaldatud, nt Kaldmaa „pälvis 2012. aastal Friedebert Tuglase novelliauhinna looga „Kui poisid tulid”, mille leiab ka siinsest raamatust” („Väike terav nuga”). Eestis on kirjandusauhindade nominatsiooni puhul kasutatud mõnikord eraldi kleebist (Marek Tamme kunagine idee) või siis spetsiaalset logo ja eksliibrist (nt Virumaa kirjandusauhinna puhul). Tänapäeva üleilmises raamatuäris on prestiižsele – kas kodumaisele või rahvusvahelisele – auhinnale toetumine müügie du pant, mis tõmbab publiku tähelepanu ja tõstab teose väärtust. Kirjandusvõistluse auhind on sümbolne kapital, mis näitab laiemale lugejaskonnale, millised on autori saavutused ja mida tema loomingus hinnatakse.

Harvemini on autorit tutvustustes ära toodud haridus-, elukoha- ja pereandmeid (nt „hariduselt ajaloolane”, „sünnilt lääne-eestlane ning elurütmilt lõunaestlane”, „tõeliselt mitmekülgne inimene”) või muid eluloolisi kurioosumeid: Heinsaar „tunneb [---] siiski üha tugevamat tõmmet tihnikute poole” („Ebatavaline ja ähvardav loodus”). Mõnikord seostatakse autorit konkreetse paigaga, mis on teda inspireerinud, nt „Tekstide taustaks on paarikümne aasta jagu elamist kodulinna [Tallinna] erinevates nurkades ja kõndimist tema nurgatagustes” (Kausi „Tallinna kaart”). Viidatakse ka valdkondadele ja teemadele, mis autorile eraelus või loometeel huvi on pakkunud (nt Vindi puhul kunstimaailm, „mida autor ise läbilõhki tunneb”). Aegajalt ilmestab proosaraamatu tagakaant autori foto (nt Kangro, Kaus, Baturin), mida mõnel juhul on pilkupüüdvamaks disainitud (nt jutumulliga foto Vadist või mantli ja kaabuga pilt Vindist, kes parajasti Sirpi loeb). Kui enamasti on autorit tutvustus kirjutatud kõiketeadva kõrvalseisja vaatepunktist, siis harvemini kohtab kaanetekstides minavormis tutvustust, nt „Praegu tegutsen ansambli Sõpruse Puiestee”

(Mait Vaigu „Tööpäeva lõpp”). Autori hääl mõjub küll lugejale sooja tervitusena, kuid tootereklaamis näib olevat eelistatum anonüümne infoedastus või nimeline ekspert hinnang. Viiteid autori blogile või teda tutvustavale veebilehele analüüsitud kaanetekstides ei esinenud.

6. Järeldused

Lugeja esmane kokkupuude raamatuga tähendab rohkemat kui selle meelelist nägemist. Raamat kui toode – materiaalne asi, kultuuriline artefakt ja intellektuaalne omand – kutsub esile selle vaatamise ja sirvimise, seega väljaande omaduste ja tunnustega tutvumise, millele kaanetekstid jõudsasti kaasa aitavad. Nagu Ülo Matjus (2001: 93) täheldab, peab raamatuga tutvumisel „kättevõetavast asjast” saama „käsilevõetav asi”, see peab juba vaatamise käigus kõnetama potentsiaalset huvilist, meelitama seda esmalt ostma või laenutama, seejärel juba lugema. Kaanetekst kui raamatu kõige loetavam osa – esikaanele kirjutatud autori nime ja teose pealkirja järel – on vahetu ja nähtav, vormilt ökonoomne ja sisult asjatundlik, sõnaliselt mõjus ning retooriliselt veenev. Kaaneteksti on peidetud mitmetasandilised suhted, ent ennekõike peab kaanetutvustus kui reklaamtekst sisaldama positiivseid hinnanguid, mistõttu laitvaid arvamusi üldjuhul välditakse. Kaanetekstidele omane positiivselt hinnanguline keelekasutus tagab kiituse ja tunnustuse ning selle žanri elujõulisuse.

Kaaneteksti kui kommunikatiivse žanri ülesanne on positsioneerida raamatut, kuulutada selle tähtsust kultuuri- ja kirjandusruumis. Mõneti sõltub kaanetekstide kirjutamisest raamatukultuuri kestmine, sest tegeletakse ju viisidega, kuidas üks põlvkond järgmistele infot edasi annab, samal ajal ka lugejaid värbab ja harib. Kaanetekst kui kollektiivse kultuurimälu kandja peegeldab esmajoones ühiskondlikke väärtusi ja hoiakuid, mis peavad ajas kestma. Seepärast eeldab kaanetekstide kirjutamine kommunikatsiooninippe ja mäluvõtteid, verbaalset osavust ja kultuurisest seoste loomise reegleid. Kaanetekst rõhub kultuurilisele sidususele ja jätkusuutlikkusele, kuid selles on peidus ka pedagoogiline taotlus, mis ühendab raamatu omadused lugeja ootuste ja eelistustega. Raamatu väärtus selle ostjale on peamiselt kas emotsionaalne või intellektuaalne – seda väärtust raamatututvustused toonitavadki. Seetõttu kaasatakse kaanetekstidesse potentsiaalse lugeja perspektiiv: teose väärtus sõnastatakse lugejakesksemalt, rõhutakse lugejate tagasisidele ja luuakse suhtlustasand.

Enamasti avab kaanetekst raamatu retseptsioonitsükli, rõhutades esmaseid tähendusi ja edastades esimesi hinnanguid. Kaanetekstid vahendavad n-ö eel lugemist, kus tähendus või hinnang sõnastatakse ja kinnistatakse enne, kui raamat jõuab ringlusesse. Trükisena tekitavad need aga kriitilist vastukaja, nii nõustumisi kui ka vastandumisi, mis kajastuvad arvustustes, veebipäevikutes, uurimustes, kirjandusõpikutes ja -leksikonides. Meisterlikult teostatud kaanetutvustusel on ühiskooni raamatu tavapärase ees- või järelsõnaga, kus samuti kasutatakse hübriidseid reklaamistrateegiaid. Vaadeldud raamatutes vastutab kaaneteksti eest kas toimetaja või autor, leidmaks asjatundlikke ekspertarvamusi, sobivaid teosekatkendeid või asjakohaseid kirjandusfakte. Üllatavalt vähe on algupärasele proosaraamatutele

enese- ja teosetutvustusi koostanud autorid ise (nt minavormis on seda teinud vaid Mait Vaik).

Kohalikule turule mõeldud proosaraamatute kaanetekste saab käsitleda kuuekägulise struktuuriskeemi alusel, kus omakorda kombineeritakse mitmeid võtteid, ennekõike teavitamist ja veenmist. Kaanetekst kui hübriidžanr avab proosaraamatu funktsionaalselt, tuues esile nii selle n-õ tehnilised parameetrid (autori nimi, eluloolised seigad, loominguised saavutused, teose pealkiri ja žanr) kui ka sisulised kriteeriumid (teose teema, süžee ja tegelased, hinnang autorile ja tema teosele). Sisukirjeldus täidab kaanetekstides mitut eesmärki: tegevuspaiga tutvustamine osutab järgnevale sündmustele; peategelase kirjeldus toob esile tema põhiomadused; sündmustiku mainimine viitab loo sõlm- või pingepunktile, harvemini lõpplahendusele (nt dramaatilise finaali armastuslugu).

Kui sisukirjeldusel on peamiselt informatiivne funktsioon, siis hinnangu andmine põhineb afektiivsusel, selleks et veenda potentsiaalset ostjat raamatu kvaliteedis ja kasulikkuses, äratada temas uudishimu. Nagu analüüsisist ilmnes, kasutatakse kaanetekstide koostamisel peibutusvõtteid, kus kombatakse diskreetsuse piire (nt vulgaarsus, tabuteema), rõhutatakse ebatavalisi detaile (nt tegelase veider omadus, loo traagiline käik), tekitatakse üllatuslikke intertekstuaalseid seoseid või tõmmatakse kujundlikke paralleele. Neis žanrikäikudes, kus edastatakse hinnanguid kas autori loomingu või kõnealuse teose kohta, on subjektiivsuse määr ja laad võrdlemisi kõikum, mistõttu suhtumuslikud arvamused võivad vahelduda neutraalsete kirjelduste ja objektiivsete väidetega.

Et täita teavitamise ja veenmise eesmärki, rakendatakse eesti proosaraamatute kaanetekstides mitmesuguseid keele- ja stiilivõtteid: kontekstuaalselt motiveeritud keelevalikuid, ekspressiivset ja emotsionaalset väljenduslaadi, mis sobivad ilukirjandusliku proosa reklaamimiseks. Teose tähenduse pingsaks esiletoomiseks on kaanetutvustuste leksikaalsed valikud tunduvalt spetsiifilisemad kui näiteks pikemates kirjanduskriitilistes arvustustes. Sõnavara vallas tulevad esile eripärased verbid, peibutavad adjektiivid ja sildistavad noomenid, ent ka muud uudishimu äratajad, nagu epiteedid, metafoorid, võrdlused, retoorilised küsimused, elliptilised laused, antiteesid ja hüperboolid, samuti allusioonid ja intertekstuaalsed viited. Pinge- või üllatus efekti taotledes püüab kaanetekst lugejat mõjutada kas emotsionaalselt, intellektuaalselt, humanistlikult või muul moel. Seejuures panustatakse suuresti väärustest laetud kumulatiivsele sõnavarale, rõhutamaks raamatu ainulaadsust, omapärasust, menukust, vajalikkust või mõnda muud omadust.

Niisiis, kodumaiste proosaraamatute kaanetekstide loomisel kasutatakse varieeruvaid turundusnippe, mis avalduvad mitmesuguste struktuuriliste ja retooriliste võtetena, et kokkuvõttes veenvalt esile tuua teose väärtus potentsiaalsele lugejale.

KIRJANDUS

- Basturkmen, Helen 2009.** Back cover blurbs: Puff pieces and windows on cultural values. – *Academic Evaluation: Review Genres in University Settings*. Toim Ken Hyland, Giuliana Diani. Basingstoke: Palgrave MacMillan, lk 68–83. https://doi.org/10.1057/9780230244290_5
- Bhatia, Vijay K. 2004.** *World of Written Discourse*. London: Continuum.
- Biber, Douglas; Connor, Ulla; Kanoksilpatham, Budsaba 2007.** Introduction to move analysis. – *Discourse on the Move: Using Corpus Analysis to Describe Discourse Structure*. Toim D. Biber, U. Connor, Thomas A. Upton. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, lk 23–41. <https://doi.org/10.1075/scl.28>
- Bücherautomat und Automatenbücher oder ReReRe: Reclams Reklame-Revolution.** <https://www.reclam-museum.de/Themen-von-A-bis-Z/Buecherautomat-und-Automatenbuecher/> (28. VI 2022).
- Cacchiani, Silvia 2007.** From narratives to intensification and hyperbole: Promotional uses of book blurbs. – *Proceedings of the Corpus Linguistics Conference*, lk 1–15. http://ucrel.lancs.ac.uk/publications/CL2007/paper/79_Paper.pdf
- Cronin, Blaise; La Barre, Kathryn 2005.** Patterns of puffery: An analysis of non-fiction blurbs. – *Journal of Librarianship and Information Science*, kd 37, nr 1, lk 17–24. <https://doi.org/10.1177/0961000605052156>
- Davis, Mark 1994.** Theorizing the blurb: The strange case at the end of the book. – *Meanjin*, kd 53, nr 2, lk 245–257.
- Douglas, Kate 2001.** “Blurbing” biographical: Authorship and autobiography. – *Biography: An Interdisciplinary Quarterly*, kd 24, nr 4, lk 806–826. <https://doi.org/10.1353/bio.2001.0082>
- Gea-Valor, María-Lluïsa 2005.** Advertising books: A linguistic analysis of blurbs. – *Ibérica*, nr 10, lk 41–62.
- Gea-Valor, María-Lluïsa; Ros, Inigo M. 2009.** On the dynamic nature of genre: A diachronic study of blurbs. – *Academic Evaluation: Review Genres in University Settings*. Toim Ken Hyland, Giuliana Diani. Basingstoke: Palgrave MacMillan, lk 199–216. https://doi.org/10.1057/9780230244290_12
- Genette, Gérard 1997.** *Paratexts: Thresholds of Interpretation*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511549373>
- Gesuato, Sara 2007.** Evaluation in back-cover blurbs. – *Textus*, kd XX, nr 1, lk 83–102.
- Grøn, Rasmus 2014.** Literary experience and the book trailer as intermedial paratext. – *Sound Effects*, kd 4, nr 1, lk 90–107. <https://doi.org/10.7146/se.v4i1.20330>
- Hyon, Sunny 2018.** *Introducing Genre and English for Specific Purposes*. London–New York: Routledge. <https://doi.org/10.7146/se.v4i1.20330>
- Kathpalia, Sujata Surinder 1997.** Cross-cultural variation in professional genres: A comparative study of book blurbs. – *World Englishes*, kd 16, nr 3, lk 417–426. <https://doi.org/10.7146/se.v4i1.20330>
- Kerge, Krista 2016.** Alustekstide põhjal kirjutamisest. – *Innove*, lk 1–5. http://oppekava.innove.ee/wp-content/uploads/sites/6/2016/10/Alustekstidep%C3%B5hjal_kirjutamisest.pdf

- Kraavi, Janek 2020.** Post-sõnastik LI. Kaanetekst. – Sirp 2. V.
- Levinovits, Alan 2012.** I greet you in the middle of a great career: A brief history of blurbs. – The Millions 1. II. <https://themillions.com/2012/02/i-greet-you-in-the-middle-of-a-great-career-a-brief-history-of-blurbs.html>
- Marčulionienė, Vesta 2006.** Publisher's blurb on english books of fiction: A diachronic genre analysis. – Filologija, nr 11, lk 61–71.
- Matjus, Ülo 2001.** Raamat kui asi. – Kloostri internetini. Toim Tõnu Tender. Tartu: Eesti Raamatu Aasta Peakomitee, lk 91–100.
- Mintsys, Ella Ye. 2015.** Blurb as a paratextual element. – Naukovi zapiski Nacional'nogo universitetu „Ostroz'ka Akademija”. Serija filologična, nr 52, lk 14–17 [Науківі записки Національного університету „Острозька Академія”. Серія філологічна, № 52, с. 14–17.]
- Pickford, Susan 2007.** Jerome K. Jerome and the paratextual staging of anti-elitism. – Judging a Book by its Cover: Fans, Publishers, Designers, and the Marketing of Fiction. Toim Nicole Matthews, Nickianne Moody. Aldershot: Ashgate, lk 83–92.
- Qasim, Shahla; Shakir, Aleem; Bin Qasim, Ahmad 2017.** Linguistic analysis of Pakistani book blurbs on new textual dimensions. – NUML Journal of Critical Inquiry, kd 15, nr II, lk 18–40.
- Squires, Claire 2007.** Marketing Literature: The Making of Contemporary Writing in Britain. London: Palgrave Macmillan.
- Trachtenberg, Jeffrey A. 2003.** What's an author to do with no blurb on the book jacket? – Wall Street Journal 30. VII. <http://wetink.info/readings/2-blurbs.pdf>
- Upton, Thomas A.; Cohen, Mary Ann 2009.** An approach to corpus-based discourse analysis: The move analysis as example. – Discourse Studies, kd 11, nr 5, lk 585–605. <https://doi.org/10.1177/1461445609341006>
- Önder, Neslihan 2013.** Generic structure and promotional elements in best-selling online book blurbs: A cross-cultural study. – Ibérica, nr 25, lk 171–194.

Andrus Org (snd 1974), PhD, Tartu Ülikooli kultuuriteaduste instituudi eesti kirjanduse lektor (Ülikooli 16, 51003 Tartu), andrus.org@ut.ee

Riina Reinsalu (snd 1982), PhD, Tartu Ülikooli eesti ja üldkeeleteaduse instituudi eesti keele tekstiõpetuse lektor (Jakobi 2, 51005 Tartu), riina.reinsalu@ut.ee

How to read a blurb? An analysis of the cover texts of a sample of original prose books

Keywords: blurb, techniques of influence, structure, genre, genre analysis, fiction

When a book enters the market, its first task is to attract the reader's attention immediately, taking effect in but a few moments. Therefore publishers usually attach special attention to cover texts. From the publisher's point of view, the blurb is part of

marketing – it works like consumer advertising, which lures the reader's eye and gives the necessary confidence to make a decision. This is why any paper book can be seen as a luxury item requiring sophisticated advertising techniques, including attention given to the blurb content as a special genre.

The article approaches cover texts with techniques of structural and linguistic analysis in order to find out the influencing techniques aimed at exciting the prospective reader's interest in original Estonian prose. As revealed by an analysis of the 61 prose books nominated for the Estonian Cultural Endowment Award during 2009–2019, the cover texts use a six-step system including the title, plot and subject matter of the book, as well as an author introduction and a few testimonials about the book and the author. Although the blurb structure can vary a lot, all blurbs are meant both to inform and advertise. Those aims are achieved not only by blurb contents, but also by linguistic and stylistic choices using peculiar verbs, enticing adjectives and labeling nouns, as well as other arousers of curiosity like epithet, metaphor, simile, rhetorical question, elliptic clause, antithesis and hyperbole, sometimes adding allusions and intertextual references. Either directly or indirectly, those literary devices also serve to convey values characteristic of the Estonian cultural context.

Andrus Org (b. 1974), PhD, University of Tartu, Institute of Cultural Research, Lecturer of Estonian Literature (Ülikooli 16, 51003 Tartu), andrus.org@ut.ee

Riina Reinsalu (b. 1982), PhD, University of Tartu, Institute of Estonian and General Linguistics, Lecturer of Estonian Text Linguistics (Jakobi 2, 51005 Tartu), riina.reinsalu@ut.ee