

PÜHA VALENTINI PÄEV - UUS SOOME PÜHA

Carola Ekrem. Soome, Helsinki

Püha Valentini päev, mida pühitsetakse igal aastal 14. veebruaril, on sügavalt juurdunud Inglise ja Põhja-Ameerika kultuuri. Levinuim komme on oma armastatule enamasti südamega kaunistatud postkaardi või kingituse saatmine. Päeva nimi on seotud pühak Valentini eluga, kuid sellel ei ole palju ühist tänapäeva valentinipäevaga, mida pühitsetakse romantika ja sõpruse päevana.

Püha Valentini päev on üks uuemaist Soome kalendritähtpäevadest, mida hakati tähistama alles mõned aastad tagasi. Päev on sellisena olnud siiski ka varem tuttav, ent pühitsemine on uus.

Selle uuendusprotsessiga kaasaminek on olnud erandlikult kiire. 1981. aastal arvas soome-rootsi uurija Mary-Ann Elfving, et valentinipäev on potentsiaalne iga-aastane soome kalendripüha.

Seda tähistati siis Soome tänavatel harva. See oli rohkem tuntud Ameerika koomiksitate kaudu; naisteajakirjades kirjeldati valentinipäeva balle, mida korraldasid Soomes asuvad Ameerika organisatsioonid. Roosade rooside kasutamine päeva pühitsemisel näib soomlaste tagasihoidliku rahvusliku iseloomuga sobimatu olevat, ka pole avalik romantika soome kalendripühadele tüüpiline. Sellest hoolimata ennustas Mary-Ann Elfving, et valentinipäev võetakse kalendrisse niipea, kui sellesse haaratakse kaasa kaubaturg. Päeva praegune sõnum ei kuulu mingisse konkreetseesse kultuuri, sest sõprus ja armastus on universaalsed väärtused. Pealegi soome kalendris veebruari keskel peaaegu ei leidu pühi. Inglise ja Ameerika päritoluga pühade sissetoomist on hõlbustanud asjaolu, et noored on meeleldi valmis integreerima nende maade kultuuri.

Tee uuendusideest kombe juurdumisele algas 1986. aastal, kui püha Valentini aktsioon oli saanud endale rahalise toetuse. 1986. aastal oli püha tähistamine tänavatel kindlasti märgatav. Kaubamajad täitsid oma vaateaknad armastuse sümbolikaga, ostjaid tervitasid roosade südametega kirjad "Head valentinipäeva!", valentini-kaarte levitati hamburgerikioskites. Postiamet ennustas suurt kaartide tulva järgmiseks aastaks ning ergutas inimesi saatma valentini-kaarte ja -kirju juba käesoleval aastal.

Täheldatav on, et turul löid üheaegselt kaasa paljud ametkonnad, kellest igaühel oli oma kaubanduslik ajend. 1987. aastal algas massikampaania. Valentini-kaarte müüdi ametlikult kauplustes. Osa neist kaartidest olid kujundatud nii, et neid saaks kasutada ka muudel juhtudel, näiteks sünnipäevakaartidena. Paljud kauplused pakkusid hulgaliselt valentini-kingitusi. Restoranides pakuti 14. veebruaril "Armastuse praadi" ja "Valentini suppi". Televisioon kutsus inimesi uut tähtpäeva pühitsema.

Et rõhutada kommerts kõrval tähtpäeva tõsisemat tausta, viidati paljudele legendidele, mis räägivad märter püha Valentinist.

1990. aastaks sai valentinipäevast arvestatav uuendus: tal on Soome kalendris oma koht ja paistab, et teda teatakse. Tõelise pühitsemisega on siiski iseasi. Et uuendus säilitaks oma koha, tuleb seda toetada isiklike kontaktidega. Niisugust uuenduslikku ideed saab nimetada juurdunuks siis, kui seda tõeliselt pühitsetakse ja aktiivselt järgitakse, seega peavad inimesed tegelikult kaubandusvõrgust valentini-kaarte ostma ja saatma. Pühitsemine, st valentini- esemete tarbimine tähendab pühadeläkituse levitamist, niisiis vähehaaval tähtpäeva omaksvõtmist. Uuenduste märklaud on eelduste kohaselt noorus. Tänapäeva ärimaailm ja postiamet on seda päeva äärmuseni ekspluateerinud, tehes selle atraktiivseks ja ihaldusväärseks. Kas eesmärk on saavutatud, kas püha Valentini päev on oma koha leidnud?

1986. aastal, kui valentinipäeva peeti esimest korda Helsingi tänavatel, küsisin ma Helsingi äärelinna kooliõpilastelt, mida nad teavad sellest uuest kalendritähtpäevast. 60 % intervjueeritavatest olid sellest kuulnud, nad olid märganud laialt levinud reklaami ja hamburgeriärde kampaaniat. Mõned õpilastest olid juba pühadega tuttavad Ameerika koomiksite kaudu. 1986. aastal ei tundnud siiski paljud õpilased valentinipäeva tõelist tausta. See assotsieeris neis ähmaselt sõprusega. Ükski küsitletuist ei tähistanud seda püha ega tundnud ka enamasti tõsist huvi asja vastu.

1987. aastal oli reklaamikampaania energilisem kui eelmisel aastal. Ma tein uue küsitluse sama kooli õpilaste hulgas. Reklaam oli olnud edukas. 88% intervjueeritud õpilastest olid pühast kuulnud. Kampaaniaga rõhutati eriti teemasid nagu sõpruse kasu ja selle hoidmise tähtsus. Päeva reklaamiti kui kuulsat ja maagilist sõpruse päeva, mis kutsus eriti üles tegudele sõpruse hoidmiseks.

Sõpruse läkitus oli olnud edukas. Ent huvitav on see, et sõpruse sõnum oli muutunud abstraktseks ega soosinud suure kingitagavara ostmist poodidest. Õpilased vastasid, et püha Valentini päev on tähtis, kuna siis pühitsetakse seda, et sul on sõbrad, või et igauks võib saada sel päeval endale sõpru. 20% intervjueeritavatest olid tegelikult seda päeva pühitsenud, saates oma sõpradele kaarte või kingitusi. Järelikult oli valentinipäev muutunud ühe aasta jooksul abstraktsest teadmisest tegelikult pühitsetavaks pühaks. Nüüd võis öelda, et valentinipäev on tänapäeva Soomes püsiva populaarsusega. 1990. aastal, pärast kolmeaastast vahet, intervjueeriti sama kooli õpilasi uuesti. 97% küsitletutest olid selle päevaga tuttavad. Ka pühitsemine oli üldisem. Umbes pooled tüdrukutest olid saatnud oma sõpradele valentini-kaarte ja iga neljas saanud kingitusi. Poiste hulgast olid ainult mõned saatnud valentini-kaarte, niisiis oli valentinipäev juurdunud eeskätt tütarlaste hulgas. Ehkki seda päeva ei pühitse

kõik noored inimesed, on selle tähendus neile tuttav. Teatakse, et see on sõpruse, lahkuse ja headuse päev. Läkitust tajutakse üldiselt positiivsena ja on märkimisväärne, et ainult vähesed õpilased pöörasid sealjuures tähelepanu sellele, kuidas ärimaailm sõpruse sõnumit ära kasutab. Nad leidsid, et on teisigi pühitsemise võimalusi: püüda olla kõigi vastu kena kogu päeva jooksul või emmata oma sõpru - see ei maksa midagi. Püha Valentini päeva juurdumise protsessis on Soomes seega olnud drastilisi muutusi - anglo-saksi maade romantilisest lähenemisest kuni sõpruse sõnumini. Ühelgi küsitletud õpilastest ei assotsieerunud see päev mingil viisil armastuse ja kohtumistega. Valentini-kinke ja -kaarte vahetavad peaaegu eranditult tüdrukud.

Niisiis võib tähele panna, et püha on kohandatud Soome tingimustele. Et uus idee laialt leviks, peab ta vastama teatud nõuetele: see peab olema eeldatavale inimgrupile tähenduslik, ühte sobima valitsevate väärtushinnangutega ja tema sõnum peab olema kergesti vastuvõetav. Valentinipäeva kiire levimine Soomes näitab, et need nõudmised täideti ning seos ameerika kultuuriga aitas tema populaarsusele kaasa. Enamik küsitletud õpilastest teadis, et seda päeva pühitsetakse USAs. Teine aspekt on sõpruse idee, mis tundub Soomes olevat dominantne. Õpilaste vastused vihjavad kristliku armastuse sõnumile. Mõned vastajatest pidasid valentinipäeva pühitsemise eesmärgiks olla kena ka nende inimeste vastu, kes sulle ei meeldi. Armastuse sõnum on ulatunud ka nooruse internatsionalismini: "Igaühel peaks olema sõber, me peaksime kõik olema sõbrad, sõprus peaks olema üle maailma." Maagiline armastuse päev on Soomes muutunud maagiliseks sõpruse päevaks. Sõpruse teema leiab loomulikult omakorda kajastamist tarbijale orienteeritud vahendite kaudu nende poolt, kes valentinipäeva sisse tõid - aga mitte ainult. Uuendusprotsess ei ole lõppenud, sissejuurdumise etapid nõuavad edasist uurimist. Missuguse vormi pühitsemine tulevikus võtab? Kas sellest saab kinkimise päev või idealismi kaldumise päev? Või tabab valentinipäeva sama saatus, mis paljusid teisi nooruse ettevõtmisi - läheb moest ja kaob, kuni uus põlvkond sõprussõnumi poolt pakutavad kommerts- ja idealistlikud mõtted taas avastab.

Tõlkis Anu Korb

Kirjandus

1. Ekrem, C. Varje vän är värd att minnas på alla hjärtans dag. Firandel av Valentindagen bland finlandssvenska ungdomar. In: SLS Arkiv, nr 15. Helsingfors, 1987.
2. Ekrem, C. Ystävänäpäivän viettoa suomalaisittain. Sessio, Suomen etnomusikologisen seuran tiedote. 1990, nr 2. Tampere.

3. Elfving, M-A. Varför studera innovativa ideer? Valentindagen och Halloween. Fynd och forskning. Red av Ivar Nordlund. Meddelanden från Folkkultursarkivet 7. Helsingfors, 1981.

4. Hole, C. A Dictionary of British Folk Customs. Granada Publishing, 1976.

SEMANTILISED RÜHMAD MARI PALVETE LEKSIKAS

Natalja Gluhhova. Mari, Joškar-Ola

Tänapäeva lingvistikas ja folkloristikas peaaegu puuduvad uurimused maride paganlikest palvetest.¹ Ometi esindavad nad vaimse kultuuripärandi olulist osa, hõlmates sealhulgas ka ajaloolist pärimust. Kuna usund on vaieldamatult üks varasemaid ja üldisemaid inimvaimu avaldumisvorme, pole ta üksnes sotsiaalne, sotsioloogiline või ajalooline nähtus, vaid ka valdkond, mis puudutab isiklikult suurt hulka inimesi.²

Et artikli eesmärgiks pole religiooni kui sotsioloogilise, ajaloolise või koguni psühholoogilise nähtuse analüüs, püütakse uurida palvetekstide leksikaalset tasandit, võttes arvesse palvete tekstide pragmaatilist funktsiooni ja kommunikatiivset sihti, nii nagu see nähtub kaasaegsele uurijale.³

Palvete lingvistilised erijooned on tähtsad ja väga huvitavad: tekstides kasutatud sõnad kirjeldavad omaette sfääri, arvatavasti teist, kujuteldavat maailma, "üht võimalikest maailmadest".⁴ Üritame ühtlasi tutvustada mõningaid tulemusi, mis saadi leksikaalsel tasandil palvete kommunikatiivsete sihtide keelelist realiseerumist jälgides. Analüüs põhineb 40 Paasoneni, Porkka, Wichmanni ja Jevsejevi kogudes leiduval palvetekstil.

Palvete otseseks sihiks on tagada kindel edu ja/või kaitsta kurja eest. Eesmärgid on palvetel üsna pragmaatilised ja sõltuvad situatsioonist (põlluharimise ja majapidamisega seotud rituaalid, matuse- või pulmakombed jm), samuti sellest, milline järjekord palvetele valitakse ja sellest, mida soovitakse.

Palve lugemisega taotletakse kogunenute emotsionaalset ning nende või enda (kui palvetatakse üksinda) psühholoogilist mõjutamist - see aitab jagu saada üksildusest, hirmust, abitusest,⁵ muuta tuju ja nõnda ka oma emotsionaalset seisundit. Pole imeks panna, et E. Fromm võrdles palveid ja nende lugemist "adjusteeriva teraapiaga".⁶

Kõik see saavutatakse rituaali pühaliku õhustiku, suuremalt jaolt aga palve TEKSTI abil, kus kasutatakse kõigil tasandil (fonoloogilisel, morfoloogilisel, süntaksi ja leksikaalsel) erilisi keeles leiduvaid vahendeid. Enim peegeldab neid sihte palvete sõnavara, mis on väga komplitseeritud. Kasutatakse niihästi