

# VÄLJAS SÖÖMISEST JA SELLE KOMMUNIKATSIOONIST

LEIB RESTO&amp;AED. FOTO: MEEELI KÜTTIM



**INES MIROV**, restorani Tigu kaasomanik

**Toidust on tema eri nüansside ja tahkudega saanud sotsiaalse identiteedi konstrueerimise vahend. Milliste teemade ja vaatepunktide kaudu meedia väljas söömist kajastab?**

**P**aar kuud tagasi sattusin sirvima ühe raamatupoe sooduskampania brošüüri, kuid raamatututvustuste ja hinnapakumiste vahel jäi mu pilk pidama millelgi täiesti ootamatul. Nimelt oli (tösi küll, kõrvuti kokaraamatutega) selles raamatukataloogis ära toodud ka paar toiduretsepti. Juba üsna mitmendat aastat näib, et sisuliselt ükski peavoolumeedia väljaanne ei saa läbi toiduartiklite, retseptide või restoraniarvustusteta. Et see tendents on jõudnud aga ka otsepostitusena saadetakse raamatupoe reklaamkataloogi, oli minu jaoks võrdlemisi üllatav.

Tegelikult leiame selliseid n-ö toidustumise ilminguid enda ümber palju: raamatupoodides on kokaraamatute riulid üha pikemad ja kõrgemad, nii kohalikest kui välismaistest telekanalitest on võimalik vaadata arvukalt erinevaid kokasaateid. Üle Eesti avatakse söögikohti rohkem ja kiiremini, kui arvet jõuab pidada, ja oma restorani tegemine on muutunud samamoodi elustiili osaks nagu väljas söömine. Juba üle aasta oleme olnud tunnistajaks sellele, kuidas algselt bensiinjaamadeks ja ajalehekioskiteks mõeldud ettevõtted reklaamivad end kui hommiku- ja lõunasöögikohti ja võistlevad selle nimel, kellel on maitavam *hot dog* või parem kohv.

## **Toidukoha valik näitab staatust**

Selge on see, et inimene peab sööma, st omastama elutegevuseks vajalikke toitaineid. Tänapäeval on toidu füsioloogiliste funktsioonide kõrval aga palju olulisem selle ühiskondlik olemus. Toidust on selle eri nüansside ja tahkudega saanud sotsiaalse

identiteedi konstrueerimise vahend, räägitud siis näiteks sellest, millist kõlapinda on avalikkuses saanud taimetoitlus, või sellest, kuidas kallis restorani söömisega oma staatust demonstreeritakse.

Olles ise juba veidi üle kaheksa aasta restoranis töötanud, on mul professionaalses mõttes olnud äärmiselt huvitav jälgida, millise tohutu arengu on Eesti söögikohad selle ajaga läbi teinud. Siiski ei seisa restoranid ühiskonnast eraldi, vaid on, vastupidi, sellega väga tihedalt seotud, sellest mõjutatud ja ka kujundavad seda ise. Kui buumiajal olid laialt levinud sammetapeetide ja kristall-lühtrite ning pikade ja keeruliste menüüdega kohad, siis pärast masu on üha enam tekkinud koduseid ja armsaid mõistliku hinnataseme ja lihtsate, ent maitvate toitudega kohti.

Restoraniomanikele on tegelikult väga oluline see, milline on väljas söömise kui nähtuse maine ühiskonnas tervikuna, millisena seda avalikus ruumis kujutatakse. Paar aastat tagasi nentis üks Eesti tuntu-