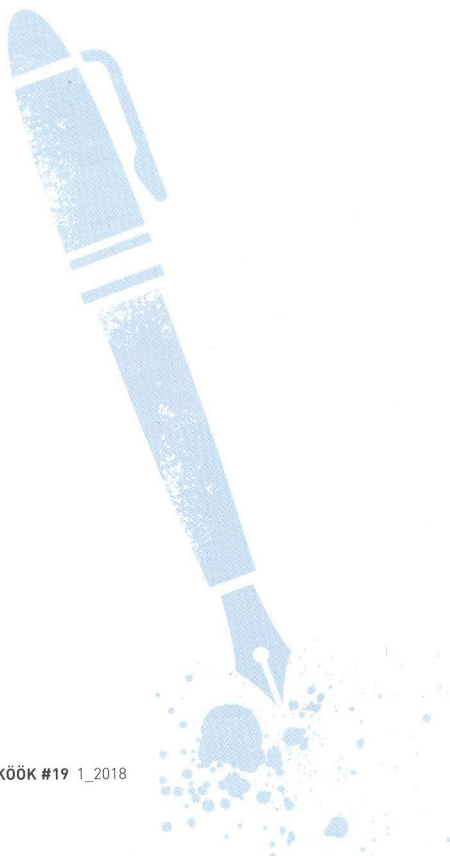


Tekst: KRISTINA REMMEL

# LÕHNAB NAGU NAABRINAISE KAMINATULI - METAFOOR, VEINIKIRJELDAJA ASENDAMATU ABILINE



Minu sommeljeede kooli klassivenna Madise klaasis lõhnab Pinot Noir alati nagu naabrinaise kaminatuli. Madis tahab meile öelda, et tunneb veinis suitsulõhna, ja väljendab seda endale omasel moel kujundlikult, kasutades metafoori abi. Hetkega on silme ette manatud mõnusalt praksuv kaminatuli ja õrn puusuitsuvine – selge kujutluspilt ja ruumiline atmosfäär.

Mis aga on see tavalugejale esmapilgul ehk pisut keerulisena tunduv mõiste „metafoor“? Eesti keele käsiraamatu järgi on metafoor „mõtlemise ja keele vahend, mille abil abstraktseid mõisteid kõrvutatakse või samastatakse konkreetsematega, mis on inimesele juba tuttavad“. Metafoore võib rohkelt leida slängis, ilukirjanduskeeles ja eriti luulekeeles. Asendamatu ja vajalik abiline on metafoor ka veini kirjeldamise allkeeles, kus ei saa piirduda ainult täpsete ja üheselt arusaadavate lõhna-maitse komponentidega, nagu õun, mustsõstar, mesi, seemned jne, sest veini muid olulisi omadusi – tekstuuri, struktuuri ja tasakaalu – nii lühidalt edasi anda on peaaegu võimatu.

Veinimetafoore on põhjalikult uurinud Hispaania ülikooli Universidad de Castilla-La Mancha teadlased Rosario Caballero ja Ernesto Suarez-Toste, kes analüüsisid 12 000 veinikirjeldust maailma seitsmest tuntumast Ühendkuningriigi ja USA veiniajakirjast (Decanter, Wine Enthusiast, Wine Spectator jt). Veinikriitikute kujundikeelt lahti harutades lahterdasid nad metafooreid kolme suuremasse rühma: vein kui elusorganism, vein kui kangas ja vein kui kolmedimensiooniline ese. Vaatame lähemalt.

## VEIN KUI ELUSORGANISM

Kõige üldisem ja laiem väljendite kogum, mis ammutab sõnavara füsioloogia valdkonnast. See pole sugugi üllatav, sest vein on ju orgaanilise protsessi tulemusel tekkinud pidevalt muutuv elav organism: viinamarjadest pressitud kääritatud mahl areneb oma elu jooksul tammevaadis ja pudelis ning ka pärast pudeli avamist, „hingates“. Seepärast kirjeldatakse veini tihti kui elusorganismi, mis sünnib, kasvatab liha luudele, areneb, jõuab parimasse ikka, vananeb, väsib ja lõpuks sureb.

Siia kuuluvad ka sõnad, mis on pärit anatoomia vallast ja kus rõhk on veini struktuurasetel omadustel: „robustne“, „muskli“, „rühikas“, „paksuke“, „õhuke“, „laialivalguv“, „tugeva selgrooga“. Veinile antakse ka inimesele iseloomulikke tunnusoone, nagu „elegantne“, „seksikas“, „tagasihoidlik“, „jõuline“, „väljendusrikas“.

Tihti tuleb ette veini isikustamist. Eriti markantne näide on pärit USA staar-kriitiku Robert Parkeri sulest, kes kirjeldab Barossa oru Eldertoni veinimaja muljet avaldavalt 1997. aastakäigu CSM-veini kui tänavatüdrukut, meelast ja litsakat, ning soovib puritaanidel sellest eemale hoida.

Veinide isikustamist võib näha ka Eesti üha hoogsamalt arenevas veiniajakirjanduses. Ekspressiivse stiiliga veinispetsialisti Igor Söödi kirjutistes on saladusi varjavad „daamid“, krutskeid täis „plikad“ ja ka „beebid“ täiesti omal kohal.

Sageli on vein „naiselik“ või „mehelik“ või siis mõlemat korraga. Võtame näiteks viinamarja Pinot Noir, millest Burgundia suhteliselt jahedas kliimas valmistatud vein on delikaatselt floraalne, suure happesisaldusega ja heledama punase värvusega. Võrreldes suurte tugevate punaveinidega nagu Cabernet Sauvignon võib seda tõesti nimetada naiselikuks. Kui aga kõrvutada Pinot Noiri veine Burgundia kontekstis, siis sellisele ühesele järeldusele jõuda ei saa – veinid on külade ja apellatsioonide piires väga erinevad, on nii naiselikke kui ka mehelikke veine!

## VEIN KUI KANGAS

Ka tekstiilmetafooride abil saab esile tuua veini erinevaid tahke. Vein võib olla kui kangas, mis „rullub lahti“, või riideese, mis „rebeneb õmblustest“ või hoopis „istub hästi“.

Suutunde kirjeldamisel ja veinis leiduvate tanniiniühendite astme määramisel on asendamatud omadussõnad „siidine“, „siidpehme“ ja „sametine“. Neil sõnadel on luksusliku naudingu tähendusvarjund. Siidiga seotud assotsiatsioon võiks olla värskem ja külmem ning sametil soojem, ehk siis valged veinid võiksid olla siidised ja punased sametised. Mõlemat sõna kasutatakse siiski ohtralt nii valge kui ka punase veini puhul.

## VEIN KUI KOLMEDIMENSIOONILINE ESE

Veini võib tõlgendada kui geomeetrilist keha, millel on „nurgad“, „kihid“ ja „piirjooned“ või mida kirjeldatakse omadussõnadega, nagu „nurgeline“, „esiletungiv“, „lai“, „sügav“ ja „ümar“.

Veini kujutatakse ka arhitektuuri valdkonna terminite abil. Näiteks veini kolm „alustala“ või siis „ehitusplokki“ on hape, alkohol ja tanniin. Lisaks võib vein omadustelt olla „monumentaalne“, „massiivne“, „monoliitne“ või „neljakandiline“.

## VEIN KUI MUUSIKAPALA

Muusikavaldkonna terminite laialdane kasutamine on ainuomane prantslastele, kes suhtuvad veini kui muusikapalasse, millel on „register“, „harmoonia“ ja „finaal“ ning muidugi „noodid“. Maailmakuulus vein Opus One on oma nime saanud prantslaselt parun Philippe de Rothschildilt.

## SÜSTEMAATILINE LÄHENEMINE

See, kuidas veinist rääkida ja mis tüüpi sõnu kasutada, sõltub paljuski eesmärgist ja sihtgrupist. Enamik inimesi, kes tänapäeval veiniga töötavad, on läbinud ühe või teise koolituse, kus eksamil tuleb veini pimedegusteerides analüüsida ja ära tunda.

Maailma üks enim tuntud veinikoolituskeskusi Wine & Spirit Education Trust (WSET) on oma õpilaste jaoks välja töötanud spetsiaalse abivahendi – Standard Approach to Tasting (SAT) –, millele toetudes loogiliselt ja süstemaatiliselt veini kirjeldada. Ka ESE-s, meie Eesti oma sommeljeede koolis, hinnatakse õpilasi samal põhimõttel. Selline lähenemine on lõhnu ja maitseid tundma õppides igati asjakohane. Õpilaste oskusi oleks võimatu hinnata, kui igaüks läheneks asjale loomuliselt ja tuleks lagedale oma pööraste või vähempööraste võrdluspiltidega.

## KUHU EDASI?

Aga kuhu edasi, kui veinide maitseprofiilid on briljantselt peas ja tulevad vurinal une pealt? Restoranis või vinoteegis töötava sommeljeer üks põhiülesandeid on jooke tutvustada ja müüa. Siin ei piisa enam pelgast marjadepuuviljade jadast, mis, ärge pange pahaks, on ju lõpuks pisut igavavõitu ega anna edasi veini raskesti tabatavat olemust.

Külaline ootab midagi enam – emotsiooni või lugu, mis tekitab elevust, loob õhkkonda ja jääb meelde. Metafooride alaliike, nagu isikustamine, allegooria ehk mõistukuju, sümbol ehk võrdkuju ja tähendusülekanne võib selleks julgelt kasutada – need on loomulik osa inimese mõtlemisest ja maailmatunnetusest. Muidugi kuulub seejuures ka natuke ettevaatust marjaks ära, et mitte pöurutada üle völli koomikasse või libastuda maitsetusse!