

Ahku, Northern Cowboy ja Ravintola Wanha Hullu Poro

– Levin ravintoloiden nimet

Saana Koivumaa

Maisterintutkielma

Suomen kielen ja suomalais-ugrialaisten

kielten ja kulttuurien maisteriohjelma

Suomen kieli

Humanistinen tiedekunta

Helsingin yliopisto

Huhtikuu 2022

Tiivistelmä

Tiedekunta: Humanistinen tiedekunta

Koulutusohjelma: Suomen kielen ja suomalais-ugrilaisten kielten ja kulttuurien maisteriohjelma

Opintosuunta: Suomen kieli

Tekijä: Saana Koivumaa

Työn nimi: *Ahku, Northern Cowboy* ja *Ravintola Wanha Hullu Poro* – Levin ravintoloiden nimet

Työn laji: Maisterintutkielma

Kuukausi ja vuosi: Huhtikuu 2022

Sivumäärä: 59 + 7

Avainsanat: nimistöntutkimus, funktionaalis-semanttinen analyysimalli, sosio-onomastiikka, kyselytutkimus, yritysnimet, paikallisuus

Ohjaaja tai ohjaajat: Taru Nordlund

Säilytyspaikka: Helsingin yliopiston kirjasto

Tiivistelmä:

Tutkimuksessa tarkastellaan Levi.fi-sivustolla esitettyjä Levin ravintoloiden markkinointinimiä. Tavoitteena on luoda yleiskuva nimien rakenteesta ja merkityksestä sekä selvittää, millaisena tavalliset kielenkäyttäjät näkevät Levin ravintoloiden nimet. Tutkimuksessa tarkastellaan lisäksi sitä, miten nimet ilmentävät paikallisuutta.

Tutkimuksessa on käytetty kahdenlaista aineistoa. Toinen osa-aineisto koostuu 52:sta Levin ravintolan nimestä, joiden rakennetta tarkastellaan funktionaalis-semanttisen analyysimallin avulla. Nimiä tarkastellaan niiden rakenteen, merkityksen ja funktion kautta. Toinen osa-aineisto on kyselytutkimus, jossa selvitetään adjektiiviparien vertailun avulla vastaajien mielipiteitä kahdeksasta Levin ravintolan nimestä sekä pyydetään nimiehdotuksia kuvitteelliselle Levin uudelle ravintolalle. Kyselytutkimukseen vastasi 81 vastaajaa.

Levin ravintoloiden nimet ovat pääasiassa yksikielisiä suomenkielisiä nimiä. Suurin osa nimistä sisältää liikeidea ilmaisevan nimenosan, joka on tyypillisesti *ravintola* (esim. *Ravintola Kiisa*). Selventäviä täydennysosia esiintyy nimissä erittäin vähän. Levin ravintoloiden nimien yksilöivät nimenosat ovat suurimmaksi osaksi epäsuorassa merkityssuhteessa tarkoitteeseensa (esim. *King Crab House*). Suurin osa Levin ravintoloiden nimistä ilmentää paikallisuutta jollain tavalla. Näitä tapoja ovat esimerkiksi suomen tai pohjoissaamen kieliainesten esiintyminen nimissä (esim. *Ahku*), suora viittaussuhde johonkin Levillä sijaitsevaan paikkaan (esim. *Immelkartano*) sekä epäsuoraviittaussuhde paikallisuuteen liittyviin semanttisiin kenttiin, kuten Lappi-aiheisiin asioihin ja ilmiöihin tai saamelaiskulttuuriin (esim. *Poron Bensis, Joiku Music Bar*).

Kyselytutkimuksessa suomenkieliset Levin ravintoloiden nimet saivat enemmän positiiviseksi miellettäviä arvioita vastaajilta kuin englanninkieliset. Miellyttävimpiä ja houkuttelevimpia nimiä olivat esimerkiksi *Ravintola Wanha Hullu Poro*, *Ravintola Sapuška* ja *Ravintola Saamen Kammi*. Nimet *Ravintola Gastro K.*, *Ravintola Horizont* ja *Ristorante Renna* saivat puolestaan enemmän arvioita epämiellyttävä, vieras, tylsä ja luotaantyöntävä. Uuden ravintolan nimiehdotusten aiheissa esiin nousivat luonto ja lappilaisuus. Nimet olivat pääosin yksikielisiä suomenkielisiä nimiä (esim. *Lapin lumo, Ravintola Kaamos*).

Sisällys

1 Johdanto	1
2 Aineisto	2
2.1 Levin matkailukeskus	2
2.2 Levi.fi-sivusto	3
2.3 Levin ravintolayritysten nimet	4
3 Tutkimuksen teoreettiset lähtökohdat	5
3.1 Kaupallisten nimien funktionaalis-semanttinen analyysi	5
3.2 Sosio-onomastiikka ja kansanlingvistiikka	12
3.3 Paikallisuus ja matkailu	13
3.4 Aiempaa tutkimusta	16
4 Funktionaalis-semanttinen analyysi	18
4.1 Nimien rakenne	18
4.1.1 Nimien kielellinen alkuperä	18
4.1.2 Nimien ortografia	25
4.1.3 Nimien nimenosat	28
4.2 Nimien merkitys	34
4.2.1 Suora merkityssuhde	34
4.2.2 Epäsuora merkityssuhde	35
4.2.3 Pakattu merkityssuhde	38
4.3 Nimien funktiot	38
4.3.1 Informatiivisuus	38
4.3.2 Houkuttelevuus	39
4.3.3 Käytännöllisyys	40
4.3.4 Integroivuus	40
5 Tavallisten kielenkäyttäjien näkemykset nimistä	41
5.1 Kyselyn vastaajat	41
5.2 Kielenkäyttäjien näkemykset Levin ravintoloiden nimistä	43
5.3 Millainen nimi uudelle ravintolalle annettaisiin?	52
6 Lopuksi	57
Lähteet	60
Liitteet	63

1 Johdanto

Lapin matkailu ja yritysnimet ovat kiinnostaneet minua pitkään, ja sitä kautta tämän maisterintutkielman aiheeksi valikoitui Levin matkailukeskuksen ravintoloiden nimet. Olen itse kotoisin Lapista, ja sen vuoksi lappilaisten yritysnimien tutkiminen innostaa minua erityisen paljon. Käsittääkseni matkailukeskusten nimiä ei ole aiemmin juuri tutkittu, lukuun ottamatta Jaana Pesosen Rukan matkailukeskusta käsittelevää kandidaatintyötä *Ahonlaita, Eturinne ja Vuosseli – tutkimus Rukan laskettelurinteiden nimistä* (2016).

Tarkastelen siis Levin ravintoloiden nimiä ja luon niistä yleiskuvan. Haluan selvittää, millaisia nimet ovat rakenteeltaan, merkitykseltään ja funktioiltaan, ja miten ne ilmentävät paikallisuutta. Minua kiinnostaa myös nimien kielellinen alkuperä, sillä nimissä esiintyy jonkin verran vaihtelua suomen kielen, englannin, pohjoissaamen ja italian välillä. Lisäksi tutkin kyselytutkimuksella sitä, millaisia näkemyksiä tavallisilla kielenkäyttäjillä on Levin ravintoloiden nimistä sekä sitä, millaisen ravintolan nimen he antaisivat uudelle ravintolalle.

Tutkimuskysymykseni ovat:

1. Millainen rakenne, merkitys ja funktio Levin ravintoloiden nimillä on?
2. Millaisena tavalliset kielenkäyttäjät näkevät Levin ravintoloiden nimet?
3. Miten paikallisuus ilmenee Levin ravintoloiden nimissä?

Tutkimuksen kohteena ovat nimenomaan ne Levin ravintoloiden markkinointinimet, jotka näkyvät asiakkaille Levi.fi-sivustolla. En siis tutki lainkaan yritysten rekisterinimiä, sillä niiden tarkastelu ei ole tämän tutkimuksen kannalta mielekästä. Rekisterinimissä näkyvä yritysmuotoa ilmaiseva nimenosa ei kerro mitään paikallisuudesta, eivätkä rekisterinimet ole relevantteja tavallisten kielenkäyttäjien näkökulmasta.

Esittelen seuraavaksi luvussa 2 aineistoni. Sen jälkeen esittelen tutkimukseni teoreettiset lähtökohdat, kaupallisten nimien tutkimuksen, funktionaalisen-semanttisen analyysin ja sosio-onomastiikan, luvussa 3. Analyysini jakautuu kahteen analyysilukuun: luvussa 4 tarkastelen Levin ravintoloiden nimiä funktionaalisen-semanttisen analyysimallin avulla ja luvussa 5 tarkastelen kyselytutkimukseni vastauksia. Luvussa 6 teen yhteenvedon tutkimukseni tuloksista ja pohdin, millaisia päätelmiä tutkimukseni pohjalta voi tehdä.

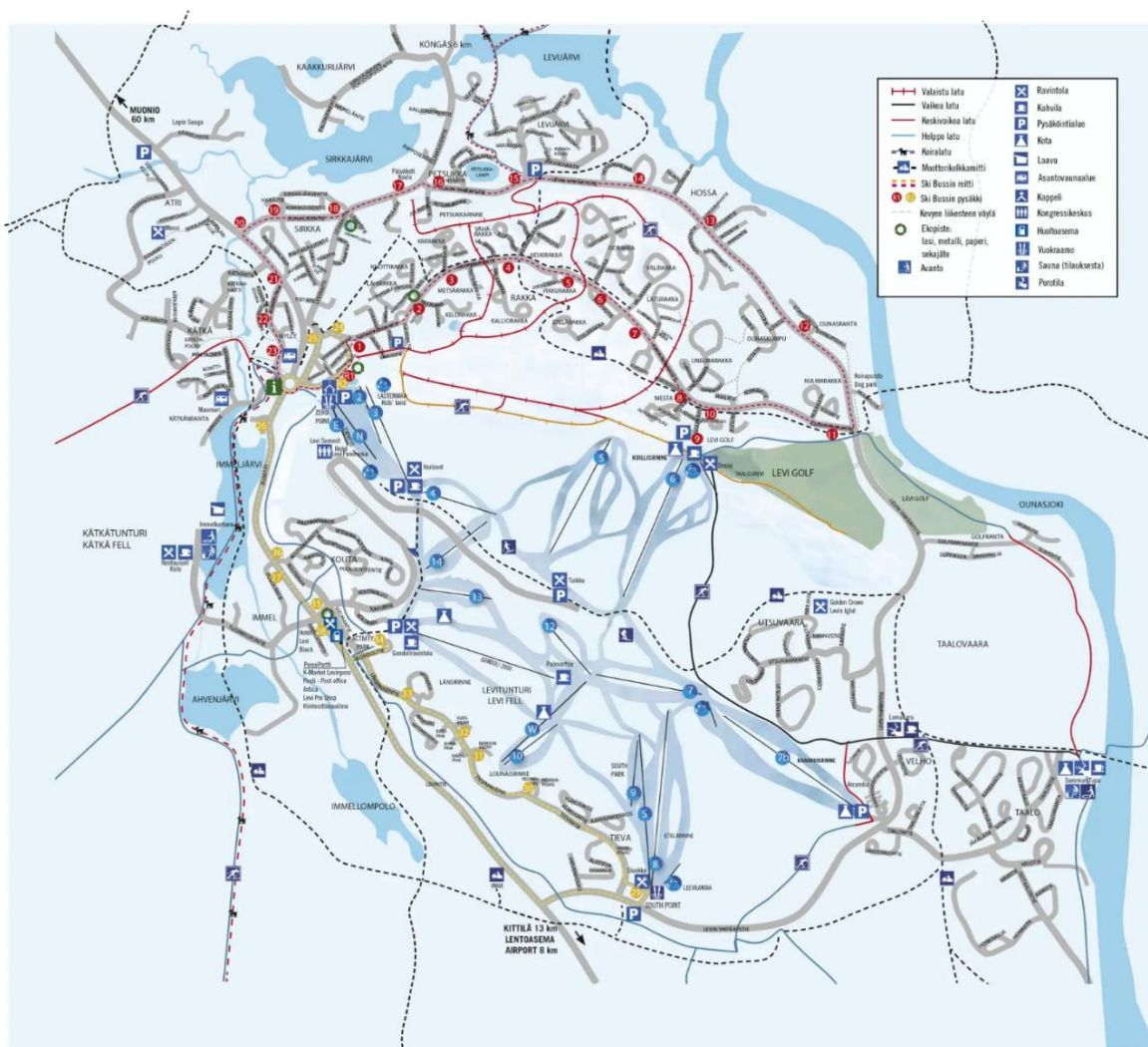
2 Aineisto

2.1 Levin matkailukeskus

Levin ympärivuotinen matkailukeskus on rakentunut Levitunturin ympärille. Levitunturi sijaitsee Sirkkan kylässä Kittilän kunnassa Lapin länsiosassa, ja Levin matkailukeskus on Suomen suurin talviurheilukeskus. Kittilän kunta ulottuu yli 8000 neliökilometrin alueelle ja siellä on asukkaita noin 6400. Sirkka on yksi Kittilän yli 30 kylästä. Sirkkan kylässä asukkaita on noin 890. Levin matkailukeskuksen myötä Sirkkan kylään on tullut paljon uusia työpaikkoja, palveluita ja yrityksiä. Levillä käy turisteja niin kotimaasta kuin ulkomailtakin, ja sinne pääsee sekä lentäen että autolla. Kittilän lentoasemalle saapuu lentoja kotimaan lisäksi Euroopasta, ja lentoasemalta ajaa Leville 15 minuutissa. Lähin juna-asema sijaitsee Kolarissa, joka on noin 80 kilometrin päässä Levin matkailukeskuksesta. (House of Lapland; Kittilän kunta.)

Levillä on monenlaisia aktiviteetteja lomailijoille. Levin hiihtokeskuksessa on kaiken kaikkiaan 43 laskettelurinnettä, joita voi myös kesäisin laskea alas alamäkipyörillä. Levillä on lisäksi useita vaellusreittejä. Aikaa voi kuluttaa myös esimerkiksi seikkailupuistossa, porotilalla, koiravaljakkotarhalla, moottorikelkkasafarilla tai *Snow Village* -lumikylässä. Levin keskustassa järjestetään ympärivuotisia tapahtumia ja suomalaisten huippuartistien konsertteja. Levillä on myös runsaasti erilaisia ravintoloita, joiden nimiin tässä maisterintutkielmassa perehdytään. (House of Lapland.)

Kuvassa 1 on Levin matkailukeskusta talviaikaan havainnollistava opaskartta. Se tuo hyvin esiin alueen, jolla tarkastelemani Levin ravintoloiden nimet esiintyvät, ja osa ravintoloista on merkitty karttatunnuksella *ravintola*, *kahvila* tai *kota*. Kartta havainnollistaa myös sitä, kuinka Levin matkailukeskus on keskittynyt Levitunturin ympärille.



Kuva 1. Tunturikylän opaskartta – talvi. (Levi-info)

2.2 Levi.fi-sivusto

Tämän maisterintutkielman aineisto on kerätty Levi.fi-sivustolta. Levi.fi on *Levin Matkailu Oy:n* (markkinointinimi *Visit Levi*) sekä *Oy Levi Ski Resort Ltd:n* yhteinen verkkosivusto. Levi.fi-sivusto esittelee Levin matkailukeskusta palveluineen kaikista kattavimmin. Sivuston sivukartta sisältää seuraavat otsikot: *Info, Majoitus, Aktiviteetit, Laskettelu ja hiihto, Pyöräily, Tapahtumat, Ruoka ja juoma* sekä *Inspiroidu*. Olen kerännyt aineistoni Ruoka ja juoma -otsikon alta syksyllä 2020. Kerron aineistosta tarkemmin alaluvussa 2.3.

Valitsin Levi.fi-sivuston aineistolähteeksi siksi, että löysin sieltä merkittävimmän osan Levillä sijaitsevista ravintoloista. Levin ravintolayritysten nimet oli myös helppo kerätä Levi.fi-sivustolta, sillä ne on esitetty siellä järjestelmällisesti ja selkeästi. Ne ovat siellä

markkinointinimien muodossa rekisterinimien sijaan, mikä sopi tutkimukseeni hyvin. On kuitenkin huomioitava, että ravintolayritysten nimet voivat muissa konteksteissa poiketa kirjoitusasultaan Levi.fi-sivustolla esitetyistä nimistä. Lisäksi ne voivat katukuvassa näyttää erilaisilta. Selkeyden vuoksi tarkastelen ravintoloiden nimiä juuri siinä kirjoitusasussa, jossa ne on sivustolla esitetty.

Huomionarvoista on myös se, että Levi.fi-sivustolla ei mainita kaikkia Levillä sijaitsevia ravintoloita. Levi.fi-sivustolla mainitut ravitsemusyrietykset osallistuvat Levin ja Kittilän yhteiseen markkinointiin (Visit Levi). Siten sellaiset ravitsemusyrietykset, jotka eivät tee yhteistyötä, jäävät sivustolla mainitsematta. Valitettavasti sen vuoksi ne jäävät myös aineistoni ulkopuolelle. Karkea arvioni on, että tutkimuksen ulkopuolelle jääviä Levin ravintoloiden nimiä on noin kymmenkunta.

2.3 Levin ravintolayritysten nimet

Tutkimusaineistoni koostuu kahdesta eri osa-aineistosta. Toinen osa aineistosta koostuu edellä esitellyn Levi.fi-sivuston 52:sta Levi.fi ravintolayrityksen nimestä. Nimiä kertyi aluksi 58 kappaletta. Jätin analyysin ulkopuolelle kuusi nimeä, *Burger King*, *Classic Pizza Restaurant*, *Coffee House & Bar Levi*, *Pannukakkutalo*, *Stefan's Steakhouse* ja *Subway*, jotka ovat ravintolaketjujen nimiä ja lähestulkoon samannäköisiä riippumatta paikasta. Siten määräksi jäi lopulta 52 Levin ravintolan nimeä. Aineiston laajuus mahdollistaa hyvin nimien tarkan laadullisen analyysin.

Levi.fi-sivustolla nimet on jaoteltu ravintolan tyyppin mukaan: 1) Ruokaravintolat, 2) Kahvilat ja leipomot, 3) Latukahvilat ja rinneravintolat, 4) After ski, pubit ja yökerhot sekä 5) Tilausravintolat ja pitopalvelut. Otan tarkasteluun kaikki nimet jokaisesta kategoriasta lukuun ottamatta hotelleja. Osa ravintoloista myös esiintyy kahdessa tai useammassa kategoriassa. Lisäksi olen valokuvannut osan Levin ravintoloiden kylteistä, jotta voin havainnollistaa nimien ulkoasua Levin katukuvassa.

Toinen osa-aineistoni koostuu kyselytutkimuksesta, jossa selvitin kielenkäyttäjien mielipiteitä Levin nimistöstä. Jaoin kyselyn Facebookissa omalla sivullani, ja pyysin jakamaan sitä myös eteenpäin. Kysely oli saatavilla 4,5 tunnin ajan 9.1.2022. Otin kyselyn pois, kun vastauksia oli kertynyt 100. Kyselytutkimuksen avulla halusin selvittää seuraavia asioita: 1) millaisina Levin ravintoloiden nimiä pidetään, ja 2) minkä nimen tavallinen kielenkäyttäjä antaisi Levin uudelle ravintolalle nimeksi? Vastaajan taustatiedoista selvitin hänen

asuinpaikkakuntansa sekä sen, onko hän käynyt Levillä. Vastaajan iällä tai sukupuolella ei ollut merkitystä tämän tutkimuksen kannalta, joten en kysynyt niitä. Vastauksia kyselyyn kertyi yhteensä 100, mutta vain 81 vastaajaa saattoi kyselyn loppuun. Tulosten luotettavuuden vuoksi otan analyysissä huomioon vain niiden 81 vastaajan vastaukset, jotka vastasivat kaikkiin kysymyksiin ja päättivät kyselyn.

Valitsin kyselyn kysymystyypiksi semanttisen differentiaalimittauksen (myös *Osgoodin asteikko*), jossa vastaajan tulee valita sopiva kohta semanttisesti vastakkaisten asioiden (esim. *ystävällinen/epäystävällinen*) väliseltä asteikolta. Vastaaja siis valitsee kahden adjektiivin väliltä sen, kumpi kuvaa hänen asenteitaan tai mielipiteitään paremmin. Asteikon pituus voi vaihdella, mutta omassa kyselylomakkeessani käytin asteikkoa 1–4. Valitsin parittoman asteikon siksi, että vastaaja ei voisi valita niin sanottua neutraalia keskivaihtoehtoa. Keskivaihtoehtoa on vaikea tulkita, sillä se voi viitata ainakin kahteen eri asiaan. Se voi viitata siihen, että vastaajan asenne sijaitsee kyseisessä kohdassa asteikkoa tai siihen, että vastaaja ei tiedä, mitä mieltä on. (Garrett 2010: 55.)

3 Tutkimuksen teoreettiset lähtökohdat

Tutkimukseni kannalta keskeisimpiä nimistöntutkimuksen menetelmiä ovat funktionaalisesemanttinen analyysi ja kansanlingvistiikka. Funktioneaalisesemanttinen analyysi on Paula Sjöblomin (2006) kehittämä analyysimalli kaupallisten nimien tutkimukseen (2006). Esittelen mallia alaluvussa 3.1. Kansanlingvistinen tutkimus (myös *kansanonomastiikka*) tarkastelee tavallisten kielenkäyttäjien eli maallikoiden käsityksiä ja havaintoja nimistä ja nimistönkäytöstä. Esittelen kansanlingvistiikan lähtökohtia luvussa 3.2. Luvussa 3.3. esittelen kolmannen tutkimuskysymyksen kannalta keskeistä käsitettä paikallisuus ja luvussa 3.4 esittelen vielä kaupallisia nimiä käsittelevää aiempaa tutkimusta, jota on tehty erityisesti opinnäytteissä.

3.1 Kaupallisten nimien funktionaalisesemanttinen analyysi

Kaupallisten nimien tutkimus on nuori tutkimusala suhteessa muihin onomastiikan aloihin, kuten henkilönnimien - ja paikannimien tutkimukseen. Suurin osa kaupallisten nimien

tutkimuksesta on tehty markkinoinnin näkökulmasta. Pelkästään yritysnimiin tai tuotenimiin liittyvää tutkimusta ei ole tehty yhtä paljon. (Ainiala & Saarelma & Sjöblom 2008: 284–285.)

Kaupallisilla nimillä tarkoitetaan sellaisia nimiä, jotka pyrkivät vaikuttamaan kuluttajiin ja sijoittajiin. Kaupallisella nimellä on omistaja, joka määrittää oikeudet ja rajat nimen käytölle. Kaupallisella nimellä on rahallista arvoa. Nimiä käytetään kaupallisiin tarkoituksiin, koska erisnimen tehtäviä ovat muun muassa tarkoiteensa yksilöinti, korostaminen ja muista erottautuminen. Samalla tavalla esimerkiksi yritysten tuotteita pyritään tuomaan esille muiden tuotteiden joukosta. Nimiin liittyy myös paljon tunnemerkityksiä, jotka voivat vaikuttaa mielikuvaan nimen tarkoitteesta. Nimen avulla voidaan luoda niin positiivisia kuin negatiivisiakin mielikuvia nimen tarkoitteesta. Positiivisten mielikuvien luominen voi kääntyä myös tarkoitustaan vastaan, mikäli markkinoilla on paljon samankaltaisia, positiivisia mielikuvia luovia nimiä. Tällöin nimi ei erotu joukosta. Sen vuoksi jatkuvasti pyritäänkin keksimään uusia, uniikkeja nimiä. (Ainiala ym. 2008: 275–276.)

Kaupalliset nimet koostuvat pääasiassa yritysnimistä ja tuotenimistä. Tässä tutkimuksessa tarkastelun kohteena ovat yritysnimet, joten taustoitan niitä erityisesti. Yritysnimi viittaa vakiintuneesti tiettyyn yritykseen ja yksilöi sen. Yritysnimen synonyyminä käytetään *toiminimeä*, jolla viitataan kaikenlaisiin yritysten nimiin yrityksen muodosta riippumatta. Yleisessä kielenkäytössä toiminimellä tarkoitetaan kuitenkin usein nimenomaan yhden henkilön harjoittamaa yritystoimintaa, mikä voi aiheuttaa epäselvyyttä. Käytän itse tässä maisterintutkielmassa termiä yritysnimi. (Ainiala ym. 2008: 276–277.)

Kaupallisilla nimillä on merkittävä rooli yritysviestinnässä. Ne vaikuttavat vahvasti siihen, minkälaisen kuvan yritys antaa itsestään. Yritysviestinnässä käytetään visuaalisia ja verbaalisia keinoja. Visuaalisia keinoja ovat muun muassa logot ja liikemerkit. (Ainiala ym. 2008: 280.) Esimerkiksi Levin ravintoloiden nimet *Kekäle Bar & Grill* ja *Joiku Music Bar* näyttäytyvät visuaalisesti liikemerkeissä kuvassa 2.



Kuva 2. *Kekäle Bar & Grill ja Joiku Music Bar.*

Verbaalisia keinoja käytetään puolestaan asiasisällöissä, jotka kertovat yrityksestä. Niitä ovat tekstin sisältö, kielelliset valinnat ja yrityksen nimipolitiikka. Kielellisillä valinnoilla tarkoitetaan sitä, mitä kieltä käytetään ja miten kieltä käytetään. Yrityksen nimipolitiikalla tarkoitetaan puolestaan sitä, mitä nimetään ja minkälaisia nimet ovat. (Ainiala ym. 2008: 280.)

On tärkeää muistaa, että kaupalliset nimet ovat vahvasti kiinni kaupallisessa kontekstissa. Niiden tehtävänä on täyttää liike-elämän asettamia vaatimuksia. Sen lisäksi ne ovat osa laajempaa kulttuuripiiriä ja kielenkäyttöä. Taloudessa vaikuttavat myös kulttuurin piirteet. Kaupallisten nimien tehtäviä ovat esimerkiksi erottuminen muista nimistä, informaation kantaminen, asiakkaiden houkuttelemine ja tunteisiin vetoaminen. Lisäksi niiden on oltava käytännöllisiä esimerkiksi nimen pituuden, kirjoitettavuuden ja äännettävyyden suhteen. Kaupallinen nimi voi myös pyrkiä sulauttamaan yrityksen tiettyyn kulttuuripiiriin tai tuotanto- tai palveluun. (Ainiala ym. 2008: 281–282.)

Kaupalliset nimet ovat hyvin erilaisia verrattuna esimerkiksi henkilönnimiin tai paikannimiin. Kaupalliset nimet ovat pääosin virallisia nimiä eli viranomaisten rekisteröimiä. Myös kaupallisten nimien rakenne poikkeaa onomastiikan muista tutkimusaloista, sillä siinä esiintyy runsaasti variaatiota. Paikannimien rakenteen tarkastelua varten luotu syntaktis-semanttinen malli ei palvele kaupallisten nimien analyysiä, koska kaupalliset nimet ovat monimutkaisempia ja monielementtisempiä kuin paikannimet. Kaupallisten nimien tutkimuksessa hyödynnetään siis omanlaisiaan tutkimusmetodeja. (Ainiala ym. 2008: 282–283.)

Paula Sjöblomin kaupallisten nimien analyysiin kehittämässä funktionaalis-semanttisessa analyysissä nimet jaetaan nimenosiin, jotka määritellään funktionaalis-semanttisin perustein (Ainiala ym. 2008: 283). Nimen pilkkominen osiin helpottaa nimen rakenteen tarkastelua. Nimenosat ovat: 1) yritysmuotoa ilmaiseva nimenosa, 2) liikeideaa ilmaiseva nimenosa, 3) yksilöivä nimenosa sekä 4) selventävä täydennysosa. Kaikkien nimenosien esiintyminen yritysnimessä on kuitenkin harvinaista (Sjöblom 2006: 149–150).

Jokaisella nimenosalla on oma tehtävänsä nimen kokonaisuudessa, kuten taulukosta 1 käy ilmi. Esimerkiksi nimi *Kauneushoitola Päivänpaiste tmi Tarja Tappurainen* sisältää neljä eri nimenosaa. *Kauneushoitola* on liikeideaa ilmaiseva nimenosa, *Päivänpaiste* on yksilöivä nimenosa, *tmi* on yritysmuotoa ilmaiseva nimenosa ja *Tarja Tappurainen* on lisäinformaatiota antava täydennysosa. Nimenosien erittelyn eli typologisen analyysin päämääränä on luoda aineistosta yleiskuva. Sen avulla voidaan selvittää sitä, miksi nimet ovat sellaisia kuin ovat. (Ainiala & Sjöblom 2020: 809–810.) Taulukossa 1 on esitetty myös kolme Levin ravintolan nimeä, jotka koostuvat liikeideaosasta ja yksilöivästä osasta. On huomioitava, että nimenosien järjestys voi myös vaihdella (Ainiala ym. 2008: 150). Yksilöivä osa voi esimerkiksi olla ennen liikeideaosaa, esim. *Reindeer lounge & bar*.

liikeideaosa	yksilöivä osa	yritysmuoto-osa	täydentävä osa
<i>Kauneushoitola</i>	<i>Päivänpaiste</i>	<i>tmi</i>	<i>Tarja Tappurainen</i>
<i>Näköalaravintola</i>	<i>Tuikku</i>	-	-
<i>Café ja Bar</i>	<i>Kota</i>	-	-
<i>Ravintola</i>	<i>Panorama</i>	-	-

Taulukko 1. (Mukaihen Ainiala & Sjöblom 2020: 810.)

Nimenosat eroavat toisistaan siinä, mikä niiden asema nimessä on. Toiset ovat välttämättömämpiä kuin toiset. Yksilöivä nimenosa on yritysnimille välttämätön, sillä yritysnimen tulee yksilöidä yritys. Osakeyhtiöiden nimissä tulee puolestaan lisäksi olla yritysmuotoa ilmaiseva nimenosa (Sjöblom 2006: 150). Toiminimilain 7 § edellyttää, että kaikissa paitsi yksityisissä toiminimissä ja avoimien yhtiöiden nimissä tulee olla mainittuna yrityksen yhtiömuoto. Yrityksen yhtiömuodon tunnus on yksi neljästä nimenosasta: yritysmuodon ilmaiseva osa. Se luokittelee yrityksen tiettyyn yritystyyppiin (esim. *Liikelahja Korhonen Oy*). (Sjöblom 2006: 151–153.)

Liikeideaa ilmaiseva nimenosa kertoo yritysmuotoa ilmaisevaa nimenosaa tarkemmin, mikä yrityksen laji on kyseessä eli onko yritys esimerkiksi kampaamo tai asianajotoimisto. Liikeideaa voidaan ilmaista myös muulla tavoin kuin yrityksen lajia kuvaavalla sanalla. Näitä tapoja ovat esimerkiksi yrityksen tuotteesta tai palvelusta mainitseminen ja yrittäjän ammattiin tai yrityksen toiminnan vaikutuksiin viittaaminen. Liikeideaa ilmaiseva nimenosa havaitaan nimestä semanttisin perustein. Nimenosa kuvaa liikeidean sisältöä eli tuotteita (esim. *burger*) ja palveluita (esim. *asennus*) sekä liikeidean kehyksiä eli toimintapaikkaa (esim. *café*) ja toiminnan muotoa (esim. *tiimi*). Liikeideaa ilmaiseva nimenosa on tyyliltään neutraali: siinä ei ole kohosteisia sanavalintoja, affektiivisiä merkityksiä eikä kohosteista tyyllisävyä. (Sjöblom 2006: 153–154.)

Yksilöivä nimenosa on välttämätön osa jokaista yritysnimeä. Liikeideaa kuvaava nimenosa ei yksinään riitä yksilöimään yritystä. Yksilöivä nimenosa voi olla itsenäisesti toimiva osa, tai se voi myös olla liikeideaa ilmaisevan nimenosan määritteenä. On hyvä huomata, että myös yksilöivä nimenosa voi semanttisesti viitata yrityksen liikeideaan. Se voi viitata siihen kuitenkin vain epäsuorasti tai epätavallisesti. Yksilöivä nimenosa voi olla esimerkiksi henkilönnimi, paikannimi, muu erisnimi, leksikaalista merkitystä kantava ilmaus, tekosana, kirjainlyhenne tai numero (esim. *Make-up Studio Nina Orell*, *Hertsikan Pizza-Kebab*, *Kuvitustoimisto Luovamies*). (Sjöblom 2006: 166–175.)

Selventävä täydennysosa on sellainen nimenosa, joka ei ole nimessä välttämätön. Sen tehtävä on antaa jotain lisätietoa esimerkiksi yrityksen kotipaikasta tai omistajasta. Selventävän täydennysosan voi tunnistaa esimerkiksi siitä, että sen puuttuminen ei vaikuta nimen yksilöivään luonteeseen. Nimi säilyy siis yksilöivänä, vaikka selventävä täydennysosa otettaisiin pois. Usein selventävänä täydennysosana on paikan- tai henkilönnimi. Täydennysosalla voidaan esimerkiksi erottaa muuten samannimiset yritykset toisistaan, esim. *City-TV Oy Suomi*, *City-TV Oy Pirkanmaa*. Selventävä täydennysosa voi joskus olla genetiivimuotoinen paikannimi, kuten nimessä *Helsingin Oikotie Oy*. Selventävä täydennysosa voi viitata myös yrityksen omistajaan, esim. *Fysioterapia Balanssi Kirsti Ahlbom*. (Sjöblom 2006: 187–189.)

Yritysnimien merkitystä voi tarkastella siten, että katsotaan, millainen proprin suhde on tiettyihin kognitiivisiin alueisiin, kuten yrityksen omistajaan, yrityksen sijaintiin tai toimialueeseen, yrityksen toimialaan tai liikeideaan, yrityksen toimintatapaan, kokoon tai organisaatioon. Merkityssuhteet edellä mainittuihin kognitiivisiin alueisiin voivat olla suoria, epäsuoria, pakattuja tai katkaistuja. (Sjöblom 2006: 203–204.)

Sjöblomin mukaan suorassa merkityssuhteessa nimi on informatiivinen ja kuvaileva. Se kertoo yrityksestä asioita suoraan, ja se voi esimerkiksi viitata suoraan yrityksen omistajaan tai toimialaan. Esimerkiksi sellaisilla yritysnimillä, joissa on yrityksen sijaintia tai toimialuetta ilmaiseva erisnimi, on suora merkityssuhde (esim. *Sodankylä Invest, Suomen Kirjuriuote Oy*). On huomioitava, että liikeidea ilmaisevan nimenosan merkityssuhde kognitiivisiin alueisiin on aina suora. Liikeidea ilmaiseva nimenosa ilmaisee yrityksen toimialaa, toimintatapaa tai organisaatiota semanttisesti suoraan. (Sjöblom 2006: 204–207.)

Epäsuora merkityssuhde voi esiintyä ainoastaan yksilöivässä nimenosassa. Epäsuora merkityssuhde on sellainen, jossa nimellä on yritykseen liittyviä merkityksiä, mutta se ei suoraan kuvaa yritykseen liittyviä realiteetteja. Nimessä esitetty kielellinen ilmaus herättää mielikuvia esimerkiksi esineestä tai asiasta, joka toimii sisäänpääsynä merkitysten verkkoon. Toinen sisäänpääsy siihen on nimen tarkoitteena oleva yritys. Ilmauksen tulkitsemiseksi tulee löytää näitä entiteettejä yhdistäviä ”merkityssäikeitä”. Tulkinta voi olla metonyyminen tai metaforinen. Metaforisella nimellä pyritään korostamaan joitakin yritystoimintaan liittyviä näkökulmia. Sillä halutaan tavallisesti luoda yrityksestä positiivisia mielikuvia, esim. *Interaktiivinen Satama Oy (atk), Lättypaja Oy (ravintola), Oy Takomo Bros Holding (rahoitus)*. Yritystä voidaan metaforisesti verrata johonkin esineeseen, jonka ominaisuuksia halutaan liittää yrityksestä saataviin mielikuviin, esim. *Golden Key (verkostomarkkinointi), Rakennuskompassi Oy (rakennus)*. Metafora voi liittyä myös esimerkiksi johonkin miellyttävään, jännittävään tai onnelliseen paikkaan, kuten nimissä *Ilon lähde Oy (luontaishoidot), Kuva Viidakko Oy (mm. julisteiden laminointi), Päiväkoti Karusellimaa Oy*. Yritystä voidaan verrata myös arvostettuun, hyvää tekevään tai osaavaan ihmiseen, esim. *Asuntoherttua Oy (kiinteistövälitys), Kiinteistövelho Tmi (insinööritoimisto)*. Yritysnimissä voi esiintyä metafora, jossa yritys on jokin voimakas ilmiö, esim. *Tekstituli (viestintä)*. Metonyymiset eli kosketus- tai suhdeassosiaatioon perustuvat nimet ovat luonnollisessa kosketusyhteydessä yrityksen ominaisuuksiin. Metonyymiset käsitteet kuuluvat yrityksen edustamien asioiden käsitteemaailmaan. (Sjöblom 2006: 207–213.)

Suorassa ja epäsuorassa merkityssuhteessa olevat nimet on muodostettu jo olemassa olevien symbolisten yksiköiden pohjalta. Näin ei kuitenkaan ole pakatun eikä katkaistun merkityssuhteen kohdalla, sillä nimet, joiden merkityssuhde on pakattu tai katkaistu, vaikuttavat läpinäkymättömiltä tai merkityksettömiltä. Niissä voi kuitenkin olla osia sanoista, henkilönnimistä tai kokonaisia sanoja yhdistettynä erikoisella tavalla. Pakattu merkityssuhde tarkoittaa sitä, että nimeen on pakattu tiiviisti useita erilaisia merkityssisältöjä. Merkitysyhteydet ovat mutkikkaampia ja usein subjektiivisempia kuin epäsuorassa suhteessa.

Katkaistu merkityssuhde on sellainen, ettei nimen äänneasu herätä mitään yritykseen liittyviä mielikuvia. Nimi saa merkityksensä ainoastaan tarkoitteensa eli yrityksen perusteella. Katkaistuun merkityssuhteeseen perustuvat nimet toimivat hyvin yksilöivässä funktiossa, mutta ne eivät anna juurikaan informaatiota yrityksestä. (Sjöblom 2006: 219, 225–226).

Propreilla on identifioivan tehtävän ja merkityksiä välittävän tehtävän lisäksi myös interpersonaalisia tehtäviä. Vaikka nämä interpersonaaliset funktiot ovat kytköksissä nimien merkityssuhteisiin, ne eroavat silti toisistaan. Nimien funktiot liittyvät kielen käyttöön, kun taas nimien merkityssuhteet liittyvät selkeämmin itse kieleen. (Sjöblom 2006: 231.) Erilaisia yritysnimien funktioita ovat esimerkiksi houkuttelevuus, informatiivisuus, käytännöllisyys, integroivuus ja individualisoivuus. Yksi nimi voi palvella samaan aikaan useita eri funktioita (Sjöblom 2006: 242).

Yritysnimi toimii informatiivisessa funktiossa, kun se antaa suoraa tietoa yrityksestä tai tuotteesta. Nimi voi kertoa yrityksen omistajasta esimerkiksi tämän nimen tai ammatin avulla. Nimi voi myös antaa tietoa paikasta paikannimen tai paikkaan viittaavan appellatiivin keinoin. Lisäksi nimi voi kertoa yrityksen toimialasta käyttämällä toimialaan viittaavia appellatiiveja. On huomioitava, että kaikki suoraan merkityssuhteeseen perustuvat nimet sisältävät tietoa yrityksestä. Siispä kaikki nimet, joissa on liikeidea ilmaiseva nimenosa tai selventävä täydennysosa, ovat informatiivisia. (Sjöblom 2006: 232–233.)

Toinen yritysnimen mahdollisista funktioista on houkuttelevuus, joka on nykypäivänä hyvin tärkeä funktio. Nimen tulee herättää asiakkaassa positiivisia mielikuvia, sellaisia kuten helposti lähestyttävyyys, asiantuntevuus ja palvelevuus. Houkuttelevalla funktiolla pyritään ohjailemaan asiakasta siten, että hän haluaa esimerkiksi ostaa yrityksen tuotteita. On kuitenkin hankalaa objektiivisesti arvioida sitä, onko nimi houkutteleva, sillä se perustuu paljolti subjektiiviseen kokemukseen. Yritysnimi voi olla houkutteleva esimerkiksi henkimällä turvallisuutta, esim. *Tietokilta Oy*. Se voi myös herättää uteliaisuutta (esim. *Alexin Aarteisto Oy*) tai viihdyttää (esim. *Huh huh -filmi Oy*). Houkutteleva yritysnimi voi myös vastata kohderyhmän tarpeisiin (esim. *Eevan Terveet Jäsenet*) tai se voi olla esteettisesti miellyttävä (esim. *Taivaanvaeltaja*). (Sjöblom 2006: 234–235.)

Käytännöllisyys on yksi yritysnimelle ominainen funktio. Se korostaa nimen välinearvoa. Tällainen nimi voi olla esimerkiksi helppo taivuttaa ja ääntää. Aakkosten alkupäässä sijaitsevilla nimillä on myös käytännöllinen funktio. Toki yritysnimen käytännöllisyydestä kertoo myös se, jos se on aakkostetuissa luetteloissa samassa kohdassa kuin kilpailevien yritysten nimet. On mahdollista, että tämä vaikuttaa siihen, että liikeidea ilmaiseva nimenosa usein sijoitetaan yritysnimen alkuun. (Sjöblom 2006: 236.)

Nimet voivat vahvistaa jonkin yhteisön ryhmäidentiteettiä ja yhteenkuuluvuutta. Integroivassa funktiossa toimiva nimi osoittaa yrityksen yhteyttä esimerkiksi tiettyyn kulttuuriin tai tiettyyn maantieteelliseen alueeseen, tai kutsuu samaistumaan nimeen. Esimerkiksi suoraan maantieteelliseen sijaintiin viittaavilla nimillä on integroiva funktio (esim. *T:mi Helsingin Kuvataideterapia*). Nimi voi toimia integroivassa funktiossa myös epäsuorasti, kuten sisältämällä paikallismurretta, esim. *Soitinhuolto Skebab* (*skeba* 'kitara'). Tälle ilmiölle vastakkainen asetelma on se, että nimen avulla pyritään antamaan kansainvälinen kuva yrityksestä valitsemalla esimerkiksi englanninkielisiä ilmauksia, internationalismeja tai länsimaisia kieliä hyödyntäviä tekosanoja (esim. *Altia Group Oy*). Tällaiset nimet eivät ole alueellisesti integroivia, mutta ne pyrkivät integroimaan tiettyyn yrityskulttuuriin. (Sjöblom 2006: 237–238.)

Individualisoiva nimi yhdistää kaupallisen nimen henkilönimeen. Henkilönnimellä on individualisoiva, inhimillistävä ja persoonallistava funktio. Sjöblomin aineistossa esimerkkejä individualisoivista yritysnimistä ovat muun muassa *Anzelina Tmi*, *Prumecia Ab*, *Stellina Oy*. (Sjöblom 2006: 239–242.)

3.2 Sosio-onomastiikka ja kansanlingvistiikka

Toinen kaupallisten nimien tutkimuksessa käytetty metodi on *sosiolingvistiikka*, jota voidaan kutsua myös *sosio-onomastiikaksi*. Sosio-onomastiikka tutkii nimien käyttöä ja variaatiota. Sosiolingvistisessä tutkimuksessa huomioidaan se sosiaalinen ja tilanteinen kenttä, jossa nimiä käytetään (Ainiala ym. 2008: 75; Ainiala & Pitkänen 2002: 237). Sosiolingvistisen tutkimuksen piiriin kuuluu *kansanlingvistinen tutkimustapa*, jota hyödynnän tässä maisterintutkielmassa. Kansanlingvistinen tutkimus (myös *kansanonomastiikka*) tarkastelee tavallisten kielenkäyttäjien eli maallikoiden käsityksiä ja havaintoja nimistä ja nimistönkäytöstä. Se tutkii esimerkiksi asenteita nimiä kohtaan. (Ainiala ym. 2008: 77; Ainiala & Halonen 2011: 193.)

Kansanlingvistiikassa nimiä koskeva puhe voi liittyä itse nimiin ja nimielementteihin, tai nimienkäyttöön ja nimenkäyttäjiin liittyviin uskomuksiin. Nimiin ja nimielementteihin kohdistuvat puheet koskevat yleensä nimen leksikaalista tai muuta kielellistä sisältöä ja ulkoasua. Nimienkäyttöön ja nimenkäyttäjiin liittyvät puheet kohdistuvat nimen käytettävyyteen. Kansanlingvistiikassa käytetään aineistona usein haastattelu- ja keskusteluaineistoa. Kyselylomakkeella voidaan kerätä nopeasti suuria aineistoja. Kielenkäyttäjän raportoinnit omasta tai muiden kielenkäytöstä voivat olla joskus ristiriidassa

spontaanin ja todellisen kielenkäytön kanssa. Tällaiset ristiriidat voivat selittyä esimerkiksi sillä, että kielenkäyttäjät raportoivat käyttävänsä tiettyä nimeä (esim. *Stadi*), koska hän haluaa ilmentää tiettyä identiteettiä. Todellisuudessa hän saattaa käyttää enemmän toista nimeä (esim. *Helsinki*). Kansanlingvistiikalla tutkitaan myös sitä, millaisia asenteita nimiin liitetään ja millaisia mielikuvia tai merkityksiä niille annetaan. Vastajaa voidaan pyytää liittämään nimiin eri adjektiiveja valmiiden vastakohtaparien väliltä (esim. *miellyttävä–epämiellyttävä, vanhanaikainen–nuorekas*). Verkkokeskusteluissa on puolestaan usein saatavilla hyvinkin tunnepitoisia kommentteja erilaisiin nimiin liittyen. (Ainiala & Sjöblom 2020: 821–822.)

3.3 Paikallisuus ja matkailu

Paikallisuudesta puhuttaessa herää helposti kysymys, mitä *paikallisuus* oikeastaan tarkoittaa? Ilmiön määrittely ei ole kovin yksinkertaista. Kielitoimiston sanakirjan mukaan sana *paikallinen* voidaan määritellä esimerkiksi seuraavilla tavoilla: ”1) paikkaa koskeva, paikan perusteella määritettävä., 2) levinneisyydeltään suppea-alainen, määräpaikkaan rajoittuva., 3) tietyn paikan t. paikkakunnan; täkäläinen, sikäläinen.” (Kielitoimiston sanakirja: s.v. paikallinen).

Paikallisuudella on yhteys identiteettiin. Useat sosiaaliset tutkimusprojektit ottavat paikallisen paikan itsestäänselvytenä. Ihmisiä voidaan esimerkiksi haastatella joltain tietyltä paikkakunnalta ja peilata heidän vastauksiaan suoraan kyseiseen paikkaan. Tulee kuitenkin muistaa, että ihmiset identifioivat paikkoja eri tavoin. Esimerkiksi hyvin tavallinen kysymys ”Mistä olet kotoisin?” voi saada yhdeltäkin ihmiseltä monia eri vastauksia riippuen kontekstista. Vastaus ei kerro pelkästään sijaintia, vaan sen, millainen paikkaidentiteetti (*place-identity*) vastaajalla on. Tutkijat ovat hylkäämässä sen oletuksen, että paikka määrittelee identiteetin. Sen sijaan he uskovat, että ihmiset voivat tehdä paikasta merkityksellisen heidän oman identiteettinsä kannalta vuorovaikutuksessa. (Myers 2006: 321–325.) ”Paikan identiteetti” on avoimempi ja tilapäisempi asia, kuin yleisesti ajatellaan. Se ei ole pelkästään piste kartalla, vaan se on myös linkki arjen tehtäviin ja käytäntöihin (Myers 2006: 338).

Helsingissä Stadin slangin ja slangipaikannimien käytöllä on todettu olevan yhteys tietynlaiseen kaupunkilaiseen identiteettiin, juurevaan ja aitoon ”stadilaisuuteen”. Omaksumalla slangipaikannimiä helsinkiläiset nuoret ilmentävät omaa identiteettiään helsinkiläisinä. Stadin slangi kuuluu vahvasti monen helsinkiläisen identiteettiin. Toisaalta osa helsinkiläisistä saattaa pyrkiä eroon stadilaisesta identiteetistä, mikä voi näkyä kielellisinä

valintoina: ei haluta käyttää slangiasuisia paikannimiä, vaikka tunnetaan ne. Joka tapauksessa alueellinen identifioituminen on moninainen ilmiö. Esimerkiksi helsinkiläiset voivat identifioitua niin helsinkiläisiksi kuin oman asuinalueensa asukkaiksi. (Ainiala & Vuolteenaho 2005: 384–385.)

Paikallisuuden ja matkailun suhde on noussut keskusteluun viime vuosikymmeninä. Esimerkiksi kestävän kehityksen ajattelu on herättänyt keskustelua *kestävästä matkailusta*. Se tarkoittaa matkailukehitystä, joka huomioi kohdealueensa ekologisen ympäristön käytön rajat, tyydyttää matkailijoiden tarpeet ja pyrkii parantamaan paikallisyhteisön elämänlaatua ja elinmahdollisuuksia. Tämän päämäärän saavuttamiseen liittyy kuitenkin haasteita. Matkailun tilojen, kuten matkailukeskusten, tehtävänä on ennen kaikkea palvella matkailijoita. Kyseinen tavoite voi usein olla ristiriidassa paikallisen yhteisön aikomusten ja arvojen kanssa. Matkailua pyritään syrjäseuduilla kuitenkin kehittämään kohti seuraavia tavoitteita: 1) *matkailu ylläpitää ja luo tuloa, työpaikkoja ja kehitystä hyödyttäen myös välittömän matkailutalouden ulkopuolisia yrityksiä*, 2) *matkailu kannustaa aluetalouden monipuolistamiseen ja osallistaa paikallisia yhteistyöhön*, 3) *matkailu pyrkii säilyttämään paikallisväestön elinympäristön ja palvelut sekä* 4) *matkailu kannustaa arvostamaan kohdealueen luonto- ja kulttuuriperintöä*. (Saarinen 2006: 69–70.)

Lapin matkailun kehityksessä paikallisuuden rooli on ollut marginaalinen. Se ilmenee muun muassa siten, että esimerkiksi Saariselän matkailuun kohdistuneen kyselytutkimuksen (1995) mukaan matkailijoiden motiivit ovat kohdistuneet enemmän muihin asioihin kuin paikalliskulttuuriin. Samoin Alakiutun ja Juntheikin tutkimuksesta (1998) käy ilmi, että Inarissa toimivat matkailualan yrittäjät pitivät tärkeimpänä matkailun vetovoimatekijänä ruskaa, erämaista luontoa sekä kauniita maisemia. Sen sijaan paikalliseen kulttuuriin liittyvien asioiden, kuten poronhoidon, saamenkulttuurin ja paikallisen elämäntavan, vastattiin olevan keskinkertaisia tai sitä heikompia vetovoimatekijöitä. Paikallisia tekijöitä kuitenkin hyödynnetään matkailussa, mutta usein matkailukehityksen tai alueen ulkopuolisista lähtökohdista käsin. Usein nämä paikallisuuden kuvaukset ja tuotteet liittyvät saamelaiskulttuuriin. Matkailu hyödyntää esimerkiksi saamenpukuja ja muita kulttuurielementtejä sekä poronhoitoon liittyviä ohjelmanumeroja. Matkailussa myös käytetään usein edelleen negatiivisia merkityksiä kantavaa käsitettä *lappalaisuus* viittamaassa saamelaisuuteen. Tällöin matkailu rakentaa kuvaa paikallisuudesta matkailijoiden kulttuurista, historiasta ja arvoista käsin, ei paikallisten tai tässä tapauksessa saamelaisten. Saamelaisten toiseuttaminen näkyy niin varhaisissa kuin nykyisissäkin saamelaisuuden kuvauksissa. Matkailussa saamelaisuutta rakennetaan erilaisuuden ja toiseuden kautta perustuen usein

myytteihin ja uskomuksiin. Kriittisesti tulkittuna siinä on kyse paikallisuuden *kestämättömästä* hyödyntämisestä. (Saarinen 2006: 72–75.)

Matkailusivustot ovat paikkoja, joista turisti saa ensikosketuksensa kohteeseen, jossa hän aikoo vierailla. Matkailusivustojen tavoitteet ovat taloudellisia eli ne pyrkivät lisäämään turistituloja monella eri tasolla. Esimerkiksi sivustojen kielellisiä valintoja, sisältöä ja grafiikkaa ohjaavat nämä taloudelliset pyrkimykset. Dinglen ja Inarin matkailusivustoja tarkasteltaessa on huomattu, että niissä käytetään visuaalista kuvamateriaalia, joka edustaa kielellistä ja kulttuurista toiseutta. Esimerkiksi kuvat perinteisestä kulttuurista ovat yleisiä tällaisilla sivustoilla. Vähemmistökieliä käytetään lähinnä symbolisessa funktiossa visuaalisten sisältöjen ohessa. (Kelly-Holmes, Pietikäinen & Moriarty 2011: 31–37.)

Vaikka viime vuosina on keskusteltu paljon paikallisuuden merkityksestä matkailun kehityksessä, edistetään matkailun kehitystä edelleen matkailu- ja matkailukeskukset edellä. Konventionaalista matkailutaloutta ovat kuitenkin haastamassa prosessit, kuten *globalisaatio*, *uusi matkailu* ja *kestävyyden* jäsentymisen syrjäseuduilla matkailun kehitystyössä. Globalisaatio lisää matkailun tarjontaa ja kysyntää ja tuo myös syrjäseuduille uudenlaisia mahdollisuuksia. Uusi matkailu nostaa esiin paikallisuutta, pienimuotoisuutta ja ”aitoutta”. Matkailun kestävyiden uudelleen jäsentymisen voimistaa paikallisuuden, paikallistalouden ja yhteisön hyvinvoinnin tärkeyttä. Matkailukehityksen ja paikallisuuden välisessä suhteessa on selvitettävä, pääseekö paikallisväestö itse vaikuttamaan ja osallistumaan matkailutalouteen, sen hyötyjen jakautumiseen ja paikallisuuden representaatioihin. (Saarinen 2006: 76–77.)

Saamelaiskäräjät hyväksyi 24.9.2018 *vastuullisen ja eettisesti kestävä*n saamelaismatkailun toimintaperiaatteet. Ne on laadittu sitä varten, että saamelaisuutta hyväksikäyttävä matkailu ja matkailun kautta leviävä saamelaisiin liittyvä väärä tieto poistuisivat. Tavoitteena on lisäksi turvata matkailun ulkopuolisen paikallisväestön kulttuuri ja perinteet. Eettiset ohjeet on suunnattu saamelaisyhteisön ulkopuolisille toimijoille, jotka hyödyntävät saamelaiskulttuuria matkailussa, sekä vierailijoille, jotka käyvät saamelaisten kotiseutualueella. (Saamelaiskäräjät 2018.)

Myös Levin matkailukeskuksessa on saamelaiskulttuuriin viittaavia palveluita matkailijoille, joten tämä näkökulma on mielestäni tärkeää tuoda esiin. Kittilän kunta ja Levin matkailukeskus eivät ole saamelaisaluetta, mutta Kittilä sijaitsee saamelaisalueen rajalla. Kittilää pohjoisemmat kunnat Enontekiö ja Inari kuuluvat saamelaisalueeseen. Samoin Sodankylän pohjoisosa kuuluu siihen.

Saamen kieliä on tällä hetkellä yhdeksän, joista kolmea puhutaan Suomessa. Ne ovat pohjoissaame, inarinsaame ja koltansaame. Pohjoissaame on saamen kielistä suurin, ja sitä

puhutaan Suomessa, Ruotsissa ja Norjassa. Kaikki saamelaiskielet ovat uhanalaisia, mutta kielenelvytystyötä tehdään aktiivisesti. Pohjoissaamen perinteinen puhuma-alue ulottuu Suomessa Enontekiölle, Sodankylän pohjoisosaan, Inariin ja Utsjoelle. (Oktavuohta.) Pohjoissaame on saamelaisten *lingua franca*, sillä se on saamen kielistä puhutuin ja laajimmin käytetty kieli. Varhaisimmat pohjoissaamenkieliset tekstit ovat 1720-luvulta, ja yhtenäisen ortografian pohjoissaame sai vuonna 1979. Kieltä käytetään yhteiskunnan eri toiminta-alueilla, kuten koulutuksessa, hallinnossa, tieteessä, tiedotusvälineissä ja populaarikulttuurissa. (Karjalainen 2015: 30.)

3.4 Aiempaa tutkimusta

Kaupallisia nimiä on opinnäytetöissä tutkittu melko paljon viime vuosina. Esittelen seuraavaksi joitakin kaupallisiin nimiin keskittyviä tutkimuksia. Monissa niistä metodina on käytetty juuri funktionaalisen-semanticista analyysiä tai kansanlingvistiikkaa.

Suomalaisten kauppakeskusten nimiä on tutkinut Sonja Kontinen pro gradu -tutkielmassaan (2017). Tutkimuksessa on hyödynnetty samoja metodeja kuin tässä maisterintutkielmassa: funktionaalisen-semanticista analyysiä sekä sosio-onomastiikkaa. Tutkimuksen mukaan kauppakeskusnimet sisältävät pääasiassa vain yksilöivän nimenosan (71 % kaikista kauppakeskusnimistä). Kauppakeskusnimillä on tarkoitteisiinsa tavallisesti suora tai epäsuora merkityssuhde. Niillä on myös useita funktioita, joista suosituimpia ovat nimen käytännöllinen ja informatiivinen funktio. Kauppakeskusnimissä ilmenee myös melko paljon (46 %) paikallisuutta. Tutkimuksen kyselyn mukaan nimenkäyttäjät ovat sitä mieltä, että onnistunut kauppakeskusnimi on ennen kaikkea käytännöllinen, kuten *Kaari*, *Koskikeskus* ja *Jumbo*. Epämiellyttäviä nimiä ovat puolestaan usein monimutkaiset, englanninkieliset nimet.

Linnanmäen laitenimiä on tutkinut Sini Kyytsönen pro gradu -tutkielmassaan (2015). Myös hän on hyödyntänyt funktionaalisen-semanticista analyysiä ja sosio-onomastiikkaa. Tutkimuksen mukaan Linnanmäen laitenimistä suurin osa koostuu yksilöivästä nimenosasta. Linnanmäen laitenimet ovat suomenkielisiä, mikä on ollut tietoinen valinta Linnanmäen taholta. Tutkimuksen aineistona oli myös kyselytutkimus, jossa selvitettiin asiakasvastaajien ja työntekijävastaajien suhtautumista Linnanmäen laitenimiin.

Pörssiyhtiöiden nimiä suomen kielen ja suomalaisuuden näkökulmasta on tarkastellut Anna Suntio pro gradu -tutkielmassaan (2014). Myös hän on tutkimuksessaan käyttänyt funktionaalisen-semanticista analyysimallia. Tutkimuksen mukaan suomalaisuutta esiintyy 79

pörssiyrityksen nimessä aineiston 122 nimestä, joten suomalaisuudella on merkitystä nimenannossa.

Funktionaalis-semanttista analyysiä on hyödyntänyt myös Mika Österbacka tarkastellessaan neuvottelutilojen nimiä pro gradu -tutkielmassaan (2016). Tutkimuksen mukaan ABB:n Pitäjänmäen tehdaskampuksen neuvottelutilojen nimissä näkyvät esimerkiksi tehtaaseen tuotteisiin liittyvät infrastruktuuriappellatiivit, taivaankappaleet sekä luontoon ja tehtaaseen liittyvät nimet. Oppimateriaalien nimiä puolestaan on tutkinut Essi Sorsa pro gradu -tutkielmassaan (2015). Pääosin oppimateriaalien nimet vaikuttavat olevan lyhyitä, yksisanaisia ja suomenkielisiä. Tärkeää on myös se, että nimistä voi laatia visuaalisia logoja.

Kaupallisten nimien tutkimuksen piiriin kuuluu myös jo johdannossa mainittu Jaana Pesosen laskettelurinteiden nimistä tekemä kandidaatintutkielma (2016). Aiheeltaan tämä tutkielma on lähimpänä omaa maisterintutkielmaani, sillä tarkastelussa on Rukan matkailukeskuksen laskettelurinteiden nimet. Tutkimuksen mukaan laskettelurinteiden nimet ovat pääosin suunniteltuja tai kaupallisia. Muutama nimi pohjautuu myös perinnäisiin paikannimiin.

Yritysnimien paikallisuutta ovat tutkineet esimerkiksi Torro (2013) ja Luoma (2016) pro gradu -tutkielmissaan. Torro (2013) tarkastelee Muuramen yritysnimistöä sen kielellisen alkuperän ja nimien ilmentämän paikallisuuden näkökulmasta. Torron mallin mukaan yritysnimien paikallisuus on eksplisiittistä tai implisiittistä. Eksplisiittisesti paikallisissa yritysnimissä on suora merkityssuhde viittaamassa yrityksen sijaintiin tai toimialueeseen, esim. *Keski-Suomen Kuljetus Oy*, *Tmi Muuramen Pizza Puoti Mustonen*. Implisiittisissä yritysnimissä voi olla suora merkityssuhde (muu alueellinen nimistö, esim. *Harvia Oy*), pakattu merkityssuhde (lyhennesana osana nimeä, esim. *Muurak Oy*) tai epäsuora merkityssuhde (esim. *Keskimaa Osk*). Implisiittisesti paikallisuutta ilmentävien yritysnimien paikallisuus ei välttämättä avaudu kyseistä seutua tuntemattomille, joiden paikallistietämys ei ole riittävää. Paikallisuuden ilmenemisen suhteen opaakit nimet perustuvat katkaistuun merkityssuhteeseen. Ne eivät siis herätä paikallisuuteen liittyviä assosiaatioita.

Luoma (2016) tarkastelee paikallisuutta isokyröläisessä yritysnimistöissä. Hän jakaa tutkimuksessaan paikallisuutta ilmentävät yritysnimet 1) Isokyrö-nimiin, 2) alueellisen viittauksen sisältäviin nimiin (esim. *Kyrönmaan markkinointi*), 3) murteellisuutta sisältäviin nimiin sekä 4) muuta paikallisuutta sisältäviin nimiin (esim. *Lounas-Kahvio Karoliini*). Luoma myös selvitti kyselylomakkeella vastaajien mielipiteitä yritysnimistä. Tutkimuksen mukaan yritysnimissä arvostetaan selkeyttä ja informatiivisuutta, mikä usein ilmenee paikallisuutena. Englanninkielisiä nimiä pidetään hiukan muita nimiä huonompina. Luoma myös kysyi

vastaajilta nimiehdotuksia isokyröläiselle baarille. Nimiehdotuksista lähes kolmasosassa näkyi paikallisuus.

Kyselylomakeaineistoa nimistöntutkimuksessa on hyödyntänyt esimerkiksi Tiina Aalto pro gradu -tutkielmassaan (2001). Hän tarkasteli Vantaan Tikkurilan kasviaiheisiä ryhmänimiä ja asukkaiden suhtautumista niihin. Menetelminä hän käytti kyselylomakkeen lisäksi asukkaiden haastattelua sekä 1960- ja 1970-lukujen paikallislehtien tarkastelua. Kyselyn vastaajien mielestä hyvä nimi on lyhyt, kuvaava ja ymmärrettävä. Siihen liittyy myönteisiä mielikuvia, sen äänneasu miellyttää ja nimi on tuttu.

4 Funktionaalis-semanttinen analyysi

Tässä maisterintutkielmani ensimmäisessä analyysiluvussa analysoin Levin ravintoloiden nimien rakennetta, merkitystä ja funktioita funktionaalis-semanttisen analyysin avulla.

4.1 Nimien rakenne

Hyödynnän tässä alaluvussa funktionaalis-semanttista analyysimallia, joka on esitelty luvussa 3.1. Levin ravintoloiden nimissä esiintyviä nimenosia ovat liikeidean ilmaiseva nimenosa, yksilöivä nimenosa ja selventävä täydennysosa. Ainoastaan yksilöivä nimenosa esiintyy jokaisessa nimessä. Käsittelen nimenosia tarkemmin luvussa 4.1.3. Sitä ennen käsittelen nimien kielellistä alkuperää luvussa 4.1.1 ja nimien ortografiaa luvussa 4.1.2.

4.1.1 Nimien kielellinen alkuperä

Funktionaalis-semanttisen analyysin yksi osa-alue on nimien kielellisen alkuperän kartoittaminen. Se voi herättää kysymyksiä siitä, ovatko nimet varsinaisesti mitään kieltä tai tarvitseeko nimien kieliaineksia edes pyrkiä määrittelemään. Yritysnimien kielellisen alkuperän määrittäminen ei ole yksinkertaista myöskään tieteellisestä näkökulmasta katsottuna. Erisnimille on tyypillistä se, että niiden viittaussuhde tarkoitteeseen pysyy samana kielestä riippumatta, jolloin ne liikkuvat helposti kielestä toiseen. Erisnimi voi toimia täydellisesti erisnimen tehtävässä, vaikka se ei esimerkiksi olisi fonologiselta hahmoltaan kielenpuhujille tuttu. Siitä syystä nimen käytön kannalta sen kielellisen alkuperän tunnistamisella ei ole

tarvetta. (Sjöblom 2006: 111.) Se on kuitenkin tarpeellista tutkimuksen näkökulmasta. Kaupallisten nimien kielellinen alkuperä kertoo kulttuurin kansainvälistymisen ja talouden globalistumisen vaikutuksista. Siksi on syytä luoda tietyt periaatteet, joiden avulla yritysnimien kielellistä alkuperää voidaan tarkastella. (Ainiala ym. 2008: 308.) Myös tässä tutkimuksessa pyrin tarkastelemaan ravintolayritysten nimien kielellistä alkuperää, koska nimien kielelliset valinnat voivat ilmentää tai olla ilmentämättä paikallisuutta. Kielten vaihtelun tutkiminen on mielenkiintoista siitakin näkökulmasta, miten paljon lingua francan asemassa olevaa englannin kieltä esiintyy nimissä.

Yritysnimien kielellistä alkuperää voidaan tarkastella synkronisella lähestymistavalla, sillä eri kielten aineksia voidaan synkronisesti tunnistaa yritysnimistä (Sjöblom 2006: 111). Jaottelen tässä tutkimuksessa ravintolayritysten nimet 1) yksikielisiin nimiin, 2) sekakielisiin nimiin sekä 3) universaaleihin nimiin Sjöblomin funktionaalis-semanttisen analyysimallin mukaisesti. Yksikielillä yritysnimillä tarkoitetaan nimiä, joissa esiintyy vain yhtä kieltä, kuten nimet *King Crab House* tai *Ounaskievari*. Sekakielillä yritysnimillä tarkoitetaan nimiä, joissa esiintyy aineksia eri kielistä (esim. *Joiku Music Bar*). Universaalit yritysnimet ovat nimiä, jotka eivät leimaudu mihinkään tiettyyn kieleen, kuten esimerkiksi nimi *LeviDeli*. Universaalit nimet voivat muodostua universaaleista sanoista eli *internationalismeista*, jotka ovat identtisiä monissa eri kielissä. Tällaisia sanoja ovat esimerkiksi *city*, *internet* ja *market*. Lisäksi universaaleihin yritysnimiin kuuluvat mukakieliset nimet sekä nimet, jotka sisältävät pelkästään henkilönimen. (Sjöblom 2006: 112–114.) Universaalien nimien alle kuuluvat kansainväliset nimet, jotka sisältävät useissa eri kielissä samanmuotoisina esiintyviä sanoja. Tällaisia nimiä ovat esimerkiksi *Nostalgia Film* tai *Taco Express Oy*. Kansainvälinen nimi voi myös sisältää jonkin kirjainlyhenteen, numeron tai henkilönimen (*CM-Media*, *Sex Center 10*, *Taxi Tuula Stenvall*). (Sjöblom 2006: 132.) Sjöblomin määrittelemistä internationalismeista omassa aineistossani esiintyvät seuraavat: *bar*, *cafe/café*, *pub* ja *restaurant*. Niiden lisäksi aineistossani esiintyvät internationalismit *bistro* ja *deli*.

Huomioitavaa on, että mikäli yritysnimi sisältää jonkin internationalismin, sen kielellinen alkuperä määräytyy ensisijaisesti muiden nimessä esiintyvien sanojen mukaan. Yksikielinen tai sekakielinen nimi voi siis sisältää kansainvälisiä sanoja. Yritysnimi luokitellaan kieleltään universaaliksi nimeksi, mikäli se sisältää vain kansainvälisiä sanoja tai kansainvälisiä sanoja sekä henkilönimen, paikannimen tai kirjainlyhenteen. (Sjöblom 2006: 114–115.) Vaikka noudatan pääosin tätä jakoa, erittelen kuitenkin omassa aineistossani yksikielisten nimien alla erikseen *kokonaan suomenkieliset nimet* sekä *suomenkieliset nimet, joissa on internationalismi*. Samoin tein pohjoissaamenkielisten nimien kohdalla. Näin internationalismeja sisältämättömät

suomen- ja pohjoissaamenkieliset nimet erottuvat. Tämän ratkaisun tein siksi, että voisin tarkastella paikallisuuden ilmenemistä kielessä paremmin. Yksikielisiä englanninkielisiä nimiä en erotellut tarkemmin, sillä internationalismit ovat usein osa juuri englannin kieltä, esim. *bar*.

Levi.fi-sivustolta kerättyjen ravintolayritysten nimistä valtaosa, 44 kappaletta (84,6 % kaikista nimistä), on yksikielisiä nimiä. Niistä kokonaan suomenkielisiä nimiä (esim. *Poron Bensis, Ravintola Riihi*) on 30 kappaletta eli huomattavan suuri osa. Suomenkielisiä nimiä, joissa on internationalismeja, on 5 kappaletta (esim. *Bar Alakerta, Pub Hölmölä*). Englanninkielisiä nimiä (esim. *Gold Digger Bar & Lounge, Northern Cowboy*) on 6 kappaletta. Pohjoissaamenkielisiä nimiä on 2 kappaletta. Toinen niistä on kokonaan pohjoissaamenkielinen (*Ahku*), ja toinen sisältää internationalismeja (*Spiella – café & restaurant*). Italiankielisiä nimiä on 1 kappale (*Ristorante Renna*).

Kuten sanottu, kokonaan suomenkielisiä nimiä on aineistossa suurin osa. Suomenkieliset nimet, joissa esiintyy internationalismeja, ovat harvinaisempia. Niissä internationalismeja esiintyy sekä liikeidea ilmaisevassa nimenosassa (*Café ja Bar Kota*) että yksilöivässä nimenosassa (*Ravintola Panorama, Ravintola Gastro K.*). Katson, että *Gastro* ja *Panorama* ovat internationalismeja, sillä ne ovat useissa kielissä samannäköisiä.

Joskus yritysnimistä voidaan tarkoituksenmukaisesti tehdä kirjoitusasultaan normaalista poikkeavia, kuten käyttämällä muuten suomenkielisessä nimessä vieraita grafeemeja (*Gummipesä*) tai tekemällä vieraan kielen sanasta suomalainen versio (*Spotti Shoppi*) (Sjöblom 2006: 117–118). Omassa aineistossani on tästä muutamia esimerkkejä. Esimerkiksi *Ravintola Sapuška* -nimessä käytetään suomalaisesta kirjoitusasusta (*sapuska*) poiketen š-grafeemia. Se muistuttaa š:ltään ja tavarakenteeltaan venäläistä sanaa (vrt. *babuška*). Nimessä *Kokkishoppi* englanninkielinen sana *shop* on suomalaistettu sanaksi *shoppi*. *Ravintola Draivi* sisältää suomenkielisen ilmauksen *draivi*, joka tulee englannin kielen sanasta *drive*. Nämä kaksi jälkimmäistä sanaa on muodostettu lisäämällä *i* sanan loppuun, mikä on yleistä lainasanojen mukauttamisessa (VISK §151).

Yksikieliset englanninkieliset nimet sisältävät vähintään yhden englanninkielisen sanan. Olen lihavoanut englanninkielisiksi määrittelemäni ilmaukset yksikielisistä englanninkielisistä nimistä: *Café Zero, Gold Digger Bar & Lounge, King Crab House, Northern Cowboy, Northern Lights Ranch, Reindeer lounge & bar*. Englanninkielisten sanojen lisäksi nimissä esiintyy internationalismeja *café* ja *bar*.

Kokonaan pohjoissaamenkielinen nimi *Ahku* koostuu vain yhdestä pohjoissaamen kielen sanasta: *ahku* merkitsee suomeksi isoäitiä. Pohjoissaamenkielinen internationalismeja sisältävä nimi *Spiella café & restaurant* määritellään yksikieliseksi yksilöivän nimenosan *Spiella*

perusteella. *Spiella* tarkoittaa tuulenvirettä. Yksikielinen italiansuomenkielinen nimi *Ristorante Renna* sisältää puolestaan pelkästään italiansuomenkielisiä sanoja. *Renna* tarkoittaa poroa.

Toiseen kategoriaan eli sekakielisiin nimiin kuuluvia nimiä aineistossa on vain 6 kappaletta. Viidessä nimessä on sekä suomen – että englannin kieltä (*Joiku Music Bar, Kekäle Bar & Grill, Lapland Hotel Sirkantähti – ravintola, Ravintola Asia & Ravintola Horizont*) ja yhdessä nimessä on suomen – ja pohjoissaamen kieltä (*Káfet – kahvila & leipomo & bistro*). *Joiku Music Bar* ja *Kekäle Bar & Grill* ovat samantyyppisiä sekakielisiä nimiä siten, että molemmissa yksilöivä nimenosa (*Joiku, Kekäle*) on suomenkielinen. Tosin *joiku* on saamelaislaina. Molemmissa nimissä on myös internationalismi *bar*, joka ei vaikuta nimien kielellisen alkuperän määrittelyyn. Englanninkielisiä aineksia ovat *Music* ja *Grill*. *Lapland Hotel Sirkantähti – ravintolan* nimessä *Lapland Hotel* on englantia ja *Sirkantähti* sekä *ravintola* suomea. *Ravintola Asia* ja *Ravintola Horizont* ovat myös keskenään samankaltaisia. Liikeidea ilmaiseva nimenosa *ravintola* on suomenkielinen, ja yksilöivä nimenosa (*Asia, Horizont*) englanninkielinen. Pohjoissaamen – ja suomen kieltä sisältävässä nimessä *Káfet – kahvila & leipomo & bistro* yksilöivä nimenosa *Káfet* on pohjoissaamea. *Káfet* on suomeksi kahvi. Ravintolan liikeidea ilmaisevista nimenosista kaksi on suomenkielisiä (*kahvila, leipomo*) ja yksi on internationalismi (*bistro*).

Kielen vaihtuminen yritysnimissä liittyy nimenosiin, ja erikielillä aineksilla on usein eri tehtäviä nimessä. Sekakielisessä nimessä suomen kielellä voidaan ilmaista esimerkiksi yrityksen liikeidea ja vieraskielisellä aineksella voidaan yksilöidä nimi. Näin on usein erityisesti silloin, kun vieraskielinen aines on jotain muuta kieltä kuin englantia. (Sjöblom 2006: 126.) Omassa aineistossani tämä pitää paikkansa juuri pohjoissaamea ja suomen kieltä sisältävässä nimessä, jossa pohjoissaamenkielinen aines yksilöi ravintolan nimen. Samoin nimissä *Ravintola Asia* ja *Ravintola Horizont* vieraskielinen aines toimii yksilöivässä tehtävässä. Kuitenkin kolmessa sekakielisessä ravintolan nimessä suomenkielisellä aineksella on yksilöivä tehtävä (*Joiku Music Bar, Kekäle Bar & Grill, Lapland Hotel Sirkantähti - ravintola*). Nimessä *Lapland Hotel Sirkantähti – ravintola* sekä yksilöivä nimenosa (*Sirkantähti*) että liikeidea ilmaiseva nimenosa (*ravintola*) on suomea. Selventävä täydennysosa *Lapland Hotel* on englantia.

Levin ravintolayritysten nimissä kieli vaihtuu siis nimenosien rajalla. Ainialan ym. (2008) mukaan se on yritysnimissä tavallista. Tutkimuksen mukaan merkittävä havainto suomalaisista yritysnimistä on se, että niiden informaatiota sisältävät nimenosat (liikeidea ilmaisevat tai täydennysosat) ovat aina suomea tai englantia, ja joskus ruotsia. Tällä tavoitellaan sitä, että kaikki ihmiset ymmärtäisivät nimen sisältämän informaation. On mielenkiintoista, että kaikkien

suomalaisten oletetaan osaavan englantia, vaikka näin ei todellisuudessa ole. (Ainiala ym. 2008: 308.) Myös omassa aineistossani nimien erikieliset ainekset vaikuttavat saavan tällaisia informaatiota välittäviä tehtäviä. Levin ravintoloiden nimien liikeideaa ilmaisevat nimenosat ovat joko suomea tai englantia.

Levi.fi-sivuston ravintolayritysten nimistä vain 2 kappaletta kuuluu kolmanteen kategoriaan eli universaaleihin nimiin: *LeviDeli*, *Bistro K5*. *Levi* on paikannimi, joten se voi kuulua universaaliin nimeen *deli*-internationalismin kanssa. *K5* on kirjaimen ja numeron yhdistelmä, joten se on kansainvälinen nimiaines, ja *Bistron* määrittelen internationalismiksi. Siten *Bistro K5* on universaali nimi. *Bistron* ja *delin* määrittelen kansainvälisiksi sanoiksi siksi, että ne ovat laajalti tunnettuja sanoja. Lisäksi ne löytyvät kielitoimiston sanakirjasta määritelmiseen.

Jaotteluni Levin ravintolayritysten nimissä esiintyvistä kielistä on esitetty taulukossa 2. Siinä näkyvät kolme yläkategoriaa (*yksikieliset nimet*, *sekakieliset nimet*, *universaalit nimet*), joiden alla olen jaotellut nimiä tarkemmin.

Yksikieliset nimet (44)	Sekakieliset nimet (6)	Universaalit nimet (2)
<u>Kokonaan suomenkieliset (30):</u> <i>Gondoliravintola, Hanhipirtti, Immelkartano, Kokkishoppi, Latukahvila Kätänlaavu, Levin Sammuntupa ja porotilapalvelut, Loimulohikota, Lomakurun kota, Näköalaravintola Tuikku, Ounaskievari, Paviljonki, Poron Bensis, Rauduskylän latukahvila, Ravintola Draivi, Ravintola Kiisa, Ravintola Messi, Ravintola Oppikuppi, Ravintola Palovartija, Ravintola Pihvipirtti, Ravintola Riihi, Ravintola Saamen Kammi, Ravintola Sapuška, Ravintola Saunabaari, Ravintola Sivakka, Ravintola Taivas, Ravintola Tonttula, Ravintola Utsu, Ravintola Wanha Hullu Poro, Ravintola Ämmilä, V'inkkari</i>	<u>Suomi + englanti (5):</u> <i>Joiku Music Bar, Kekäle Bar & Grill, Lapland Hotel Sirkantähti -ravintola, Ravintola Asia, Ravintola Horizont</i>	<i>Bistro K5, LeviDeli</i>
<u>Suomenkieliset internationalismin sisältävät (5):</u> <i>Bar Alakerta, Café ja Bar Kota, Pub Hölmölä, Ravintola Gastro K., Ravintola Panorama</i>	<u>Suomi + pohjoissaame (1):</u> <i>Káfet – kahvila & leipomo & bistro</i>	
<u>Englanninkieliset (6):</u> <i>Café Zero, Gold Digger Bar & Lounge, King Crab House, Northern Cowboy, Northern Lights Ranch, Reindeer lounge & bar</i>		
<u>Kokonaan pohjoissaamenkieliset (1):</u> <i>Ahku</i>		
<u>Pohjoissaamenkieliset internationalismin sisältävät (1):</u> <i>Spiella café & restaurant</i>		
<u>Italiankieliset (1):</u> <i>Ristorante Renna</i>		

Taulukko 2. Nimien kielellinen alkuperä

Englannin kieli on levinnyt kaupankäyntiin, yritysten kommunikointiin, mainontaan sekä tuote- ja yritysnimiin. Markkinoiden globalisoituessa englannin asema universaalina kielenä on vahvistunut. Monissa valtioissa on kritisoitu kyseistä ilmiötä ja pyritty estämään sen leviämistä omaan kulttuuriin ja kielenkäyttöön. Englannin kieltä esiintyy runsaasti myös suomalaisissa yritysnimissä. Levin ravintolayritystenkin nimissä sitä esiintyy seuraavaksi eniten heti suomen kielen jälkeen. Englannin kielen lisäksi yritysnimissä voi esiintyä myös muita vieraita kieliä. Vieraan kielen käyttämisellä voidaan pyrkiä esimerkiksi vakuuttamaan kuluttaja tuotteen tai yrityksen laadusta. Sillä voidaan myös eksotisoida yritystä tai tuotetta. (Sjöblom 2006: 112.) Omassa aineistossani esiintyy vieraista kielistä englannin lisäksi italiaa yhdessä ravintolan nimessä (*Ristorante Renna*). *Ristorante* tarkoittaa ravintolaa ja *Renna* poroa. Kielivalinta voi tässä nimessä viitata italialaistyylliseen ravintolaan. Poro kuitenkin viittaa lappiin. Tässä nimessä yhdistyvät siis italialaisuus ja lappilaisuus.

Suomen, englannin ja italian lisäksi Levin ravintoloiden nimissä esiintyy pohjoissaamen kieltä muutamassa nimessä. Pohjoissaamea sisältävät Levin ravintoloiden nimet ovat *Ahku*, *Káfet – kahvila & leipomo & bistro* sekä *Spiella café & restaurant*. Olen määritellyt *Ahku*-nimen yksikieliseksi pohjoissaamenkieliseksi nimeksi, vaikka sen kirjoitusasu ei sisälläkään pohjoissaamessa esiintyvää kirjainta *á* (*áhku*). Pohjoissaamen kielen esiintyminen Levin ravintoloiden nimissä herättää mielenkiintoa: miten vähemmistökielen käyttö motivoituu? Joka tapauksessa Levin ravintoloiden nimistä pohjoissaamenkieliset ja suomenkieliset nimet ilmentävät paikallisuutta kielen valinnan avulla. Kokonaan suomenkieliset nimet (esim. *Loimulohikota*) ja kokonaan pohjoissaamenkielinen nimi (*Ahku*) ilmentävät sitä vielä enemmän, sillä niissä ei esiinny internationalismeja.

Matkailusivustojen tavoitteet ovat taloudellisia, ja esimerkiksi sivustojen kielellisiä valintoja, sisältöä, värejä ja grafiikkaa ohjataan tämän tavoitteen näkökulmasta. Matkailusivustot mainostavat matkailutuotteita. Esimerkiksi Dinglen ja Inarin matkailusivustoilla on havaittu, että niissä vähemmistökielten käyttö on enemmän symbolista tai fetisististä kuin instrumentaalista. Esimerkiksi Inarin 14 tarkastellusta matkailusivustosta vain yksi tarjoaa mahdollisuuden vaihtaa sivuston kielen kokonaan saameksi. Neljä sivustoa käyttää saamen kieltä ainoastaan symbolisessa käytössä yritysnimissä tai iskulauseissa. Jopa yhdeksässä sivustossa saamen kieli on sisällytetty osaksi turistikokemusta. (Kelly-Holmes, Pietikäinen & Moriarty 2011: 33–36.) Vähemmistökielten, kuten pohjoissaamen käytöllä matkailusivustoilla voi olla siis lähinnä symbolista käyttöä. Inarin matkailusivustoilla on havaittavissa myös kielten sekoittumista. Esimerkiksi kaupan nimi *Samekki* koostuu pohjoissaamen sanasta *same* sekä suomen kielen suffiksista *-kki*. (Kelly-Holmes ym. 2011: 37.)

Merkittävä huomio on myös se, että vähemmistökielten käyttö tutkituilla matkailusivustoilla liittyy ensisijaisesti visuaalisiin sisältöihin. Inarin sivustoilla on esimerkiksi logoja, joissa on Lapin ikonisia luontomaisemia ja saamelaiskulttuuriin viittaavia indeksejä, kuten saamenpuku, poro ja saamenlipun värit. Näiden sivustojen käyttämä visuaalinen kuvamateriaali edustaa kielellistä ja kulttuurista toisarvoisuutta. (Kelly-Holmes ym. 2011: 38.)

Myös Inarin matkamuistojen lapuissa ja niiden kuvauksissa esiintyvät kielet kertovat kielten paikallisesta poliittisesta ja taloudellisesta kontekstista. Näissä lapuissa englannin kielellä on merkittävä asema. Sen voidaan nähdä toimivan maailmanlaajuisesti kansainvälisten matkailijoiden lingua francana, joka osoittaa saavutettavuutta ja liikkuvuutta. Suomen kieli esiintyy lapuissa myös, mutta pienemmässä roolissa englannin kielen rinnalla. Lapuissa esiintyy myös saksan, ruotsin ja norjan kieltä. Suomen kielen ja pohjoissaamen kielen käyttö liittyy enemmänkin tuotteen paikallisuuden ja autenttisuuden korostamiseen. Pujolarin (2006) mukaan suuret kansalliset kielet eivät anna viitteitä aitoudesta tai autenttisuudesta, koska ne ovat laajalti tunnettuja ja liian ”tavallisia”. Pienemmät kielet ja perinteisesti vähemmistökielet sopivat paremmin autenttisuuden ilmentämiseen. Tällainen asetelma näyttää toteutuvan Inarin matkamuistojen lappujen kuvauksissa, sillä saamen kieli ja suomen kieli ovat kansainvälisestä näkökulmasta pieniä kieliä, joilla on oma ”eksoottinen indeksinsä”. Esimerkiksi erään matkamuiston lapussa tuottajan nimi ja osoite on kirjoitettu suomen kielellä, mutta maa on kirjoitettu englanniksi *Finland* suomenkielisen vastineen *Suomi* sijaan. (Kelly-Holmes & Pietikäinen 2011: 332–334.)

4.1.2 Nimien ortografia

Funktionaalis-semanttisessa analyysissä yritysnimien rakennetta tarkastellaan myös ortografisten erityispiirteiden kautta. Yritysnimien ortografiset erityispiirteet ovat usein yleiskielen normien vastaisia. Yritysnimistä tarkastellaan kirjoitusasuun liittyviä piirteitä, kuten grafeemeja, numeroita, erikoismerkkejä, suuria ja pieniä kirjaimia, yhteen ja erikseen kirjoittamista sekä lyhenteitä. (Sjöblom 2006: 103.) Suomen kielelle vieraat grafeemit ovat yritysnimissä melko yleisiä. Sjöblom määrittelee vieraat grafeemit siten, että ne eivät kuulu suomen maksimaaliseen foneemijärjestelmään. Maksimaaliseen foneemijärjestelmään kuuluvat kaikki omaperäisissä sanoissa olevat äänteet, myös *ŋ* ja *d*, sekä lainasanojen kautta suomeen tulleet äänteet *f*, *b*, *g* ja *š*. Sjöblomin tutkimuksen yritysnimiaineistossa esiintyy siten seuraavat vieraat grafeemit: *c*, *é*, *q*, *w*, *x*, *z* ja *<â>*. Vieraiden grafeemien esiintymistä

yritysnimissä selittää paljolti vieraskielisten sanojen, erityisesti englanninkielisten sanojen, käyttö. (Sjöblom 2006: 103.)

Levin ravintoloiden yritysnimissä esiintyy seuraavia vieraita grafeemeja: *á*, *c*, *w*, *z* ja *é*. Vieraista grafeemeista *á* esiintyy yhdessä nimessä, *c* seitsemässä nimessä, *w* kahdessa nimessä, *z* kahdessa nimessä ja *é* kolmessa nimessä. Grafeemi *á* esiintyy nimessä *Káfet – kahvila & leipomo & bistro*. *Á* kuuluu pohjoissaamen kielen grafeemistoon. *C* esiintyy seuraavissa englanninkielisissä nimiaineiksissa: *Crab*, *Cowboy*, *Music* ja *Ranch*. Lisäksi se esiintyy kolme kertaa internationalismissa *café*. *W* esiintyy englanninkielisessä nimessä *Northern Cowboy* sekä suomenkielisessä nimessä *Ravintola Wanha Hullu Poro*. Nimessä *Ravintola Wanha Hullu Poro* *v*-grafeemi on korvattu grafeemilla *w*. Grafeemi *w* on aiemmin kuulunut suomen kielen grafeemistoon, ja tässä nimessä sillä on tavoiteltu vanhahtavaa muotoa. Grafeemi *z* on käytössä englanninkielisissä nimiaineiksissa *Zero* ja *Horizont*. *É* puolestaan esiintyy internationalismissa *café*. Lainasanojen kautta suomen kieleen tulleita grafeemeita esiintyy ravintoloiden nimissä melko paljon. *Š* esiintyy kiinnostavasti yhdessä ravintolanimessä: *Ravintola Sapuška*.



Kuva 3. *Ravintola Sapuška*.

Myös numeroiden käyttö nimielementteinä on yritysnimien ortografiaan liittyvä erityispiirre: *Polkupyöräkorjaamo No1*, *Ravintola ja Pub 15 Oy* (Sjöblom 2006: 107). Levin ravintolayritysten nimissä tällainen tapaus on yhdessä nimessä: *Bistro K5*.

Yritysnimissä voi esiintyä norminvastaisia ortografisia erityispiirteitä. Syy sille voi olla tahaton, mutta usein sillä pyritään herättämään huomiota. Se on herättänyt keskustelua yhteiskunnassa, sillä yleiskielen normien rikkomisen ajatellaan hankaloittavan nimen käyttöä

ja oikeinkirjoitussääntöjen oppimista. Suomen kielen lautakunta onkin suositellut käyttämään julkisessa viestinnässä yleiskielen ohjeiden mukaista kirjoitustapaa yritysnimestä, vaikka se olisi kirjoitusasultaan norminvastainen. Suomalaisissa yritysnimissä oikeinkirjoitusnormeja rikotaan esimerkiksi kirjoittamalla nimi pienellä alkukirjaimella tai kirjoittamalla nimen jokainen sana isolla kirjaimella. Nimessä voidaan myös kirjoittaa kokonaisia sanoja versaalilla, tai nimessä sanan keskellä voi olla iso kirjain tai yhdyssanojen osat voidaan kirjoittaa erikseen. Lisäksi yhdysmerkkejä voidaan käyttää väärin tai jättää käyttämättä. Myös esimerkiksi lyhenteitä voidaan käyttää väärin. (Sjöblom 2006: 108.)

Nimen kirjoittaminen pienellä alkukirjaimella on kuitenkin suomalaisissa yritysnimissä vähäistä siksi, että kaupparekisteri vaatii oikeinkirjoitusnormien kuten ison alkukirjaimen käytön noudattamista (Sjöblom 2006: 109). Omassa aineistossani ei ole ainuttakaan pienellä alkukirjaimella kirjoitettua nimeä. Kuitenkin nimen jokaisen sanan kirjoittaminen isolla alkukirjaimella on hyvin tavallista suomalaisessa yritysnimistössä, esim. *Eevan Terveet Jäsenet, Bisnes-Isin Sivubisnes*. Joissain yritysnimissä vain osa nimessä olevista sanoista alkaa isolla alkukirjaimella, esim. *Ravintola Etelän herkkuja, Kieli- ja tekstipalvelu Conveo*. Syynä tähän voi olla esimerkiksi nimenosien erottelu toisistaan. Usein myöskään *ja*-sanaa tai prepositioita ei kirjoiteta isolla alkukirjaimella, esim. *JP Kivi- ja Marmoriasennus*. (Sjöblom 2006: 109.)

Levin ravintoloiden nimistä 10 koostuu yhdestä sanasta ja 42 koostuu kahdesta tai useammasta sanasta. Yhdestä sanasta koostuvia nimiä ovat esimerkiksi *Ahku* ja *Paviljonki*. Yhdestä sanasta koostuvat nimet käsittävät myös yhdyssanat, esim. *Hanhipirtti* sekä *Loimulohikota*. Useammasta sanasta koostuvista nimistä 34 on sellaisia, jossa kaikki sanat on kirjoitettu isolla alkukirjaimella, esim. *Gold Digger Bar & Lounge, Northern Lights Ranch, Poron Bensis, Ravintola Saamen Kammi*. Useammasta sanasta koostuvista nimistä kolme on sellaisia, joissa osa nimen keskellä olevista sanoista on kirjoitettu isolla alkukirjaimella. Nimessä *Café ja Bar Kota* kaikki sanat paitsi *ja*-sana on kirjoitettu isolla alkukirjaimella. Nimessä *Lapland Hotel Sirkantähti – ravintola* kaikki muut sanat on kirjoitettu isolla alkukirjaimella paitsi sana *ravintola*. Levin *Sammuntupa ja porotilapalvelut* -nimessä myös *Sammuntupa*-sana on kirjoitettu isolla alkukirjaimella. *Sammu* tai *Sampu* on kuitenkin henkilönnimi, mikä selittää sen isolla alkukirjaimella kirjoittamisen. Tässä ravintolan nimessä norminvastaista on kuitenkin se, että *Sammuntupa* on kirjoitettu yhteen, vaikka yleiskielen normien mukaan sanojen pitäisi olla erillään. Useammasta sanasta koostuvista nimistä viisi on kirjoitettu alkukirjainten suhteen täysin norminmukaisesti, esim. *Lomakurun kota, Reindeer lounge & bar, Spiella café & restaurant*.

Kiinnostava kirjoitusasu on nimessä *V'inkkari*, jossa on heittomerkki. Heittomerkin motivoituminen tässä nimessä on epäselvää.

4.1.3 Nimien nimenosat

Seuraavaksi siirryn tarkastelemaan Levin ravintoloiden nimien nimenosia. Yksilöivän nimenosan lisäksi nimissä voivat esiintyä liikeidean ilmaiseva nimenosa ja selventävä täydennysosa. Tarkastelemissani Levin ravintoloiden nimissä ei ole lainkaan yritysmuotoa ilmaisevaa nimenosaa, sillä tarkastelen markkinointinimiä rekisterinimien sijaan. Käsittelem seuraavaksi siis nimien liikeideaa ilmaisevia nimenosia, yksilöiviä nimenosia sekä selventäviä täydennysosia.

Esim. *Rauduskylän latukahvila*. Yksilöivä nimenosa on alleviivattu. Liikeideaa kuvaava nimenosa on tummennettu.

Kartoitan oman aineistoni yritysnimistä liikeideaa ilmaisevan nimenosan karkeasti siten, että tarkastelen nimissä esiintyviä ravintola-alan yrityksiin viittaavia ilmauksia, kuten *ravintola* tai *bar*. Poikkeuksena tästä ovat pari selkeää liikeidean ilmaisevaa osaa, joista ei voi päätellä niiden viittaavan juuri ravintolaan (esim. *Ranch*). Sjöblomin mukaan ravintola-alan yritysten nimissä liikeideaa ilmaisevassa nimenosassa viitataan usein juuri toimintapaikkaan, esim. *ravintola*, *konditoria* (Sjöblom 2006: 165). Se voi johtua esimerkiksi siitä, että ravintolan toimintapaikka on keskeinen tieto asiakkaalle ravintolaa valitessa. Seuraavissa Levin ravintolayritysten nimissä esiintyy liikeideaa ilmaiseva nimenosa (liikeideaa ilmaiseva nimenosa on lihavoitu):

<i>Ravintola Asia</i>	<i>Ravintola Taivas</i>	<i>Bar Alakerta</i>
<i>Ravintola Horizont</i>	<i>Ravintola Tonttula</i>	<i>Joiku Music Bar</i>
<i>Ravintola Gastro K.</i>	<i>Ravintola Utsu</i>	<i>Gold Digger Bar & Lounge</i>
<i>Ravintola Panorama</i>	<i>Ravintola Wanha Hullu</i>	<i>Reindeer lounge & bar</i>
<i>Ravintola Draivi</i>	<i>Poro</i>	<i>Pub Hölmölä</i>
<i>Ravintola Kiisa</i>	<i>Ravintola Ämmilä</i>	<i>Northern Lights Ranch</i>
<i>Ravintola Messi</i>	<i>Gondoliravintola</i>	<i>King Crab House</i>
<i>Ravintola Oppikuppi</i>	<i>Lapland Hotel Sirkantähti – ravintola</i>	<i>Bistro K5</i>
<i>Ravintola Palovartija</i>	<i>Näköalaravintola Tuikku</i>	<i>Káfet – kahvila & leipomo & bistro</i>
<i>Ravintola Pihvipirtti</i>	<i>Ristorante Renna</i>	<i>Kokkishoppi</i>
<i>Ravintola Riihi</i>	<i>Spiella café & restaurant</i>	<i>LeviDeli</i>
<i>Ravintola Saamen Kammi</i>	<i>Kekäle Bar & Grill</i>	<i>Loimulohikota</i>
<i>Ravintola Sapuška</i>	<i>Café ja Bar Kota</i>	<i>Lomakurun kota</i>
<i>Ravintola Saunabaari</i>	<i>Café Zero</i>	
<i>Ravintola Sivakka</i>		
<i>Latukahvila Kätänlaavu</i>	<i>Ounaskievari</i>	
<i>Rauduskylän latukahvila</i>	<i>Poron Bensis</i>	
<i>Levin Sammuntupa ja porotilapalvelut</i>		

Useimmissa Levi.fi-sivuston ravintolayritysten nimissä (46 kpl, 88,5 %) on liikeidean ilmaiseva nimenosa. Aineistossa suosituin liikeideaa ilmaiseva nimenosa on *ravintola* (22 kpl). Tavallisin ravintolan nimityyppi noudattaakin seuraavaa rakennetta: *Ravintola X*. Nimessä *Gondoliravintola* liikeideaa ilmaiseva nimenosa on myös *ravintola*, mutta se sijaitsee eri kohdassa nimeä kuin tavallisimmassa rakennetyypissä. Nimessä *Näköalaravintola Tuikku* liikeideaa ilmaiseva nimenosa on muodossa *näköalaravintola*. Nimessä *Ristorante Renna* liikeideaa ilmaiseva nimenosa on *ravintolan* italiankielinen vastine *ristorante*. Englanniksi ravintola-sana esiintyy nimessä *Spiella café & restaurant*, jossa se toimii liikeideaa ilmaisevana nimenosana yhdessä *café*-ilmauksen kanssa.

Seuraavaksi suosituimmat liikeideaa ilmaisevat nimenosat ovat *bar* (6 kpl) ja *café* (3 kpl), jotka esiintyvät useassa nimessä yhdessä jonkin muun toimintapaikkaa ilmaisevan sanan kanssa (esim. *Kekäle Bar & Grill*, *Spiella café & restaurant*). *Kota* esiintyy ravintolan nimissä kaksi kertaa liikeideaa ilmaisevana nimenosana (*Loimulohikota*, *Lomakurun kota*), mutta kerran myös yksilöivänä nimenosana nimessä *Café ja Bar Kota*. Myös *lounge* esiintyy nimissä kaksi

kertaa *bar*-sanan yhteydessä. *Bistrokin* esiintyy nimissä kaksi kertaa, esim. *Bistro K5*. Kiinnostava ravintolan nimi tässä suhteessa on *Káfet – kahvila & leipomo & bistro*, sillä sen liikeidea ilmaiseva nimenosa koostuu jopa kolmesta sanasta. On kuitenkin syytä muistaa, että tämänkin ravintolan nimi voi eri yhteyksissä näyttää erilaiselta, kuten lyhyemmältä. Esimerkiksi kuva 4 havainnollistaa sitä, miltä nimi näyttää liikemerkissä. Levi.fi sivustolla se näyttää kuitenkin yllä mainitulta, joten tarkastelen sitä sen mukaisesti. Se on myös aineiston ainut nimi, jossa esiintyy ilmaus *leipomo*.



Kuva 4. *Káfet – kahvila & leipomo & bistro*.

Liikeidea ilmaiseva nimenosa *latukahvila* esiintyy kahdessa nimessä (*Latukahvila Kätänlaavu, Rauduskylän latukahvila*). Samoin englanninkielinen ilmaus *lounge* on kahdessa Levin ravintolan nimessä (*Gold Digger Bar & Lounge, Reindeer lounge & bar*). *Pub, deli, ranch* ja *grill* esiintyvät liikeidea ilmaisevina nimenosina kukin kerran (*Pub Hölmölä, LeviDeli, Northern Lights Ranch, Kekäle Bar & Grill*). *Kievari* esiintyy ravintolan nimessä *Ounaskievari*. Nimessä *Poron Bensis* on liikeidea ilmaiseva nimenosa *Bensis*, joka on puhekielinen ilmaus sanalle *bensa-asema*. *Bensis* on samantyyppinen liikeidea ilmaiseva nimenosa kuin Sjöblomin mainitsemat epätyypilliset puhekieliset ilmaukset *kirppis, jätskikiska* ja *divari*, jotka ovat kuitenkin asiallisia ja konkreettisia (Sjöblom 2006: 159). Liikeidean ilmaisevat nimenosat *house* ja *shoppi* esiintyvät kumpikin kerran nimissä *King Crab House* ja *Kokkishoppi*.

Kiinnostava liikeideaa ilmaiseva nimenosa on myös nimessä *Levin Sammuntupa ja porotilapalvelut*. Erottaisin liikeideaa ilmaisevaksi nimenosaksi *tupa ja porotilapalvelut*, sillä se ei toimi nimen yksilöivässä tehtävässä, vaan kertoo yrityksen palveluista ja toimintapaikasta. Tämä on aineiston ainoa nimi, jossa esiintyy ilmaus *palvelut*. Tässä nimessä *palvelut*-ilmaus toimii tuotetta ilmaisevan sanan *porotila* rinnalla. Sjöblomin mukaan *palvelu(t)* ilmauksen käyttö asettaa asiakkaan aloitteelliseen asemaan yrityksen työn ostajana. Palveltava osapuoli on ikään kuin aloitteentekijä ja palveleva osapuoli on taka-alalla, vaikka todellisuudessa palveleva yritys toimii aktiivisesti ja asiakas on toiminnan kannalta passiivinen. (Sjöblom 2006: 156.)

Oman aineistoni tulokset vastaavat Sjöblomin tutkimusta siinä, että ravitsemusalan yritysten nimissä liikeideaa ilmaiseva nimenosa viittaa usein toimipaikkaan. Aineistoni 44 nimestä, joissa on liikeideaa ilmaiseva nimenosa, 43 viittaa juuri toimintapaikkaan. Ainoan poikkeuksen tekee *Levin Sammuntupa ja porotilapalvelut*, jossa viitataan yrityksen palveluihin. Toki myös tässä nimessä on toimintapaikkaan viittaava nimenosa *tupa*, joten käytännössä kaikki 44 nimeä viittaavat yrityksen toimintapaikkaan.

Omassa aineistossani yksilöivä nimenosa on tietysti osa kaikkia 52 ravintolan nimeä. Pelkästä yksilöivästä nimenosasta koostuvia nimiä on kuusi: *Ahku, Hanhipirtti, Immelkartano, Northern Cowboy, Paviljonki, V'inkkari*. Seuraavaksi tarkastelen erityyppisiä yksilöiviä nimenosia Sjöblomin mallin mukaan. Hän jaottelee yksilöivät nimenosat kuuteen eri tyyppiin: 1) henkilönnimi, 2) paikannimi, 3) muu erisnimi, 4) leksikaalista merkitystä kantava ilmaus, 5) tekosana ja 6) kirjainlyhenne tai numero.

Yksilöivä nimenosa on usein henkilönnimi. Se voi viitata esimerkiksi yrityksen omistajaan tai yrityksen perustajaan tai se voi olla täysin keksitty nimi (Sjöblom 2006: 166–167). 52 Levin ravintolan nimestä kahdessa esiintyy henkilönnimi yksilöivänä nimenosana. Toinen niistä on *Levin Sammuntupa ja porotilapalvelut*, jossa *Sammun* on yksilöivä nimenosa. *Sammu* tai *Sampu* viittaa mahdollisesti yrityksen omistajaan tai perustajaan. Toinen mahdollisesti henkilönnimen sisältävä ravintolan nimi on *Ravintola Messi*. Yksilöivä nimenosa *Messi* voi viitata kuuluisaan argentiinalaiseen jalkapalloilijaan *Lionel Messiin*. Toisaalta *Messi* voi viitata myös *laivaston ruokailu- ja seurusteluhuoneeseen*, mikä sopisi ravintola-aiheeseen hyvin (Kielitoimiston sanakirja: messi).

Yksilöivä nimenosa voi muodostua myös paikannimestä. Paikannimi voi viitata yrityksen sijaintiin tai toiminta-alueeseen. Paikannimellä voi olla yksilöivässä nimenosassa myös muita tehtäviä, kuten erilaisten mielikuvien herättäminen. (Sjöblom 2006: 169.) Levin ravintoloista yhdeksässä nimessä yksilöivä nimenosa on paikannimi. Niistä suurimman osan yksilöivä nimenosa viittaa johonkin luonnonpaikkaan. Esimerkiksi *Immelkartano* sijaitsee Immeljärven

rannalla, ja *Latukahvila Kätjänlaavu* sijaitsee Kätjäjärven rannalla. *Lomakurun kota* sijaitsee Lomakurussa Utsu- ja Taalovaaran välissä. Se viittaa siis myös suoraan sijaintiinsa Lomakurussa. *Ounaskievari* sijaitsee Ounasjoen rannalla, joten yksilöivä nimenosa *Ounas* viittaa Ounasjokeen. *Ravintola Utsu* viittaa aiemmin mainittuun luonnonpaikkaan Utsuvaaraan.

Kyliin viittaavia nimiä on kaksi. *Rauduskylän latukahvila* sijaitsee Kittilän Rauduskylässä. *Lapland Hotel Sirkantähti -ravintolan* yksilöivä nimenosa *Sirkantähti* sisältää suoraan Sirkan kylään viittaavan sanan *Sirkan*. Nimessä *LeviDeli* yksilöivä nimenosa *Levi* puolestaan viittaa suoraan Levin matkailukeskukseen. Viittaus vieraampaan paikannimeen on ravintolan nimessä *Ravintola Asia*. Yksilöivä nimenosa *Asia* viittaa Aasian maanosaan. Kyseessä on aasialaistyylinen ravintola, mikä selittää nimivalintaa. Ravintolan tyyli myös ohjaa tulkintaa siitä, että *Asia* ei tässä yhteydessä tarkoita esimerkiksi suomen kielen sanaa *asia*.

Levin ravintoloiden nimissä esiintyy runsaasti yksilöiviä nimenosia, jotka koostuvat leksikaalista merkitystä kantavista sanoista. Tällaisissa yksilöivissä nimenosissa on käytetty siis aineksina tunnettujen kielten sanoja. Sjöblomin mukaan sanat voivat olla appellatiiveja, adjektiivieja, verbejä, pronomineja, numeraaleja tai adverbeja. Tähän luokkaan kuuluvat yksittäiset sanat sekä sanaliitot. (Sjöblom 2006: 174.) Riittää, että yksikin sana yksilöivästä nimenosasta on leksikaalista merkitystä kantava ilmaus. Tähän kategoriaan kuuluvat seuraavat aineistoni nimet (42 kpl), joista olen alleviivannut yksilöivän nimenosan:

<u><i>Ahku</i></u>	<u><i>Lapland Hotel Sirkantähti – ravintola</i></u>	<u><i>Ravintola Oppikuppi</i></u>
<u><i>Bar Alakerta</i></u>		<u><i>Ravintola Palovartija</i></u>
<u><i>Café ja Bar Kota</i></u>	<u><i>Latukahvila Kätjänlaavu</i></u>	<u><i>Ravintola Panorama</i></u>
<u><i>Café Zero</i></u>	<u><i>Loimulohikota</i></u>	<u><i>Ravintola Pihvipirtti</i></u>
<u><i>Gold Digger Bar & Lounge</i></u>	<u><i>Northern Cowboy</i></u>	<u><i>Ravintola Riihi</i></u>
<u><i>Gondoliravintola</i></u>	<u><i>Northern Lights Ranch</i></u>	<u><i>Ravintola Saamen Kammi</i></u>
<u><i>Hanhipirtti</i></u>	<u><i>Näköalaravintola Tuikku</i></u>	<u><i>Ravintola Sapuška</i></u>
<u><i>Immelkartano</i></u>	<u><i>Paviljonki</i></u>	<u><i>Ravintola Saunabaari</i></u>
<u><i>Joiku Music Bar</i></u>	<u><i>Poron Bensis</i></u>	<u><i>Ravintola Sivakka</i></u>
<u><i>Káfet – kahvila & leipomo & bistro</i></u>	<u><i>Pub Hölmölä</i></u>	<u><i>Ravintola Taivas</i></u>
<u><i>Kekäle Bar & Grill</i></u>	<u><i>Ravintola Draivi</i></u>	<u><i>Ravintola Tonttula</i></u>
<u><i>King Crab House</i></u>	<u><i>Ravintola Gastro K.</i></u>	<u><i>Ravintola Wanha Hullu</i></u>
<u><i>Kokkishoppi</i></u>	<u><i>Ravintola Horizont</i></u>	<u><i>Poro</i></u>
	<u><i>Ravintola Kiisa</i></u>	<u><i>Ravintola Ämmilä</i></u>

*Reindeer lounge & bar**Spiella café & restaurant**Ristorante Renna**Vinkkari*

Valtaosa tämän luokan yksilöivistä nimenosista on substantiiveja (*Ahku, Gold Digger, Kekäle, Loimulohi, Horizont, Pihvipirtti, Sivakka, Ämmilä jne.*) Yksilöivissä nimenosissa esiintyy kuitenkin myös muutamia adjektiiveja, esim. *Northern, Wanha, Hullu*. Numeraali esiintyy yksilöivässä nimenosassa *Zero*.

Yksilöivä nimenosa *Gastro K*. koostuu leksikaalista merkitystä kantavasta sanasta *gastro* sekä kirjainlyhenteestä *K*. *Gastro* on osa useita eri kielten sanoja, esim. englanninkielinen *gastronomy* ('gastronomia') tai ranskankielinen *gastro-entérite* ('gastroenteriitti'). Luvussa 4.1.1 määrittelin *Gastron* internationalismiksi sen vuoksi, että se on samannäköinen useissa eri kielissä. Levin ravintolan nimiaineistossa on pelkästään yksi ravintolan nimi, jonka yksilöivä nimenosa koostuu kirjaimen ja numeron yhdistelmästä: *Bistro K5*.

Levin ravintolayritysten nimissä selventäviä täydennysosia on hyvin vähän. Se voi johtua esimerkiksi siitä, että Levin ravintoloiden nimet erottuvat toisistaan hyvin ilman selventävää täydennysosaa. Selventävä täydennysosa usein erottaa muuten samannimiset yritykset toisistaan. Esimerkiksi samalla konseptilla toimivat yritykset, joilla on muuten sama nimi, voivat erottua toisistaan sijaintia tai toimialuetta ilmaisevalla täydennysosalla. (Sjöblom 2006: 187.) Kuten luvussa 2.3 mainitsin, jätin ravintolaketjujen nimet tämän analyysin ulkopuolelle. Ravintolaketjujen nimet voivat usein erottua toisistaan selventävän täydennysosan avulla. Toisaalta ulkopuolelle jättämistäni ravintolaketjujen nimistä vain yhdessä on selventävä täydennysosa: *Coffee House & Bar Levi*.

Selventäviä täydennysosia esiintyy vain kahdessa nimessä: *Lapland Hotel Sirkantähti – ravintola* ja *Levin Sammuntupa ja porotilapalvelut*. Nimessä *Lapland Hotel Sirkantähti – ravintola* selventävä täydennysosa on *Lapland Hotel*. Se viittaa *Lapland Hotel* -hotelliketjuun. Nimessä *Levin Sammuntupa ja porotilapalvelut* selventävä täydennysosa on genetiivimuotoinen paikannimi *Levin*. Esimerkiksi juuri tässä nimessä yksilöivä luonne ei muutu, vaikka täydennysosan poistaisi. Sen takia *Levin* on lisäinformaatiota antava selventävä täydennysosa.

4.2 Nimien merkitys

Tässä alaluvussa tarkastelen Levin ravintoloiden nimien merkityksiä funktionaalis-semanttisen analyysimallin avulla, joka on esitetty luvussa 3.1. Yritysnimien merkityssuhteet voivat olla suoria, epäsuoria, pakattuja tai katkaistuja. Levin ravintoloiden nimissä esiintyy suoria, epäsuoria ja pakattuja merkityssuhteita. Tarkastelen suoraan merkityssuhteeseen perustuvia nimiä alaluvussa 4.2.1 ja epäsuoraan merkityssuhteeseen perustuvia nimiä alaluvussa 4.2.2. Pakattuun merkityssuhteeseen perustuvaa Levin ravintolan nimeä tarkastelen alaluvussa 4.2.3.

4.2.1 Suora merkityssuhde

Levin ravintoloiden nimistä kaikissa, joissa on liikeidean ilmaiseva nimenosa, on suora merkityssuhde. Tarkastelen kuitenkin tarkemmin ravintoloiden nimien yksilöivien nimenosien merkityssuhteita. Yksilöivän nimenosan perusteella 12 Levin ravintolan nimessä on suora merkityssuhde. Nimessä *Rauduskylän latukahvila* yksilöivä nimenosa *Rauduskylän* viittaa suoraan Rauduskylä-paikannimeen, jolloin nimi perustuu suoraan merkityssuhteeseen. Samoin nimet *Lomakurun kota* ja *Latukahvila Kätkänlaavu* ovat suorassa merkityssuhteessa luonnonnimiin Lomakuru ja Kätkäjärvi. Lasken tähän kategoriaan kuuluvaksi myös nimen *Ravintola Utsu*, sillä *Utsu* on lyhennetty paikannimestä Utsuvaara, johon nimi myös viittaa. Samaan tapaan myös nimessä *Ounaskievari* on suora viittaus Ounasjokeen. Lyhentynyt muoto paikannimestä Immeljärvi on ravintolan nimessä *Immelkartano*. Myös siinä on suora merkityssuhde nimen tarkoitteeseen.

Nimi *Levin Sammuntupa ja porotilapalvelut* kuvaa suoraan yrityksen sijaintia, omistajaa ja toimialaa. Tässä nimessä omistajaan viitataan etu- tai lempinimellä *Sammu* tai *Sampu*, mikä on tavallista suoran merkityssuhteen yritysnimissä. Sjöblomin aineistossa samantyyppisiä yritysnimiä ovat esim. *Even Lounastupa* sekä *Tintun Puoti Oy* (Sjöblom 2006: 206). Nimi *Gondoliravintola* kertoo myös suoraan yrityksen sijainnista gondolihissin läheisyydessä. Määrittelen *Ravintola Saunabaarin* tähän kategoriaan siksi, että se on baari, jonka yhteyteen suunnitellaan rakennettavaksi saunaa. Lisäksi *LeviDeli* kuuluu tähän kategoriaan, sillä *Levi* viittaa paikkaan ja *deli* toimialaan. Nimessä *Bistro K5* on suora merkityssuhde siksi, että se sijaitsee *Hotel K5 Levi* -hotellissa. Samoin nimessä *Café Zero* on suora merkityssuhde, koska se sijaitsee *Zero Pointin* vuokraamossa.

Näistä suoran merkityssuhteen sisältävistä Levin ravintoloiden nimistä osa ilmentää paikallisuutta. Paikannimiin viittaavat nimet (*Rauduskylän latukahvila, Lomakurun kota, Latukahvila Kätkänlaavu, Ravintola Utsu, Ounaskievari, Immelkartano*) ovat luonnollisesti kytköksissä Levillä sijaitseviin paikkoihin ja ilmentävät siten paikallisuutta. Nimi *Levin Sammuntupa ja porotilapalvelut* ilmentää paikallisuutta monella tavalla. Selventävä täydennysosa *Levin* viittaa suoraan Leviin. *Sammuntupa ja porotilapalvelut* puolestaan viittaa paikallisen palveluntuottajan palveluihin. Myös nimi *LeviDeli* on paikallisuutta ilmentävä ravintolan nimi, koska sekin viittaa suoraan Leviin.

4.2.2 Epäsuora merkityssuhde

Suurin osa Levin ravintoloiden nimistä, 39 nimeä, kuuluu epäsuoran merkityssuhteen kategoriaan. Se kattaa jopa 75 % kaikista Levin ravintoloiden nimistä. Tähän kategoriaan lukeutuvista nimistä useat vaikuttavat ilmentävän paikallisuutta.

Levin ravintoloiden nimissä korostuu metafora *poro*. Se esiintyy seuraavissa nimissä: *Poron Bensis, Ravintola Wanha Hullu Poro, Reindeer lounge & bar, Ristorante Renna*. Kahdessa nimessä *poro* esiintyy suomenkielisenä ja kahdessa vieraskielisenä. *Reindeer* on englantia ja *Renna* italiaa. Joka tapauksessa ilmauksella *poro* pyritään varmasti herättämään asiakkaisissa positiivisia mielikuvia. Poro on Lappiin yleisesti liitetty eläin, jota hyödynnetään paljon erityisesti Lapin matkailualalla. Lisäksi poro on kulttuurisesti merkittävä osa joulua, sillä toimiihan se joulupukin reen vetäjänä. Poro on eläin, joka tyypillisesti vetoaa matkailijoihin. Erityisesti nimessä *Ravintola Wanha Hullu Poro* poroa kuvaillaan viihdyttävästi.

Levin ravintoloiden nimissä ilmenee metaforisia merkityssuhteita myös siten, että yritykseen viitataan hyvänä tai satumaisena paikkana, esim. *Ravintola Taivas, Ravintola Ämmilä, Ravintola Tonttula, Ravintola Messi, Paviljonki, Northern Lights Ranch*. Tästä yksi kiinnostava esimerkki on myös nimessä *Pub Hölmölä*, joka viittaa kyllä paikkaan, *Hölmölään*, mutta joka voi jakaa mielipiteitä siitä, syntyykö nimestä positiivinen vai negatiivinen konnotaatio. Metaforinen merkityssuhde on myös nimessä *Näköalaravintola Tuikku*. *Tuikku* on esine, jonka ominaisuuksia halutaan yhdistää ravintolaan. Näköalaravintola valaisee pimeässä kuin tuikku. Samoin nimessä *Ravintola Kiisa* on esineen ilmaus *Kiisa*, jonka ominaisuuksia halutaan liittää ravintolaan liittyviin mielikuviin. *Kiisa*-nimi tulee pohjoissaamenkielisestä sanasta *giisá*, joka tarkoittaa korulipasta tai arkkua. Myös *V'inkkari*-nimeen sisältyy metaforinen merkityssuhde. *Vinkkari* tarkoittaa suuntavilkkaa. Lisäksi metaforinen

merkityssuhde on nimessä *Spiella café & restaurant*. Kuten luvussa 4.1.1 määrittelin, *Spiella* tarkoittaa tuulenvirettä. Myös *Kekäle Bar & Grill* sopii tähän kategoriaan.

Sjöblomin määrittelemä *yritys on ihminen* -metafora sopii aineistoni nimiin *Ahku*, *Gold Digger Bar & Lounge*, *Northern Cowboy* sekä *Ravintola Palovartija*. *Ahku* tarkoittaa *isoäitiä tai arvostettua vanhempaa naista*. *Gold Digger* puolestaan viittaa kullankaivuuteemaan. *Northern Cowboy* nimessä yhdistyvät pohjoinen ja pohjoisamerikkalainen karjapaimen, mikä sopii Levillä sijaitsevalle meksikolaistyylliselle ravintolalle. *Ravintola Palovartija* sijaitsee vanhassa palovartijan majassa.



Kuva 5. *Northern Cowboy*.

Metonyyminen suhde on nimessä *King Crab House*. Siinä tuote edustaa yritystä eli *King Crab* (kuningasrapu) edustaa ravintolaa. Samantyyppinen nimi on *Loimulohikota*, joka on myös metonyymisessä suhteessa tarkoitteeseensa. Kodassa tarjoillaan esimerkiksi loimulohta, mikä ilmenee ravitsemusyrityksen nimestä. Samaan kategoriaan kuuluu nimi *Ravintola Pihvipirtti*, jonka nimessä mainitaan myös ravintolassa tarjoiltava tuote, pihvi. Myös nimen *Káfet – kahvila & leipomo & bistro* yksilöivä nimenosa *Káfet* (suomeksi kahvi) edustaa yrityksen tuotetta, kahvia. *Ravintola Sapuška* kuuluu tähän samaan kategoriaan. *Sapuška* viittaa ruokaan, jota ravintolassa tietysti tarjoillaan. Metonyyminen suhde on myös nimessä *Ravintola Asia*. *Asia* viittaa Aasiaan, eli yrityksen suhde Aasiaan on luultavasti lähtökohtana nimen valinnalle. Nimen *Ravintola Draivi* tulkitseen myös metonyymiseksi, sillä *Draivi* on yritykseen liittyvä

ominaisuus. *Draivi* on arkikielinen ilmaus, jolla tarkoitetaan *vauhtia, voimaa, tehoa* (Kielitoimiston sanakirja: draivi).

Taulukossa 3 esittelen niitä semanttisia alueita, joita Levin ravintoloiden nimissä on havaittavissa:

Nimien semanttiset alueet	
Lappi-aiheiset nimet (10):	<i>Poron Bensis, Ravintola Wanha Hullu Poro, Reindeer lounge & bar, Ristorante Renna, Gold Digger Bar & Lounge, Northern Cowboy, Northern Lights Ranch, Ravintola Tonttula, Ravintola Ämmilä, Lapland Hotel Sirkantähti – ravintola</i>
Saamelaiskulttuuriin viittaavat nimet (8):	<i>Ahku, Joiku Music Bar, Káfet – kahvila & leipomo & bistro, Ravintola Kiisa, Ravintola Saamen Kammi, Spiella café & restaurant, Café ja Bar Kota, Loimulohikota</i>
Luontoaiheiset nimet (6):	<i>Hanhipirtti, Kekäle Bar & Grill, King Crab House, Ravintola Palovartija, Ravintola Sivakka, Ravintola Taivas</i>
Muihin kulttuureihin liittyvät nimet (2):	<i>Ravintola Asia, Ravintola Sapuška</i>
Muut (13):	<i>Bar Alakerta, Kokkishoppi, Näköalaravintola Tuikku, Paviljonki, Pub Hölmölä, Ravintola Draivi, Ravintola Horizont, Ravintola Messi, Ravintola Oppikuppi, Ravintola Panorama, Ravintola Pihvipirtti, Ravintola Riihi, V´inkkari</i>

Taulukko 3. Nimien semanttiset alueet.

Paikallisuuteen semanttisesti viittaavia nimiä ovat ainakin Lappi-aiheiset nimet (10) sekä saamelaiskulttuuriin viittaavat nimet (8). Lappi-aiheisissa nimissä esiintyvät Lappiin yleisesti liitetyt asiat, kuten poro, kullankaivaja, pohjoinen, revontulet ja tonttu. Saamelaiskulttuuriin

viittaavista nimistä osa sisältää pohjoissaamen kieliaineiksia ja osa viittaa kulttuuriin muulla tavoin. Esimerkiksi *Ravintola Kiisa*, *Ravintola Saamen Kammi* ja *Café ja Bar Kota* viittaavat saamelaiseen kulttuuriin liittyviin esineisiin tai paikkoihin.

4.2.3 Pakattu merkityssuhde

Levin ravintoloiden nimistä määrittelen yhden pakattuun merkityssuhteeseen perustuvaksi: *Ravintola Gastro K.* Yksilöivä nimenosa *Gastro K.* voi vaikuttaa melko läpinäkymättömältä. Ilmaus *Gastro* voidaan kuitenkin jäljittää esimerkiksi sanaan *gastronomia*, joka tarkoittaa hyvien ruokien tuntemusta, valmistusta ja nauttimista tai jonkin alueen ruokakulttuuria. Se siis lienee ravintolan nimivalinnan taustalla. *Gastro*-alkuisia sanoja on kuitenkin muitakin, vaikka ne eivät välttämättä liity ravintola-aiheeseen yhtä selkeästi.

4.3 Nimien funktiot

Seuraavaksi tarkastelen sitä, millaisia funktioita Levin ravintoloiden nimillä on. Seuraan analyysissäni funktionaalisen semanttista analyysimallia, joka on kuvattu luvussa 3.1. Analyysimallin mukaan yritysnimien mahdollisia funktioita ovat informatiivisuus, houkuttelevuus, käytännöllisyys, integroivuus ja individualisoivuus. Levin ravintoloiden nimissä ilmenevät kaikki mainitut funktiot lukuun ottamatta individualisoivuuden funktiota. Käsittelem informatiivisuuden funktiota alaluvussa 4.3.1, houkuttelevuuden funktiota alaluvussa 4.3.2, käytännöllisyyden funktiota alaluvussa 4.3.3 ja integroivuuden funktiota alaluvussa 4.3.4.

4.3.1 Informatiivisuus

Levin ravintoloiden nimistä huomattavan suuri osa, 47, toimii informatiivisessa funktiossa. Ensinnäkin kaikki liikeideaa ilmaisevan nimenosan sisältävät nimet (46) sisältävät informaatiota, esim. *Joiku Music Bar*, *Poron Bensis*, *Ravintola Riihi*. Lisäksi omistajaan viittaava nimi *Levin Sammuntupa ja porotilapalvelut* sisältää informaatiota. Se kertoo yrityksen omistajan tai perustajan nimen. Ravintolan nimessä viitataan myös paikkaan täydennysosalla *Levin*. Muita paikkaan viittaavia ja sillä tavalla informaatiota sisältäviä nimiä onkin sitten

useampia. Yrityksen sijaintiin viittavia nimiä ovat *Immelkartano*, *Latukahvila Kätkänlaavu*, *Lomakurun kota*, *Ounaskievari*, *Rauduskylän latukahvila* sekä *Ravintola Utsu*. Nimessä *Lapland Hotel Sirkantähti – ravintola* informaatiota antaa *Lapland Hotel* -hotelliketjuun viittaava osa. *LeviDeli* viittaa yrityksen sijaintiin ja toiminta-alueeseen. Myös nimessä *King Crab House* on informatiivista funktiota, sillä se kertoo yrityksen tuotteesta.

Katson, että Levin ravintoloiden nimistä 5 nimeä ei toimi informatiivisessa funktiossa. Ne ovat: *Ahku*, *Hanhipirtti*, *Northern Cowboy*, *Paviljonki* ja *V'inkkari*. Näissä nimissä ei ole liikeideaa ilmaisevaa nimenosaa, eivätkä ne toimi informatiivisessa funktiossa muullakaan tavalla.

4.3.2 Houkuttelevuus

Noudatan Sjöblomin (2006) esimerkkiä siinä, etten lähde laskemaan houkuttelevassa funktiossa toimivien nimien osuutta koko aineistosta. Se on mahdotonta, sillä sellaista metodologia ei yksinkertaisesti ole olemassa. Sjöblomin mukaan houkuttelevan funktion sisältävät kuitenkin tyypillisesti sellaiset nimet, joissa on metaforisia, metonymisia, symbolisia tai emotionaalisia ilmauksia.

Uteliaisuutta herättäviä ja sitä kautta houkuttelevia nimiä voisivat mahdollisesti olla pohjoissaamenkieliset nimet (*Ahku*, *Káfet – kahvila & leipomo & bistro*, *Spiella café & restaurant*) jo siitäkin syystä, että niiden merkitys ei välttämättä ole asiakkaille tuttu. Ne kuitenkin viittaavat paikallisuuteen. Samoin nimi *Ravintola Saamen Kammi* voi herättää mielenkiintoa ”eksoottisuudellaan”. Nimet *Näköalaravintola Tuikku*, *Ravintola Horizont* ja *Ravintola Panorama* saattavat houkutella mielikuvalla ravintolasta avautuvasta upeasta maisemasta. Viihdyttäviä tai humoristisia ravintolan nimiä ovat muun muassa *Kokkishoppi*, *Northern Cowboy*, *Poron Bensis*, *Pub Hölmölä*, *Ravintola Sapuška* ja *Ravintola Wanha Hullu Poro*.



Kuva 6. *Pub Hölmölä.*

4.3.3 Käytännöllisyys

Levin ravintoloiden nimissä esiintyy jonkin verran käytännöllisyyden funktiota. Ravintoloiden nimissä on useita *ravintola*-alkuisia nimiä (esim. *Ravintola Pihvipirtti*, *Ravintola Tonttula*). Se voi johtua esimerkiksi siitä, että usein yritykset pyritään saamaan lähekkäin aakkostettuihin luetteloihin kilpailevien yritysten kanssa (Sjöblom 2006: 236). Kaikilla *ravintola*-alkuisilla nimillä voidaan siten ajatella olevan käytännöllistä funktiota. Myös aakkosten alkupäässä olevilla nimillä voi olla käytännöllinen funktio (Sjöblom 2006: 236). Tällaisia Levillä sijaitsevia ravintoloiden nimiä ovat ainakin *Ahku*, *Bar Alakerta*, *Bistro K5*, *Café ja Bar Kota*, *Café Zero*, *Gold Digger Bar & Lounge* sekä *Gondoliravintola*.

Sjöblomin mukaan käytännöllisiä nimiä ovat myös kirjainlyhenteen sisältävät nimet, sillä ne ovat tiiviitä ja lyhyitä sekä helppoja käyttää. Ne eivät myöskään toimi ainakaan kovin houkuttelevassa tai informatiivisessa funktiossa, joten niiden taustalla lienee juuri pyrkimys käytännöllisyyteen. Kiinnostava havainto on se, että kirjainlyhenteiden muistaminen on hankalampaa kuin todellisia sanoja sisältävien nimien. (Sjöblom 2006: 237.) Levin ravintoloiden nimistä vain yhdessä on tämän tyyppinen tapaus: *Bistro K5*. Kyseinen ravintolan nimi on tosiaankin lyhyt, ja se toimii hyvin käytännöllisestä näkökulmasta katsottuna.

4.3.4 Integroivuus

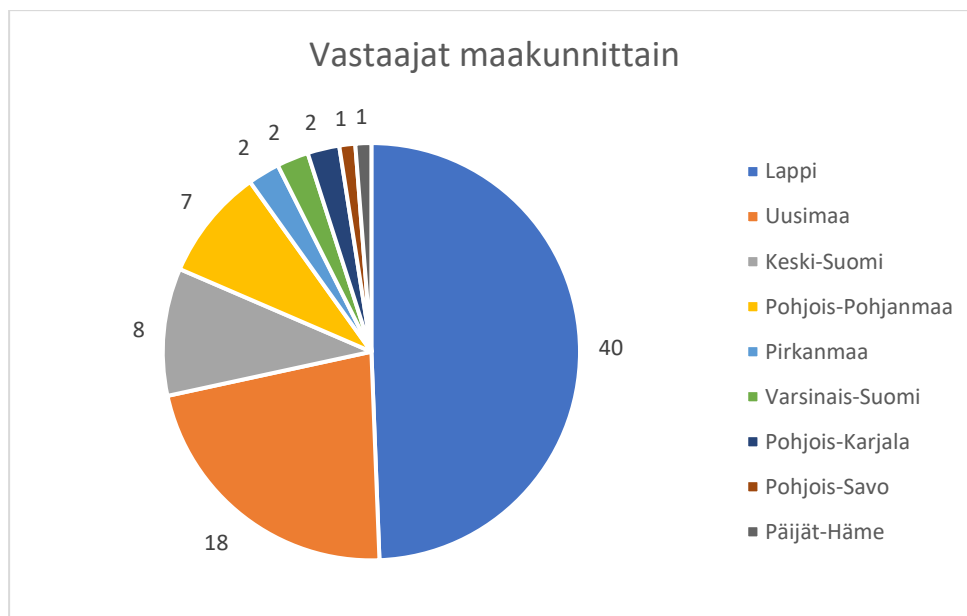
Levin ravintoloiden nimillä on myös integroivia funktioita. Useat nimet viittaavat maantieteelliseen sijaintiin, esim. *Lomakurun kota*, *Rauduskylän latukahvila*. Samoin suoraan Leviin viittaavia nimiä on pari: *LeviDeli*, *Levin Sammuntupa ja porotilapalvelut*. Lappiin epäsuorasti viittaaviksi nimiksi määrittelen seuraavat nimet: *Northern Cowboy*, *Northern Lights Ranch*, *Poron Bensis*, *Ravintola Saamen Kammi*, *Ravintola Tonttula*, *Ravintola Wanha Hullu Poro*, *Reindeer lounge & bar*, *Ristorante Renna*. Mainitsemisiani ravintoloiden nimissä esiintyy Lappiin yleisesti liitettyjä asioita ja ilmiöitä, kuten revontulet, tontut ja porot. Paikallismurretta sisältävä nimi on ainakin *Ravintola Ämmilä*. *Ämmi* tarkoittaa isoäitiä, mummoa ja *ämmilä* mummolaa. Nämä kaikki integroivassa funktiossa toimivat nimet ilmentävät samalla paikallisuutta.

5 Tavallisten kielenkäyttäjien näkemykset nimistä

Tässä maisterintutkielmani toisessa analyysiluvussa tarkastelen kyselytutkimukseen tulleita vastauksia. Aluksi esittelen kyselyyn vastanneet vastaajat alaluvussa 5.1. Sen jälkeen käsittelen vastaajien näkemyksiä Levin ravintoloiden nimistä alaluvussa 5.2. Lopuksi esittelen vastaajien antamat nimiehdotukset Levin kuvitteelliselle uudelle ravintolalle alaluvussa 5.3.

5.1 Kyselyn vastaajat

Tarkastelen analyysissäni kyselyn loppuun tehneen 81 vastaajan vastauksia. Kuvakaappaukset kyselylomakkeesta ovat tämän tutkielman lopussa liitteissä 2–13. Ne havainnollistavat kyselyä parhaiten sellaisena, minkälaisena se näyttäytyi vastaajille. Kyselyn alussa esittelin itseni ja tutkimukseni lyhyesti. Kerroin kerääväni erilaisia näkemyksiä Levin ravintoloiden nimistä ja korostin, että tarkoitus on arvioida nimiä eikä ravintoloita itsessään. Kyselyn alussa kysymyksissä 1–2 kartoitin vastaajan asuinpaikkakunnan sekä tiedon siitä, onko hän käynyt Levillä. Kaaviossa 1 on esitetty vastaajat maakunnittain.



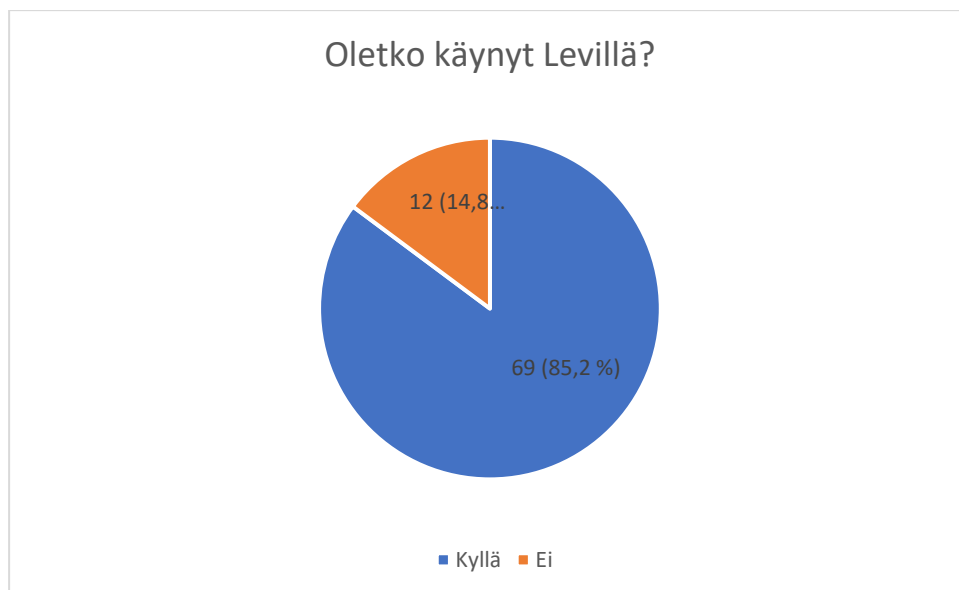
Kaavio 1. Vastaajat maakunnittain.

Vastauksissa esiintyi 18 eri asuinpaikkakuntaa, mutta tulosten selkeyden vuoksi ryhmittelin vastaajat laajemmin maakunnittain. Eri maakuntia kertyi näin jopa yhdeksän. Kuten kaaviosta 1 voidaan huomata, Lapin maakunta kattaa vastaajista liki puolet (40 vastaajaa, 49 %). Toiseksi suurin osa vastaajista (18 vastaajaa, 22 %) asui Uudellamaalla. Keski-Suomesta (8 vastaajaa, 10 %) ja Pohjois-Pohjanmaalta (7 vastaajaa, 9 %) tuli seuraavaksi eniten vastauksia. Pirkanmaa, Varsinais-Suomi, Pohjois-Karjala, Pohjois-Savo ja Päijät-Häme esiintyivät kukin vastauksissa 1–2 kertaa.

Vastaajista merkittävä osa asui siis Lapissa tai Uudellamaalla. Siihen vaikutti varmasti suuresti se, että minulla on tuttaviani sekä Lapissa että pääkaupunkiseudulla. Jaoin kyselyn omalla Facebook-sivullani, joten oletettavaa oli, että pääasiassa tuttaviani vastaavat kyselyyn. Onneksi sain kuitenkin muutamia vastauksia myös muualta Suomesta.

Vertailin sitä, eroavatko Lapissa asuvien vastaukset muualla Suomessa asuvien vastauksista jollain tavalla ja havaitsin, että suuria eroja vastauksissa näiden kahden ryhmän välillä ei ole. Ainoastaan kahden ravintolan nimen kohdalla (*Ravintola Ämmilä*, *Ravintola Wanha Hullu Poro*) havaitsin hieman isompia eroavaisuuksia ryhmien vastausten välillä. Käsittelem näitä eroja myöhemmin luvussa 5.2.

Kaavio 2 havainnollistaa sitä, kuinka moni vastaaja oli käynyt Levillä.



Kaavio 2. Oletko käynyt Levillä?

Kaavio 2 osoittaa, että 69 vastaajaa oli käynyt Levillä. Heidän osuutensa kattaa 85,2 % kaikista vastanneista eli Levillä käyneet ovat vastaajissa enemmistö. Vastaajista vain 12 ei ollut käynyt Levillä. Vastausten epätasainen jakautuminen aiheuttaa sen, että Levillä käyneiden ja Levillä käymättömien vastausten vertailun perusteella ei voi tehdä suuria yleistyksiä. Syy siihen, miksi vastauksia tuli niin vähän niiltä, jotka eivät olleet käyneet Levillä, voi olla se, että he eivät ehkä kokeneet kyselyn koskettavan heitä yhtä paljon tai ajattelivat, että eivät osaa yhtä hyvin vastata.

On tärkeää huomioida, että Levillä käyneillä voi olla kokemusta joistain kyselylomakkeessa mainituista ravintoloista, mikä voi vaikuttaa heidän vastauksiinsa. Toisaalta kyselyn alussa kehotin vastaajia arvioimaan nimenomaan ravintoloiden nimiä eikä ravintoloita itsessään. Toki tuttu nimi voi herättää positiivisempia mielikuvia kuin tuntematon nimi. Yksi kyselyn adjektiivipareista oli *tuttu–vieras*, joten siinä kohtaa osa vastaajista on voinut vastata sen perusteella, onko ravintola todella heille tuttu vai ei. Pyrkimykseni kuitenkin oli saada kerättyä vastaajien mielikuvia nimistä.

5.2 Kielenkäyttäjien näkemykset Levin ravintoloiden nimistä

Valitsin kyselyyn kahdeksan Levi.fi-sivustolta kerättyä ravintolan nimeä: *Ravintola Gastro K.*, *Ravintola Horizont*, *Ravintola Saamen Kammi*, *Ravintola Sapuška*, *Ravintola Sivakka*, *Ravintola Wanha Hullu Poro*, *Ravintola Ämmilä* ja *Ristorante Renna*. Kyselyyn nimiä valitessa

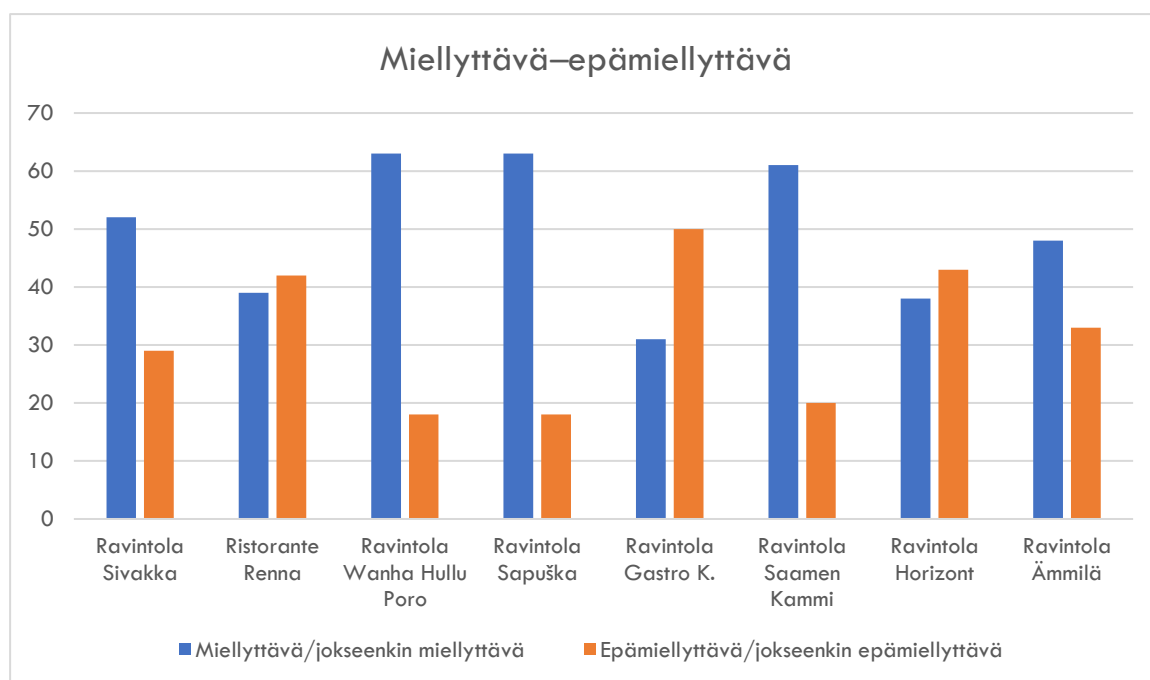
yhtenä rajauksena oli se, että kaikissa nimissä tulisi olla liikeideaa kuvaava nimenosa *ravintola* eli nimet eroaisivat pelkästään yksilöivän nimenosan osalta. Näin kyselyn tuloksia olisi helpompi vertailla keskenään. Poikkeuksen tähän tekee nimi *Ristorante Renna*, jossa esiintyy ravintolan italiankielinen vastine *ristorante*. Se sopii kuitenkin rakenteeltaan hyvin muiden valittujen nimien joukkoon, joten valitsin myös sen mukaan kyselyyn. Muutoin pyrin valitsemaan keskenään mahdollisimman erilaisia nimiä. Valitsemisani nimissä näkyikin esimerkiksi erikielisiä aineksia, murre sanoja, internationalismeja ja erilaisia foneemeja. Päädyin kahdeksaan nimeen sen vuoksi, että määrä tuntui sopivalta: pyrin siihen, että vastaaja jaksaisi vastata kaikkien nimien kohdalla samoihin adjektiivipareihin, mutta myös siihen, että saisin riittävän kattavan otoksen ravintolayritysten nimistä kyselyä varten. On mahdollista, että osalle määrä tuntuikin liian puuduttavalta, sillä 19 vastaajaa jätti kyselyn kesken. Toisaalta keskeyttämiseen voi olla monia muitakin syitä.

Kyselyssä vastaajat valitsivat asteikolla 1–4 kahden adjektiivin väliltä sen, kumpi kuvaa heidän asenteitaan tai mielipiteitään paremmin. Esimerkiksi adjektiiviparin *miellyttävä–epämiellyttävä* kohdalla 1 tarkoittaa *miellyttävää*, 2 *jokseenkin miellyttävää*, 3 *jokseenkin epämiellyttävää* ja 4 *epämiellyttävää*. Vastaajan täytyi kallistua enemmän jommankumman adjektiivin puoleen. En kuitenkaan asettanut pelkästään kahta vaihtoehtoa (esim. *miellyttävä* ja *epämiellyttävä*), vaan halusin tarjota hieman enemmän liikkumatilaa, koska mielipide nimestä ei välttämättä ole niin jyrkkä. Kyselyn tulosten perusteella suuri osa vastauksista sijoittui juuri kohtiin 2 tai 3 jokaisen nimen kohdalla.

Hyödynsin semanttista differentiaalia siis kyselyn kysymyksissä 3–10. Jokaisessa kysymyksessä vastaajan piti valita sopiva vaihtoehto kuuden vastakohtaparin väliltä jokaisen ravintolan nimen kohdalla. Vastakohtaparit olivat: *miellyttävä–epämiellyttävä*, *lämmin–viileä*, *tuttu–vieras*, *omaperäinen–tavanomainen*, *viihdyttävä–tylsä* sekä *houkutteleva–luotaantyyöntävä*. Kolme ensimmäistä adjektiiviparia ovat usein käytettyjä semanttista differentiaalia hyödyntävissä tutkimuksissa. Kolme jälkimmäistä adjektiiviparia keksin itse juuri tätä tutkimusta ajatellen. Adjektiivit *houkutteleva* ja *viihdyttävä* ovat myös mainittuina Sjöblomin (2006) analyysimallin funktioita käsittelevässä luvussa. Pyrin valitsemaan keskenään erilaisia adjektiivipareja, jotta saisin selvitettyä mahdollisimman monipuolisesti vastaajan mielipiteitä jokaisesta ravintolan nimestä. Toki adjektiivit ovat osittain lähellä toisiaan. Yleisesti halusin tietää, pidetäänkö nimiä miellyttävinä vai epämiellyttävinä. Laatomassani semanttisessa differentiaalissa adjektiivit asettuivat niin, että vasemmassa laidassa on yleisesti positiiviseksi mielletty adjektiivi ja oikeassa laidassa negatiiviseksi mielletty.

Käsittelen kyselyn vastakohtapareihin liittyvien kysymysten 3–10 tulokset siten, että käyn läpi jokaisen vastakohtaparin erikseen. Tarkastelen jokaista ravintolan nimeä siis yhtä aikaa jokaisen adjektiiviparin kohdalla. Tekemissäni kaavioissa olen niputtanut 1 ja 2 vastaukset samaan pylvääseen samoin kuin 3 ja 4 vastaukset. Eli esimerkiksi miellyttävä–epämiellyttävä-adjektiiviparin kohdalla olen laskenut yhteen vastaukset *miellyttävä* ja *jokseenkin miellyttävä* sekä *jokseenkin epämiellyttävä* ja *epämiellyttävä*. Mielestäni tämä selkeyttää kaavioita huomattavasti. Mikäli olisin erotellut kaavioon kaikki vastaukset 1–4, olisi kaavio näyttänyt hyvin monimutkaiselta. Mielestäni tärkeintä on havaita, kumpaan adjektiivin vastaukset ovat enemmän kallistuneet.

Kaavioon 3 on koottuna ensimmäiseen adjektiivipariin *miellyttävä–epämiellyttävä* kohdistuneet vastaukset.



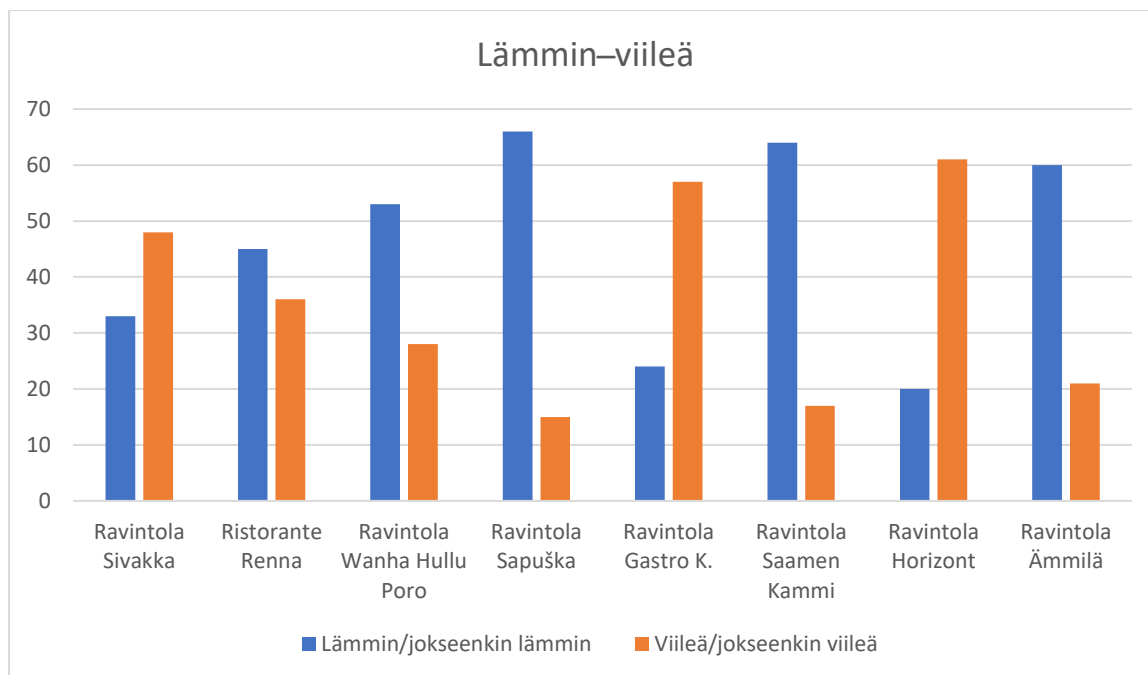
Kaavio 3. Miellyttävä–epämiellyttävä.

Kuten kaaviosta 3 voi huomata, *Ravintola Wanha Hullu Poro* (63), *Ravintola Sapuška* (63) ja *Ravintola Saamen Kammi* (61) ovat saaneet eniten vastauksia miellyttävä tai jokseenkin miellyttävä. Seuraavaksi eniten miellyttävänä tai jokseenkin miellyttävänä on pidetty nimiä *Ravintola Sivakka* (52) ja *Ravintola Ämmilä* (48). Nimien *Ristorante Renna* ja *Ravintola Horizont* kohdalla on kallistuttu hiukan enemmän epämiellyttävän puoleen, mutta vastaukset ovat jakautuneet melko tasaisesti vastakohtaparin välillä. 39 vastaajaa on pitänyt *Ristorante*

Rennaa enemmän miellyttävänä, kun taas 42 on pitänyt sitä enemmän epämiellyttävänä. *Ravintola Horizontin* kohdalla 38 vastaajaa piti sitä enemmän miellyttävänä ja 43 enemmän epämiellyttävänä. Nimeä *Ravintola Gastro K.* on pidetty vähiten miellyttävänä, sillä 50 vastasi sen olevan jokseenkin epämiellyttävä tai epämiellyttävä. Kuitenkin 31 vastaajaa piti sitä myös miellyttävänä tai jokseenkin miellyttävänä.

Ravintola Ämmilän kohdalla vastausten hajaantuminen melko tasaisesti voisi johtua esimerkiksi siitä, että nimen yksilöivä nimenosa *Ämmilä* voi herättää erilaisia mielikuvia riippuen vastaajan murretaustasta. Mikäli nimen yhdistää murteelliseen sanaan *ämmiin* eli isoäitiin, voi nimi tuntua miellyttävältä. Toisaalta murren *ämmilä* merkitys voi olla osalle vastaajista tuntematon. Silloin *ämmi* saatetaan yhdistää esimerkiksi halventavaan *ämmä*-sanaan, mikä voi osaltaan luoda nimestä epämiellyttävää mielikuvaa. Tätä päätelmää tukee se, että tarkasteltaessa vastaajien asuinpaikkaa suhteessa tähän kohtaan huomataan, että 28 (70 %) Lapissa asuvista vastaajista piti *Ravintola Ämmilää* enemmän miellyttävänä kuin epämiellyttävänä. Muualla Suomessa asuvista vain noin puolet, 20 (48,7 %), piti *Ravintola Ämmilää* enemmän miellyttävänä. Toki täytyy muistaa, että otannan ollessa melko pieni ei suuria yleistyksiä voida tehdä. *Ravintola Ämmilän* kohdalla Lapissa asuvien ja muualla Suomessa asuvien vastausten välillä oli havaittavissa pieniä eroja myös muiden adjektiiviparien kohdalla. Lapissa asuvista 29 (72,5 %) piti nimeä enemmän tutuna, kun muualla Suomessa asuvista 24 (58,5 %) piti sitä enemmän tutuna. Myös *viihdyttävä–tylsä*-akselilla oli havaittavissa pieni prosentuaalinen ero. Lapissa asuvista 28 (70 %) piti nimeä enemmän viihdyttävänä, kun muualla Suomessa asuvista 24 (58,5 %) piti sitä enemmän viihdyttävänä. Lapissa asuvista 28 (70 %) piti *Ravintola Ämmilää* myös enemmän houkuttelevana. Vastaava luku muualla Suomessa asuvien vastauksissa on 22 (53,7 %).

Kaaviossa 4 esitetään toiseen adjektiivipariin *lämmi–viileä* saadut vastaukset.

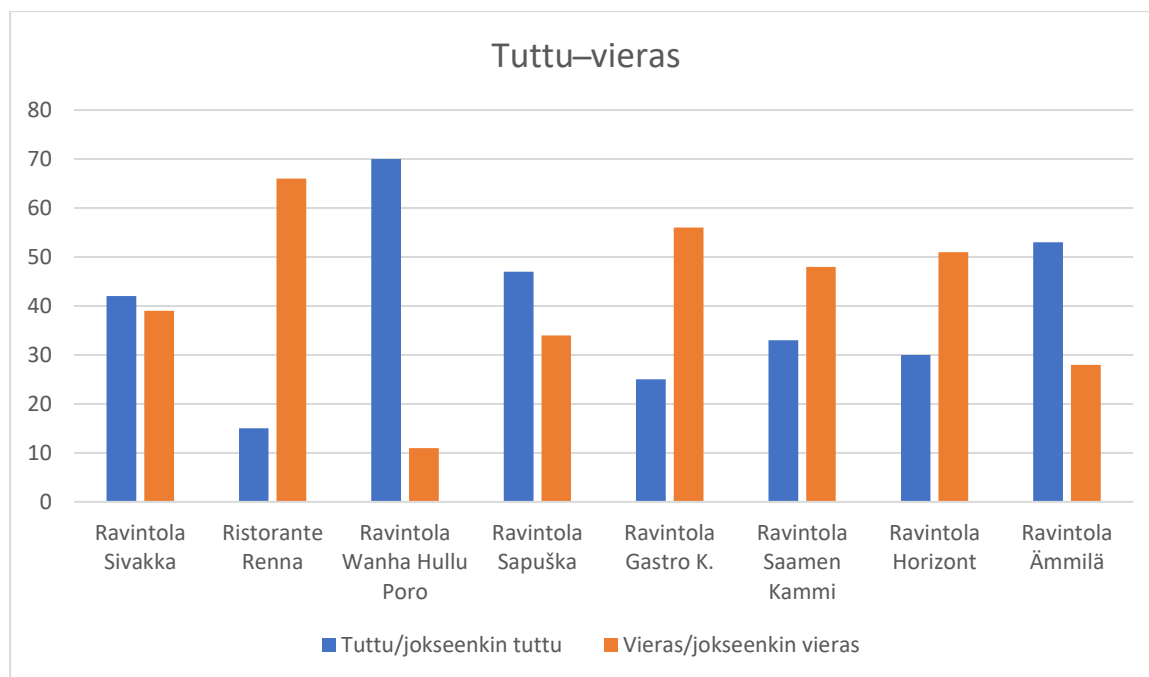


Kaavio 4. Lämmin–viileä.

Kyselyn toinen adjektiivipari oli *lämmin–viileä*. Kuten kaaviosta 4 nähdään, tulokset vaihtelevat melko paljon. Selkeästi vastaajien mielestä lämpimimmiksi nimiksi koettiin *Ravintola Sapuška* (66), *Ravintola Saamen Kammi* (64) sekä *Ravintola Ämmilä* (60). Viileimmiksi nimiksi koettiin puolestaan *Ravintola Horizont* (61), *Ravintola Gastro K.* (57) sekä *Ravintola Sivakka* (48). Nimien *Ristorante Renna* ja *Ravintola Wanha Hullu Poro* kohdalla vastaukset jakautuivat hieman tasaisemmin. 45 vastaajaa arvioi *Ristorante Rennan* enemmän lämpimäksi ja 36 vastaajaa enemmän viileäksi. *Ravintola Wanha Hullu Poro* sai 53 vastausta lämmin tai jokseenkin lämmin, ja 28 vastausta jokseenkin viileä.

Tämän adjektiiviparin kohdalla on mielenkiintoista pohtia sitä, millä tavalla vastaajat arvioivat nimeä. Herättävätkö jotkin nimet kenties lämpimän tunteen, ja jääkö jokin nimi etäiseksi ja siten viileäksi. Ainakin nimessä esiintyvien sanojen leksikaalinen merkitys voi herättää mielikuvia lämmöstä tai viileydestä. Nimessä *Ravintola Saamen Kammi* esiintyy sana *kammi*, joka tarkoittaa turvekotaa. Merkitys 'kota' voi vaikuttaa siihen, että tämä nimi koettiin enemmän lämpimäksi. Toisaalta *kammi* 'turvekota' voi olla monille vieras sana. *Kammi* myös tuo ainakin itselleni mieleen sanan *kamiina*. Nimessä *Ravintola Sivakka* esiintyy puolestaan sana *sivakka* eli 'suksi'. *Sivakka* on lumessa kulkemiseen liittyvä väline, mikä voi luoda mielikuvan viileydestä.

Kaavio 5 osoittaa, kuinka kolmannen adjektiiviparin *tuttu–vieras* kohdalla vastaukset ovat jakautuneet.



Kaavio 5. Tuttu–vieras.

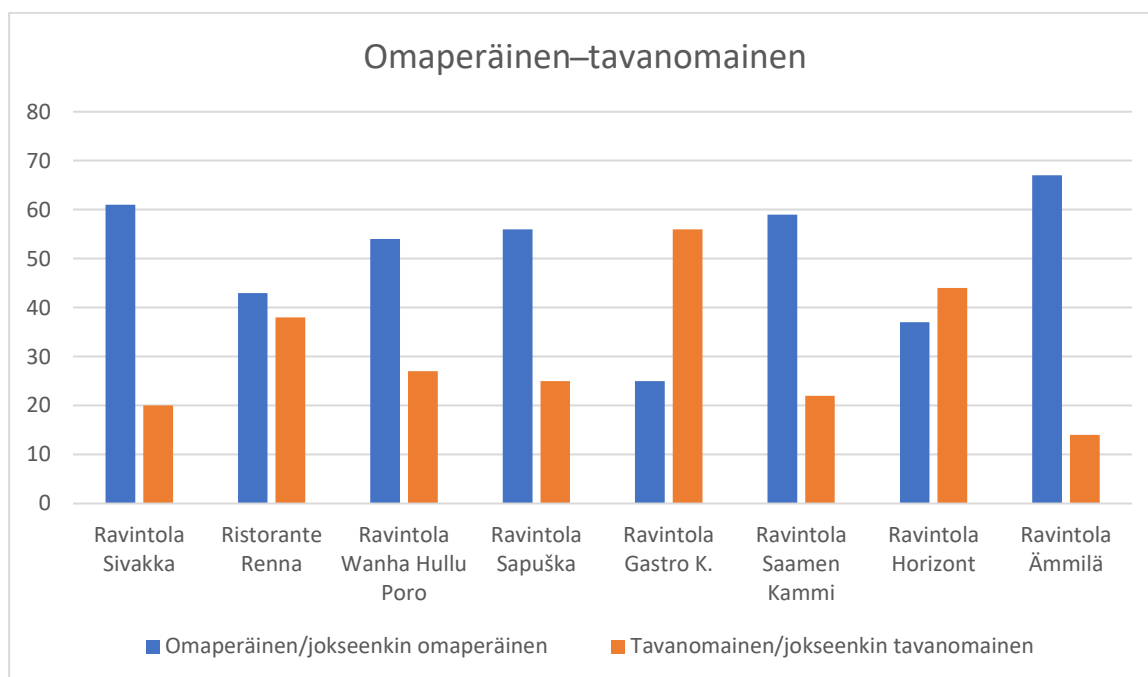
Tuttu–vieras-vastakohtaparin kohdalla vastaukset jakoutuivat epätasaisesti. Ylivoimaisesti tutuimmaksi nimeksi vastattiin *Ravintola Wanha Hullu Poro*, joka sai peräti 70 vastausta tuttu tai jokseenkin tuttu. *Ristorante Renna* puolestaan oli selkeästi eniten vieraaksi koettu nimi, sillä se sai 66 vastausta jokseenkin vieras tai vieras. Enemmän vieraaksi kuin tutuksi koettiin myös nimet *Ravintola Gastro K.*, *Ravintola Saamen Kammi* sekä *Ravintola Horizont*. *Ravintola Sivakka*, *Ravintola Sapuška* sekä *Ravintola Ämmilä* koettiin enemmän tutuksi kuin vieraaksi.

Ristorante Renna on eniten vieraaksi koettu nimi mahdollisesti sen vuoksi, että siinä esiintyy vierasta kieltä, italiaa. Englanti on kuitenkin kansainvälisemmässä asemassa oleva kieli, jolloin se ei luultavasti tunnu yhtä vieraalta. Englannin kieltä sisältävä nimi *Ravintola Horizont* on kuitenkin myös enemmän vieraaksi koettu, kuten myös internationalismin sisältävä nimi *Ravintola Gastro K.* *Ravintola Saamen Kammi* on yksikielinen suomenkielinen nimi, mutta myös se koetaan enemmän vieraaksi. Tämä johtuu luultavasti siitä, että nimessä viitataan suoraan saamelaiseen kulttuuriin.

Tässä kohtaa on hyvä muistaa se, että osa vastaajista on ohjeistuksesta huolimatta voinut vastata suoraan siihen, onko itse ravintola tuttu vai vieras. Suuri osa vastaajista on kuitenkin

käynyt Levillä, jolloin osa ravintoloista voi olla heille tuttuja. Esimerkiksi *Ravintola Wanha Hullu Poro* -nimen tuttuutta voi osaltaan selittää se, että moni vastaaja on voinut käydä kyseisessä kuuluisassa ravintolassa.

Kaavio 6 havainnollistaa vastausten jakaantumista neljännen adjektiiviparin *omaperäinen–tavanomainen* kohdalla.



Kaavio 6. Omaperäinen–tavanomainen.

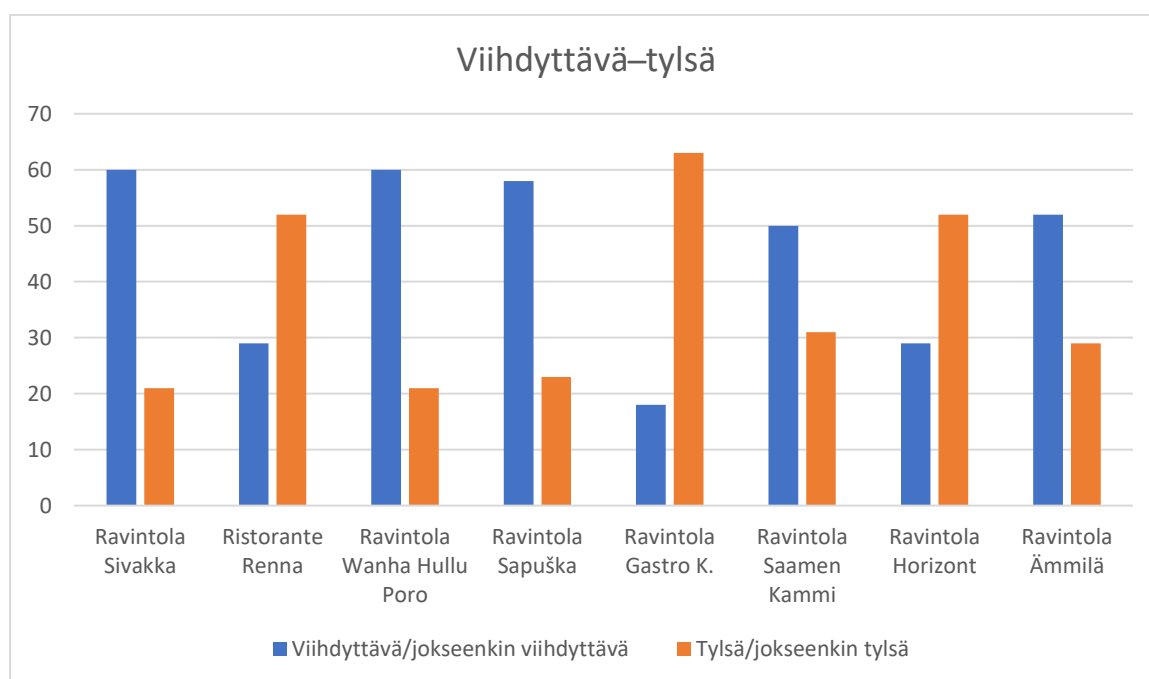
Kuten kaaviosta 6 voidaan huomata, kaikki ravintolan nimet paitsi *Ravintola Gastro K.* ja *Ravintola Horizont* koettiin enemmän omaperäiseksi kuin tavanomaiseksi. Eniten omaperäiseksi vastattiin *Ravintola Ämmilä* (67), *Ravintola Sivakka* (61) ja *Ravintola Saamen Kammi* (59). Ehkä nimessä *Ravintola Ämmilä* murteellisuus vaikuttaa mielikuvaan sen omaperäisyydestä. Nimessä *Ravintola Sivakka* esiintyvällä ilmauksella *sivakka* on tyylisarvoa verrattuna sanaan *suksi*. *Ravintola Saamen Kammi* voi vaikuttaa omaperäiseltä esimerkiksi siksi, että siihen sisältyy aiemmin mainittu viittaus saamelaiskulttuuriin.

Omaperäiseen kallistui myös nimet *Ravintola Sapuška* (56), *Ravintola Wanha Hullu Poro* (54) sekä *Ristorante Renna* (43). Vaikka *Ravintola Horizont* saikin hiukan enemmän tavanomaiseen kallistuvia vastauksia (44), jakautuivat vastaukset sen kohdalla melko tasaisesti. Sen sijaan nimen *Ravintola Gastro K.* kohdalla vastaukset kallistuiivat voimakkaasti tavanomaisen puoleen (56). Tähän liittyy varmasti se, että yksilöivä nimenosa *Gastro K.*

perustuu pakattuun merkityssuhteeseen ja on siten merkitykseltään melko läpinäkymätön. Toisaalta *gastro* on myös melko yleisesti käytetty sana ravintoloiden nimissä ja siten tavanomainen. Ravintoloiden nimissä sitä käytetään runsaasti todennäköisesti siksi, että se on osa ilmausta *gastronomia* 'hyvien ruokien tuntemus, valmistus ja nauttiminen' (Kielitoimiston sanakirja: *gastronomia*).

Tässä adjektiiviparissa nimessä *Ravintola Wanha Hullu Poro* korostui myös isompi ero Lapissa asuvien ja muualla Suomessa asuvien vastausten välillä. Lapissa asuvista 21 (52,5 %) piti nimeä enemmän omaperäisenä, kun muualla Suomessa asuvista vastaava luku oli 33 (80,5 %).

Kaavio 7 esittää annetut vastaukset viidennen adjektiiviparin *viihdyttävä–tylsä* kohdalla.



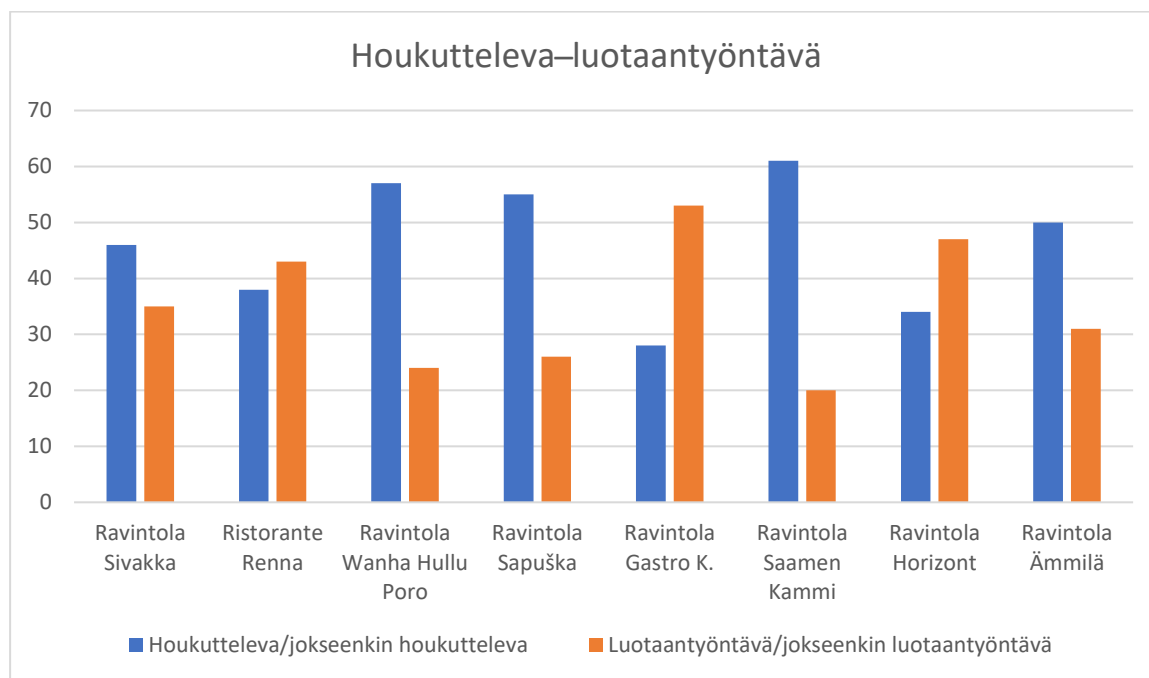
Kaavio 7. Viihdyttävä–tylsä.

Viihdyttävä–tylsä-adjektiiviparin kohdalla kaavio 7 osoittaa, että vastaajien mielestä enemmän viihdyttäviä nimiä ovat *Ravintola Sivakka* (60), *Ravintola Wanha Hullu Poro* (60), *Ravintola Sapuška* (58), *Ravintola Ämmilä* (52) sekä *Ravintola Saamen Kammi* (50). Vastaajien mielestä enemmän tylsään kallistuvia nimiä ovat *Ravintola Gastro K.* (63), *Ristorante Rennä* (52) sekä *Ravintola Horizont* (52).

Nimen *Ravintola Wanha Hullu Poro* kohdalla oli havaittavissa myös ero Lapissa asuvien ja muualla Suomessa asuvien vastaajien välillä. Muualla Suomessa asuvista 36 (87,8 %) vastasi

nimen olevan enemmän viihdyttävä ja 5 (12,2 %) enemmän tylsä. Lapissa asuvista puolestaan 24 (60 %) vastasi nimen olevan enemmän viihdyttävä, ja 16 (40 %) enemmän tylsä.

Viimeisen eli kuudennen adjektiiviparin *houkutteleva–luotaantyöntävä* kohdalla annetut vastaukset näkyvät kaaviossa 8.



Kaavio 8. Houkutteleva–luotaantyöntävä.

Kaaviosta 8 voi huomata, että eniten houkuttelevia nimiä ovat *Ravintola Saamen Kammi* (61), *Ravintola Wanha Hullu Poro* (57) sekä *Ravintola Sapuška* (55). Houkuttelevaan tai jokseenkin houkuttelevaan kallistuvat myös nimet *Ravintola Ämmilä* (50) ja *Ravintola Sivakka* (46). Nimen *Ristorante Renna* vastaukset jakautuivat hyvin tasaisesti, sillä 38 vastaajaa vastasi houkutteleva tai jokseenkin houkutteleva, ja 43 vastasi jokseenkin luotaantyöntävä tai luotaantyöntävä. Nimet *Ravintola Horizont* ja *Ravintola Gastro K.* koettiin enemmän luotaantyöntäviksi kuin houkutteleviksi. Nimen *Ravintola Gastro K.* kohdalla jokseenkin luotaantyöntävä tai luotaantyöntävä vastauksia kertyi 53. *Ravintola Horizontin* kohdalla vastaava luku on 47.

Lopuksi voidaan todeta, että yleisesti suomenkielisiä nimiä pidettiin miellyttävimpinä, tutuimpina, omaperäisimpinä, viihdyttävimpinä ja houkuttelevimpina ravintolan niminä. Niitä pidettiin myös lämpimimpinä lukuun ottamatta nimeä *Ravintola Sivakka*, jossa viileää mielikuvaa loi luultavasti ilmaus *sivakka*. Vieraskielisiä ja universaaleja aineksia sisältävät

nimet *Ristorante Renna*, *Ravintola Gastro K.* sekä *Ravintola Horizont* koettiin enemmän epämiellyttäväiksi, vieraiksi, tylsiksi ja luotaantyöntäväiksi. *Ravintola Gastro K.* ja *Ravintola Horizont* saivat lisäksi enemmän vastauksia viileä tai jokseenkin viileä sekä tavanomainen tai jokseenkin tavanomainen.

Tulos siitä, että englanninkieliset nimet koettiin enemmän epämiellyttäväiksi, on melko yhteneväinen muutamien aiempien kaupallisten nimien tutkimusten kanssa. Esimerkiksi Konttisen (2017) tutkimuksen mukaan kauppakeskusnimistä epämiellyttäväiksi koettiin monimutkaiset, englanninkieliset nimet. Samoin Luoman (2016) tutkimuksesta kävi ilmi, että englanninkielisiä yritysnimiä pidettiin huonompina.

5.3 Millainen nimi uudelle ravintolalle annettaisiin?

Kyselylomakkeen vapaaehtoisessa bonuskysymyksessä 11 vastaaja sai ehdottaa nimeä kuvailemalleni uudelle Levin ravintolalle ja perustella ehdotuksensa halutessaan. Kuvaus kuului seuraavasti:

Kuvittele seuraava tilanne: Leville perustetaan uusi, tunnelmallinen ravintola. Ravintolassa tarjotaan perinteistä lappilaista ruokaa. Ruoan valmistuksessa käytetään puhtaita raaka-aineita, kuten poroa, riekkoa, lohta, siikaa, sienä ja marjoja. Sinun tehtäväsi on antaa uudelle ravintolalle nimi. Minkä nimen antaisit ravintolalle? Voit perustella valintasi halutessasi.

Bonuskysymyksellä halusin selvittää sitä, millaisia nimiehdotuksia vastaajat, tavalliset kielenkäyttäjät, keksivät kuvailemalleni lappilaishenkiselle ravintolalle. Minua kiinnosti esimerkiksi se, minkä kielisiä aineksia ja minkälaista sanastoa ehdotuksissa esiintyy. Pyrin luomaan ravintolasta sellaisen kuvauksen, että se jollain tapaa edustaisi Lappia ja paikallisia raaka-aineita. Halusin saada selville, näkyisikö ehdotuksissa paikallisuus tai Lappiin liitettävät asiat.

Kyselyn 81 vastaajasta 49 antoi nimiehdotuksensa, mikä on ilahduttavan suuri määrä. Osa antoi myös useamman kuin yhden nimiehdotuksen. Paria samaa nimeä ehdotettiin myös useampaan kertaan, joten erilaisia ehdotuksia kertyi yhteensä 53 kappaletta. Perusteluja annettiin 14 vastauksessa. Esittelen seuraavaksi kaikki annetut nimiehdotukset. Ravintolan nimen perässä suluissa on ilmoitettu määrä, kuinka monta kertaa sitä ehdotettiin:

<i>Bistro Pure</i>	<i>Ravintola Aapa</i>	<i>Ravintola pirtti</i>
<i>Hiillos</i>	<i>Ravintola Akkateeri</i>	<i>Ravintola Poron Papana</i>
<i>Joiku</i>	<i>Ravintola Halla</i>	<i>Ravintola Puhdas Lumi</i>
<i>Jänkhällä</i>	<i>Ravintola Hilla</i>	<i>Ravintola Ren</i>
<i>Kaamoksen kuningatar</i>	<i>Ravintola *joku liittynvä saamenkielinen sana*</i>	<i>Ravintola Revontuli</i>
<i>Kaira</i>	<i>Ravintola Kaamos (2)</i>	<i>Ravintola Riekko</i>
<i>Kiela</i>	<i>Ravintola Kide</i>	<i>Ravintola Saana</i>
<i>Kieppi (2)</i>	<i>Ravintola Lapin Marja</i>	<i>Ravintola Siepakka</i>
<i>Käry</i>	<i>Ravintola Lapin syli</i>	<i>Ravintola Tunturi</i>
<i>Lapin lumo</i>	<i>Ravintola Lapin Taika</i>	<i>Ravintola Villi Virta</i>
<i>Lapinluomu</i>	<i>Ravintola Lapin Taikaa ja hyvää aikaa!</i>	<i>Riekko</i>
<i>Lapin taika</i>	<i>Ravintola Levin Kievari</i>	<i>Revontuli</i>
<i>Lappis</i>	<i>Ravintola lumikieppi</i>	<i>Ruska</i>
<i>Lappiška</i>	<i>Ravintola Luonto</i>	<i>Savu</i>
<i>Loimu</i>	<i>Ravintola Nuotiopaikka (lempinimi Nupa)</i>	<i>Syänpirtti</i>
<i>Lumikieppi</i>	<i>Ravintola Pidän Levistä</i>	<i>Tunturii</i>
<i>Luonnon antimet lautasele</i>	<i>Ravintola Pietu</i>	<i>Wilderness meals</i>
<i>Paljakka</i>		
<i>Pohjosesta tuulee</i>		

Jo nopean katsauksen perusteella nähdään, että nimiehdotuksissa korostuu erityisesti Lapin luonto, esim. *Paljakka*, *Ravintola Puhdas Lumi*, *Ravintola Tunturi*, *Ruska*. Yksi syy sille on varmasti se, että ravintolan kuvauksessa korostetaan lappilaisia luonnosta saatavia raaka-aineita. Muutama vastaaja on myös perustellut nimivalintaa luonnon kautta:

- 1) *Ravintola Luonto* perustuen siihen että kaikki on luonnosta saatavia tuotteita
- 2) *Ravintola Kide*. Kuvaa Lapin puhdasta luontoa.
- 3) *Ravintola Tunturi*. Sijaitisi Lapin hienoissa tunturimaisemissa, ja nimi viittaisi perinneruokaan.

Perusteluissa korostuu ravintolan kuvauksessakin mainittu ajatus Lapin puhtaista raaka-aineista, puhtaasta luonnosta. Lisäksi mainitaan Lapin tunturimaisemat ja perinneruoka. Perinteisyys otetaan esille myös nimiehdotuksen *Ravintola Levin Kievari* perustelussa:

4) *Ravintola Levin Kievari*. Se on perinteinen nimi ja Lapissa pitää olla perinteinen.

Luontoon liittyvistä nimiehdotuksista voi huomata myös sen, että uuden ravintolan kuvauksessa mainittu *riekko* on toiminut inspiraationa, esim. *Kieppi*, *Lumikieppi*, *Ravintola Riekkö*. Yksi vastaaja on perustelussaan sanallistanutkin juuri tätä asiaa:

5) *Ravintola lumikieppi*, tai pelkkä *lumikieppi*. Tuli mieleeni riekosta. Lisäksi ajatuksesta kieppiin käpertymisestä tuli lämmin olo ja sen takia nimi voisi sopia tunnelmalliselle paikalle. Nimi ei mielestäni myöskään poissulje ajatusta puhtaista raaka-aineista.

Vastaaja on liittänyt kieppiin käpertymisestä syntyvän lämpimän olon tunnelmallisuuteen, joka myös mainitaan uuden ravintolan kuvauksessa. Kyseinen vastaaja vaikuttaa pitäneen kuvausta tarkasti lähtökohtana ravintolan nimen valinnalle.

Nimiehdotuksissa esiintyy sana *Lappi* useaan kertaan, esim. *Lapin lumo*, *Lapinluomu*, *Lappis*, *Ravintola Lapin Taika*. Tämä on toki odotuksenmukaista pohdittaessa nimeä lappilaiselle ravintolalle. Nimiehdotuksessa *Lappiška* on kiinnostavasti käytetty š-foneemia. Tässä ehdotuksessa innoittajana on saattanut toimia Levin ravintolan nimi *Ravintola Sapuška*, jota on aiemmin kyselyssä käsitelty adjektiiviparien kohdalla. Muutamassa nimiehdotuksessa *Lapin* kanssa esiintyy sana *taika*, esim. *Lapin taika*, *Ravintola Lapin Taikaa ja hyvää aikaa!* *Lapin taika* on kiinnostava ilmiö, josta kuulee hyvin usein puhuttavan Lappiin liittyvissä asiayhteyksissä. Se vaikuttaa liittyvän Lapin eksotisointiin. Parille Lappi-aiheiselle nimelle on annettu myös perustelut:

6) *Ravintola Lapin syli*. Kuvastaa ravintolan valikoimaa ja antaa siitä miellyttävän ja vastaanottavan kuvan.

7) Jokin Lappiin, luontoon tai paikalliseen kulttuuriin liittyvä nimi. Esim. *Ravintola Lapin Taika*.

8) *Lappis*. Lähetään Lappikseen syömään, kuulostaa hyvältä lauseelta

Nimen *Lappis* taustalla on mahdollisesti käytännöllisiä syitä, sillä vastaajan mielestä se kuulostaa lauseessa hyvältä. Se onkin lyhyt ja tiivis nimi.

Nimiehdotuksissa on käytetty myös Peräpohjolan murretta: *Jänkhällä*, *Kaira*, *Luonnon antimet lautasele*, *Syänpirtti*. Nimi *Kaira* koostuu peräpohjalaisesta murren sanasta *kaira*. *Kaira* tarkoittaa jokien välistä maa-alaa, metsäseutua tai asumaton erämaata (SMS: *kaira*). Nimessä *Jänkhällä* esiintyy peräpohjalaisille murteille tyypillinen jälkitavujen vokaalienvälinen *h*. Nimessä *Luonnon antimet lautasele* ilmauksessa *lautasele* geminaattalikvida *l* on lyhentynyt (vrt. *lautaselle*). Nimessä *Syänpirtti* *d*:n sijalla on puolestaan kato (vrt. *sydän*). *Syänpirtti*-nimiehdotusta on perusteltu seuraavasti:

- 9) *Syänpirtti*. Syän (sydän) ja pirtti ovat kotoisia ja lempeitä sanoja jotka houkuttelevat. Syän on myös ainaki peräpohjolan murretta eli sopii hyvin myös Lappi teemaiseen ravintolaan. Sanaa ymmärtämätön voisi liittää sanan syömiseen mikä olisi hauskaa ko kyseessä on ravintola :)

Perustelussa mainitaan Peräpohjolan murre ja sen sopiminen Lappi-aiheisen ravintolan nimeen. Vastaajan mukaan *syän*-sana kuulostaa äänteellisesti myös läheiseltä *syöä*-verbin kanssa, mikä myös sopii ravintolakontekstiin.

Nimiehdotus *Ravintola Akkateeri* sisältää myös murteellisen sanan, *akkateeri*. Se ei kuitenkaan ole Peräpohjolan murretta, vaan sanaa käytetään Karjalassa, Savossa ja Kainuussa (SMS: akkateeri).

Nimiehdotusta *Käry* perustellaan kiinnostavasta näkökulmasta seuraavasti:

- 10) *Käry* voisi olla humoristinen ja odottamaton nimi, jonka kirjoitusasu varmasti kiinnittäisi myös ulkomaalaisten turistien huomion. *Käry*-nimessä olisi jotain samaa sointia ja ideaa kuin helsinkiläisessä hienostoravintolassa ja -hotellissa *Kämpissä*. Lyhenne siis poronkärityksestä.

Vastaajan mukaan nimi *Käry* voisi olla toimiva niin suomalaisia kuin ulkomaalaisiakin turisteja ajatellen. Kiinnostava ajatus on myös se, että se olisi hiukan samantapainen nimi kuin *Kämp*. Perustelun on saanut myös nimiehdotus *Kiela*:

- 11) "*Kiela*" lappilainen sana, miellyttävän kuuloinen ja helppo lausua myös turistilla. Kiela on perinteinen poronsarvesta tehty rengas, jonka läpi suopunki heitettäessä juoksee tehden silmukan.

Yksi nimiehdotus erottuu muista siten, että se on saanut myös lempinimiehdotuksen: *Ravintola Nuotiopaikka (lempinimi Nupa)*. Mielestäni muita erottuvia nimiä ovat ainakin *Kaamoksen kuningatar*, *Ravintola Pidän Levistä*, *Ravintola Poron Papana* sekä *Ravintola Ren*. *Ravintola Poron Papana* on saanut perustelun:

- 12) *Ravintola Poron Papana*. Syynä se, että poro lappilainen eläin ja papana antaa mielikuvan siitä, että myös lapsiystävällinen ravintola kyseessä sillä *poron papana* nimenä hieman humoristinen, jopa ehkä lapsellinen mutta osuva.

Kiinnostavaa pohdintaa liittyy nimiehdotuksiin "*Ravintola *joku liittyvä saamenkielinen sana**" sekä *Ravintola Saana*:

- 13) "*Ravintola *joku liittyvä saamenkielinen sana**". Esimerkiksi sana tarkoittaisi herkkua tai Lappia tai jotain, mikä kuvastaisi ravintolaa, mutta ei tarvitse olla suomeksi mikään

kuvastava sana (esim. Aiemmin mainittu *Sapuska*). Sanan pitäisi olla kuitenkin sellainen, että se on myös suomenkieliselle helppo ääntää.

Nimi voisi olla myös esimerkiksi "*Ravintola Saana*" tms. jos ravintolan perustaja on siis nimeltään Saana.

Vastaaja pohtii, että ravintolan nimen yksilöivä nimenosa voisi olla jokin saamenkielinen sana, joka olisi helppo äännettävä suomenkielisellekin. Sen merkitystä ei kuitenkaan tarvitsisi heti ymmärtää. Toinen ehdotus perustuu siihen, että ravintola voitaisiin nimetä perustajansa mukaan. Saamenkielisen sanan sopivuus ravintolan nimeen voi mahdollisesti kertoa pyrkimyksestä paikallisuuden ilmentämiseen tai eksotisointiin. Tähän viittaa esimerkiksi se, että vastaaja ei itse ehdota mitään tiettyä saamenkielistä sanaa.

Jos katsotaan kaikkien nimiehdotusten sisältämiä nimenosia, voidaan huomata, että liikeideaa ilmaisevan nimenosan sisältää 29 nimiehdotuksesta, mikä on hiukan yli puolet kaikista ehdotuksista (53,7 %). Suurin osa niistä on muodossa *ravintola* (27). Suuri määrä voi johtua siitä, että kyselyn kysymyksissä 3–10 esitetyt ravintoloiden nimet noudattivat kaikki muotoa *Ravintola X*, mikä on voinut ohjata nimiehdotuksen valintaa. Toisaalta syynä voi yksinkertaisesti olla myös se, että usein ravintola-alan yritysten nimissä esiintyy liikeideaa ilmaiseva nimenosa, joka viittaa toimintapaikkaan (Sjöblom 2006: 165). Kaksi erilaista liikeideaa ilmaisevaa nimenosaa ovat nimissä *Bistro Pure* sekä *Wilderness meals*. Pelkästään yksilöivän nimenosan sisältäviä nimiä on 25 eli hiukan alle puolet koko aineistosta (46,3 %). Selventäviä täydennysosia ei nähdäkseni näissä nimiehdotuksissa ole lainkaan.

Kiinnostavaa on, että nimiehdotuksista ylivoimaisesti suurin osa on kokonaan suomenkielisiä. Ainoastaan kaksi on englanninkielisiä (*Bistro Pure*, *Wilderness meals*) ja yksi sekakielinen (*Ravintola Ren*). Toisaalta *Bistro Pure* voidaan tulkita myös suomenkieliseksi, sillä ilmaus *Pure* on yksikön 2. persoonan imperatiivimuoto suomenkielisestä verbistä *purra*. Tällaisessa nimessä on siis kaksoismerkitys. Nimessä *Ravintola Ren* esiintyy suomea ja ruotsia. *Ren* on ruotsin kieltä ja tarkoittaa *poroa*. *Wilderness meals* -nimiehdotusta on perusteltu seuraavasti:

14) *Wilderness meals*. Nimi houkuttaisi ulkomaalaisia matkailijoita. Ehkä ei niinkään suomalaisia.

Vastaaja mainitsee perustelussaan, että nimi voisi houkutella ulkomaalaisia matkailijoita, muttei suomalaisia. Tämän nimiehdotuksen taustalla on siis ajatus siitä, että Levin ravintolan nimen tulee ennen kaikkea houkutella kansainvälisiä vierailijoita. Tämän tutkimuksen kyselyaineiston perusteella vastaaja voi olla oikeassa siinä, että suomalaisia englanninkielinen

nimi ei vaikuta houkuttelevan. Adjektiiviparien kautta arvioitujen nimien perusteella englanninkielinen ravintolan nimi oli enemmän luotaantyöntävä kuin houkutteleva. Toki kyseessä oli vain yksi englanninkielinen nimi, joten mitään suuria johtopäätöksiä ei voida tehdä.

6 Lopuksi

Olen tässä tutkielmassa tarkastellut Levi.fi-sivustolla listattujen Levin ravintoloiden nimiä. Levin matkailukeskusta tai muita Suomen matkailukeskuksia ei ole aiemmin tutkittu nimistöntutkimuksen näkökulmasta, lukuun ottamatta Pesosen (2016) Rukaa käsittelevää kandidaatintutkielmaa. Tämän tutkimuksen tavoitteena on ollut luoda laaja yleiskuva Levin ravintoloiden nimistä. Olen tarkastellut Levin ravintoloiden nimiä niiden rakenteen, merkitysten ja funktioiden näkökulmasta. Olen myös pyrkinyt selvittämään sitä, miten Levin ravintoloiden nimet ilmentävät paikallisuutta. Levin ravintoloiden nimet ovat pääosin yksikielisiä suomenkielisiä nimiä, joissa ei ole internationalismeja. Muut nimissä esiintyvät kielet, englantia, pohjoissaamea ja italiaa, jäävät suhteessa vähäisemmiksi. Useimmat Levin ravintolan nimet sisältävät liikeidean ilmaisevan nimenosan, joka on usein *ravintola*. Seuraavaksi tavallisimmat liikeidean ilmaisevat nimenosat ovat *bar* ja *café*. Levin ravintoloiden nimien yksilöivät nimenosat muodostuvat pääosin leksikaalista merkitystä kantavista sanoista. Muutamia yksilöivät nimenosat koostuvat paikannimistä, jotka viittaavat yrityksen sijaintiin. Selventäviä täydennysosia esiintyy Levin ravintoloiden nimissä niukasti.

Levin ravintoloiden nimien yksilöivät nimenosat ovat suurimmaksi osaksi epäsuorassa merkityssuhteessa tarkoitteeseensa. Yksilöivät nimenosat viittaavat usein Lappiin liittyviin asioihin ja ilmiöihin, kuten poroihin, revontuliin ja tonttuihin. Myös saamelaiskulttuuria tuodaan nimien yksilöivissä nimenosissa esiin (esim. *Joiku Music Bar*). Funktioiltaan Levin ravintoloiden nimet ovat erityisesti informatiivisia ja integroivia. Levin ravintoloiden nimet ilmentävät paikallisuutta monella tavalla. Yksi niistä on kielelliset valinnat: kokonaan suomenkieliset ja kokonaan pohjoissaamenkieliset nimet ilmentävät paikallisuutta eniten. Paikallisuus ilmenee myös nimissä, joissa on suora merkityssuhde viittaamassa tiettyyn Levillä sijaitsevaan paikkaan. Jotkin nimet ilmentävät paikallisuutta myös epäsuorasti viittaamalla Lappi-aiheisiin tai saamelaiskulttuuriin viittaaviin asioihin ja ilmiöihin.

Olen myös tarkastellut kyselytutkimukseen saamiani vastauksia, jotka koskevat Levin ravintoloiden nimiä. Olen selvittänyt, mitkä ja millaiset ravintolan nimet koetaan miellyttäviksi, lämpimiksi, tutuiksi, omaperäisiksi, viihdyttäviksi ja houkutteleviksi. Samalla olen kartoittanut, mitkä ja millaiset nimet koetaan vastaavasti epämiellyttäviksi, viileiksi, vieraiksi, tavanomaisiksi, tylsiksi ja luotaantyöntäviksi. Miellyttävimmät ja houkuttelevimmat nimet olivat *Ravintola Wanha Hullu Poro*, *Ravintola Sapuška* ja *Ravintola Saamen Kammi*. Ne saivat myös muita positiivisia arvioita. *Ravintola Ämmilä* vastattiin yhdeksi lämpimimmistä ja tutuimmista nimistä. Tutuksi koettu nimi oli myös *Ravintola Wanha Hullu Poro*. Enemmän omaperäisiä nimiä olivat *Ravintola Ämmilä*, *Ravintola Saamen Kammi*, *Ravintola Sapuška*, *Ravintola Wanha Hullu Poro* sekä *Ravintola Sivakka*. Kolme jälkimmäistä nimeä olivat myös eniten viihdyttäviksi vastattuja nimiä. Eniten arvioita epämiellyttävä, vieras, tylsä ja luotaantyöntävä saivat nimet *Ravintola Gastro K.*, *Ravintola Horizont* ja *Ristorante Renna*. Nimien *Ravintola Gastro K.* ja *Ravintola Horizont* kohdalla kallistuttiin myös enemmän adjektiiveihin viileä ja tavanomainen. Vastaajien näkemykset Levin ravintoloiden nimistä voivat antaa arvokasta tietoa kaupallisesta näkökulmasta.

Semanttisen differentiaalın käyttö toimi kyselytutkimuksessa muuten hyvin, mutta olisin voinut asettaa kyselylomakkeen kysymysten 3–10 kohdalle myös avoimen tekstikentän, jossa vastauksia olisi voinut omin sanoin tarkentaa tai kommentoida. Toisaalta kyselyn lopussa oli avoin kenttä otsikolla *Vapaa sana*, jossa vastaaja pystyi halutessaan kommentoimaan kyselyä. Sitä ei kuitenkaan ollut hyödynnetty tähän tarkoitukseen, vaan enemmänkin terveisten lähettämiseen.

Yksi tämän tutkielman ansio on se, että kyselyyn vastanneet tavalliset kielenkäyttäjät antoivat nimiehdotuksensa kuvitteelliselle uudelle Levin ravintolalle. Ne osaltaan kertovat siitä, millaiset nimet koetaan sopiviksi juuri Levillä sijaitsevalle paikallisia raaka-aineita hyödyntävälle ravintolalle. Nimiehdotusten rakenteessa korostui erityisesti se, että ne olivat yksikielisiä suomenkielisiä nimiä. Nimiä, joissa oli yksilöivän nimenosan lisäksi liikeidean ilmaiseva nimenosa (tavallisesti *ravintola*), oli hiukan enemmän kuin pelkän yksilöivän nimenosan sisältäviä nimiä. Nimiehdotuksissa korostuivat luontoon ja Lappiin liittyvät aiheet, kuten tunturit, riekot ja lumikiepit sekä Lapin taika.

Tämän tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että suomen kielellä vaikuttaa olevan melko vahva asema Levin ravintoloiden nimissä. Myös vastaajien uudelle ravintolalle antamat nimiehdotukset painottuivat voimakkaasti suomen kieleen. Tulos siitä, että tavalliset kielenkäyttäjät pitävät englanninkielisiä ravintoloiden nimiä enemmän epämiellyttävinä, on samansuuntainen aiempien tutkimusten tulosten kanssa. Esimerkiksi Konttisen (2017)

tutkimuksen mukaan kauppakeskusnimissä epämiellyttävämpinä pidettiin englanninkielisiä nimiä. Samoin Luoman (2016) tutkimuksesta käy ilmi, että englanninkielisiä nimiä pidetään hieman muita nimiä huonompina. Lisäksi Sorsan (2015) mukaan oppimateriaalien nimissä suositaan suomenkielisiä nimiä, ja myös Kyytsösen (2015) mukaan Linnanmäen laitenimet ovat suomenkielisiä. Suntion (2014) mukaan monissa suomalaisissa pörssiyritysten nimissä viitataan suomen kieleen tai suomalaisuuteen jollain tavalla. Onkin kiinnostavaa pohtia sitä, miksi englanninkielisiä aineksia esiintyy yritysnimissä jonkin verran, vaikka kyselytutkimusten mukaan niitä pidetään enemmän epämiellyttävinä kuin miellyttävinä.

Kuten luvun 4.2.2 taulukosta 3 voi havaita, Levin ravintoloiden nimistä kahdeksassa on viittaus saamelaiskulttuuriin. Kolmessa nimessä esiintyy pohjoissaamen kieltä, ja viidessä nimessä yksilöivä nimenosa viittaa saamelaiskulttuuriin epäsuorasti. Tämä tutkimus ei anna tietoa siitä, millaisia nimenantoperusteita esimerkiksi näiden saamelaiskulttuuriin viittaavien ravintoloiden nimien taustalla on. Se voisikin olla hedelmällinen jatkotutkimuskohde. Esimerkiksi Kelly-Holmesin ym. tutkimuksessa (2011) on havaittu, että saamen kielten käyttö Inarin matkailusivustoilla on lähinnä symbolista. Niissä saamen kieliä käytetään enimmäkseen yritysnimissä, iskulauseissa ja visuaalisten sisältöjen yhteydessä.

Tutkimusta voisi jatkaa monin tavoin, esimerkiksi tarkastelemalla Levin matkailukeskuksen nimimaisemaa muidenkin nimien, kuten majoituspaikkojen, laskettelurinteiden tai myymälöiden, osalta. Toisaalta voisi olla myös kiinnostavaa selvittää Levin ravintoloiden nimenantoperusteita.

Lähteet

Aineistolähde

VISIT LEVI. Levi ravintolat.

<https://www.levi.fi/ruoka-ja-juoma.html> Luettu 29.11.2020.

Kirjallisuuslähteet

AALTO TIINA 2001: Osoitteena Osmankäämintie: Vantaan Tikkurilan kasviaiheiset ryhmänimet. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto.

AINIALA, TERHI – HALONEN, MIA 2011: Somalialaistaustaiset nuoret nimistönkäyttäjinä Itä-Helsingissä. – *Virittäjä* 115 s. 193–220.

AINIALA, TERHI – PITKÄNEN, RITVA-LIISA 2002: Paikannimistötutkimuksen valinnat: etymologioista sosio-onomastiikkaan. – *Virittäjä* 106 s. 231–240.

AINIALA, TERHI – SAARELMA, MINNA – SJÖBLOM, PAULA 2008: *Nimistöntutkimuksen perusteet*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

AINIALA, TERHI – SJÖBLOM, PAULA 2020: *Nimistöntutkimus*. – Luodonpää-Manni, M.; Hamunen, M.; Konstenius, R.; Miestamo, M.; Nikanne, U. & Sinnemäki, K. (toim.), *Kielentutkimuksen menetelmiä IV* s. 800–830. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 1457. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

AINIALA, TERHI – VUOLTEENAHO, JANI 2005: Urbaani muutos ja kaupunkilaiset identiteetit paikannimistön kuvaamina. *Virittäjä* 109 s. 378–394.

GARRETT, PETER 2010: *Attitudes to language*. Key topics in sociolinguistics 9. New York: Cambridge University Press.

KARJALAINEN, REETTA 2015: *Saamen kielet pääomana monikielisellä Skábmagovat-elokuvafestivaalilla*. Jyväskylä University Printing House, Jyväskylä. Osoitteessa:

<https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/45929>

KELLY-HOLMES, HELEN – PIETIKÄINEN, SARI 2011: The local political economy of languages in a Sámi tourism destination: Authenticity and mobility in the labelling of souvenirs. – *Journal of Sociolinguistics* 15/3 s. 323–346.

KELLY-HOLMES, HELEN – PIETIKÄINEN, SARI – MORIARTY, MÁIRÉAD 2011: Promoting tourism in linguistic minority spaces on the web: a study of linguistic and visual resources on tourist websites for Dingle, Ireland and Inari, Finland. *Tourism, Culture & Communication*, Vol 11 s. 31–42. Printed in the USA. Cognizant Communication Corporation.

KONTTINEN, SONJA 2017: Ostoksilla *Rajalla På Gränsenissä* – suomalaisten kauppakeskusten nimet. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto.

KYYTSÖNEN, SINI 2015: Karuselli, Kieputin ja Vekkula – Tutkimus Linnanmäen laitenimistä. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto.

LUOMA, LAURA-MOX 2016: Paikallisuus isokyröläisessä yritysnimistössä. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto.

MYERS, GREG 2006: 'Where are you from?': Identifying place. – *Journal of Sociolinguistics* 10/3 s. 320–343.

PESONEN, JAANA 2016: Ahonlaita, Eturinne ja Vuosseli – tutkimus Rukan laskettelurinteiden nimistä. Kandidaatintyö. Helsingin yliopisto.

SAARINEN, JARKKO 2006: Matkailu ja paikallisuus: Matkailukehityksen, paikallisuuden ja kestävyuden yhteensovittamisen haasteet Suomen Lapissa. – *Alue ja Ympäristö* 35/2 s. 69–78.

SJÖBLOM, PAULA 2006: *Toiminimen toimenkuva. Suomalaisen yritysnimistön rakenne ja funktiot*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

SORSA, ESSI 2015: Oppimateriaalien nimet ja nimeäminen. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto.

SUNTIO, ANNA 2014: Finnair, Metso ja Sampo – suomen kieli ja suomalaisuus pörssiyritysten nimissä. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto.

TORRO FANNY 2013: Muurakin ja Päijät Metallin jäljillä: Kielellinen alkuperä ja paikallisuuden ilmeneminen Muuramen yritysnimistössä. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto.

ÖSTERBACKA, MIKA 2016: Neuvottelutilojen nimet – Neuvottelutilanimistö ABB:n Pitäjänmäen kampuksella. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto.

Verkkolähteet

House of Lapland. Levi – elämyskeidas keskellä luontoa.

<https://www.lapland.fi/fi/matkailu/lapin-matkailukohteet/levi/> Viitattu 13.3.2022

Kielitoimiston sanakirja. 2021. Helsinki: Kotimaisten kielten keskuksen verkkojulkaisuja 35.

<https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/> Viitattu 15.3.2022.

Kittilän kunta: Kittilän kylät. <https://kittila.fi/kunta-ja-paatoksenteko/tietoa-kittilasta/kittilan-kylat> Viitattu 13.3.2022

Kittilän kunta: Sirkka. <https://kittila.fi/kunta-ja-paatoksenteko/tietoa-kittilasta/kylat/sirkka>

Viitattu 13.3.2022

Oktavuolta. Saamelais tietoa opetukseen. <https://www.oktavuolta.com/10-kieltae-yksi-kansa>

Viitattu 2.3.2022

Saamelaiskäräjät. 2018. *Vastuullisen ja eettisesti kestävä saamelaismatkailun toimintaperiaatteet*, hyväksytty Saamelaiskäräjien kokouksessa 24.9.2018.

<https://www.samediggi.fi/saamelaismatkailun-eettiset-ohjeet/> Viitattu 19.3.2022

SMS = Suomen murteiden sanakirja. 2012. Kotimaisten kielten keskuksen verkkojulkaisuja

30. <https://kaino.kotus.fi/sms/> Viitattu 13.3.2022

Visit Levi. Aukioloajat. <https://levi.fi/info/yleista/aukioloajat> Viitattu 13.3.2022

Visit Levi. Kartat ja reitit. <https://levi.fi/info/kartat-ja-reitit/keskusta> Viitattu 13.3.2022

VISK = Hakulinen, Auli – Vilkuna, Maria – Korhonen, Riitta – Koivisto – Vesa, Heinonen, Tarja-Riitta – Alho, Irja 2004: *Iso suomen kielioppi*. Helsinki: SKS. Verkko-versio. Saatavilla:

<http://scripta.kotus.fi/visk> Viitattu 19.3.2022.

Liitteet

Liite 1. Levin ravintoloiden nimet

Ahku	Levin Sammuntupa ja porotilapalvelut	Ravintola Palovartija
Bar Alakerta	Loimulohikota	Ravintola Panorama
Bistro K5	Lomakurun kota	Ravintola Pihvipirtti
Café ja Bar Kota	Northern Cowboy	Ravintola Riihi
Café Zero	Northern Lights Ranch	Ravintola Saamen Kammi
Gold Digger Bar & Lounge	Näköalaravintola Tuikku	Ravintola Sapuška
Gondoliravintola	Ounaskievari	Ravintola Saunabaari
Hanhipirtti	Paviljonki	Ravintola Sivakka
Immelkartano	Poron Bensis	Ravintola Taivas
Joiku Music Bar	Pub Hölmölä	Ravintola Tonttula
Káfet – kahvila & leipomo & bistro	Rauduskylän latukahvila	Ravintola Utsu
Kekäle Bar & Grill	Ravintola Asia	Ravintola Wanha Hullu Poro
King Crab House	Ravintola Draivi	Ravintola Ämmilä
Kokkishoppi	Ravintola Gastro K.	Reindeer lounge & bar
Lapland Hotel Sirkantähti – ravintola	Ravintola Horizont	Ristorante Renna
Latukahvila Kätänlaavu	Ravintola Kiisa	Spiella café & restaurant
LeviDeli	Ravintola Messi	V´inkkari
	Ravintola Oppikuppi	

Liite 2.**Kysely Levin matkailukeskuksen ravintolayritysten nimistä**

0 %

Hei, olen suomen kielen ja kirjallisuuden opiskelija Helsingin yliopistosta. Teen tällä hetkellä maisterintutkielmaa nimistöntutkimuksesta. Tarkastelen tutkielmassani Levi.fi -sivustolla listattujen ravintoloiden nimiä. Tällä kyselylomakkeella kerään erilaisia näkemyksiä Levin ravintoloiden nimistä.

Kysely koostuu muutamasta kysymyksestä, jotka liittyvät Levin ravintoloiden nimiin. Kyselyyn vastataan anonyymisti. Vastaaminen vie korkeintaan 15 minuuttia aikaa. Tarkoitus on arvioida ravintoloiden nimiä, ei ravintoloita itsessään. Muistathan päättää kyselyn, jotta vastauksesi tallentuu. Suuri kiitos kyselyyn vastaaville!

Saana Koivumaa
saana.koivumaa@helsinki.fi

Seur.

(muuta)

Liite 3.**Kysely Levin matkailukeskuksen ravintolayritysten nimistä**

8 %

Vastaajan tiedot**1. Mikä on asuinpaikkakuntasi? *****2. Oletko käynyt Levillä? *** kyllä ei**Edell.****Seur.**

(muuta)

Liite 4.**Kysely Levin matkailukeskuksen ravintolayritysten nimistä**

17 %

3. Arvioi alla olevan ravintolan nimeä valitsemalla sopiva vaihtoehto vastakohtaparien väliltä. *

Ravintola Sivakka

	1	2	3	4	
Miellyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epämiellyttävä
Lämmin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vileä
Tuttu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vieras
Omaperäinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tavanomainen
Viihdyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tylsä
Houkutteleva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Luotaantyöntävä

Edell.

Seur.

Liite 5.**Kysely Levin matkailukeskuksen ravintolayritysten nimistä**

25 %

4. Arvioi alla olevan ravintolan nimeä valitsemalla sopiva vaihtoehto vastakohtaparien väliltä. *

Ristorante Renna

	1	2	3	4	
Miellyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epämiellyttävä
Lämmin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vileä
Tuttu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vieras
Omaperäinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tavanomainen
Viihdyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tylsä
Houkutteleva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Luotaantyöntävä

Edell.

Seur.

Liite 6.

Kysely Levin matkailukeskuksen ravintolayritysten nimistä

33 %

5. Arvioi alla olevan ravintolan nimeä valitsemalla sopiva vaihtoehto vastakohtaparien väliltä. *

Ravintola Wanha Hullu Poro

	1	2	3	4	
Miellyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epämiellyttävä
Lämmin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Viileä
Tuttu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vieras
Omaperäinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tavanomainen
Viihdyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tylsä
Houkutteleva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Luotaantyöntävä

Edell.

Seur.

Liite 7.

Kysely Levin matkailukeskuksen ravintolayritysten nimistä

42 %

6. Arvioi alla olevan ravintolan nimeä valitsemalla sopiva vaihtoehto vastakohtaparien väliltä. *

Ravintola Sapuška

	1	2	3	4	
Miellyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epämiellyttävä
Lämmin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Viileä
Tuttu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vieras
Omaperäinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tavanomainen
Viihdyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tylsä
Houkutteleva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Luotaantyöntävä

Edell.

Seur.

Liite 8.**Kysely Levin matkailukeskuksen ravintolayritysten nimistä**

50 %

7. Arvioi alla olevan ravintolan nimeä valitsemalla sopiva vaihtoehto vastakohtaparien väliltä. *

Ravintola Gastro K.

	1	2	3	4	
Miellyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epämiellyttävä
Lämmin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Viileä
Tuttu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vieras
Omaperäinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tavanomainen
Viihdyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tylsä
Houkutteleva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Luotaantyöntävä

Edell.

Seur.

Liite 9.**Kysely Levin matkailukeskuksen ravintolayritysten nimistä**

58 %

8. Arvioi alla olevan ravintolan nimeä valitsemalla sopiva vaihtoehto vastakohtaparien väliltä. *

Ravintola Saamen Kammi

	1	2	3	4	
Miellyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epämiellyttävä
Lämmin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Viileä
Tuttu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vieras
Omaperäinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tavanomainen
Viihdyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tylsä
Houkutteleva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Luotaantyöntävä

Edell.

Seur.

Liite 10.**Kysely Levin matkailukeskuksen ravintolaryitysten nimistä**

67 %

9. Arvioi alla olevan ravintolan nimeä valitsemalla sopiva vaihtoehto vastakohtaparien väliltä. *

Ravintola Horizont

	1	2	3	4	
Miellyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epämiellyttävä
Lämmin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vileä
Tuttu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vieras
Omaperäinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tavanomainen
Viihdyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tylsä
Houkutteleva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Luotaantyyöntävä

Edell.

Seur.

Liite 11.**Kysely Levin matkailukeskuksen ravintolaryitysten nimistä**

75 %

10. Arvioi alla olevan ravintolan nimeä valitsemalla sopiva vaihtoehto vastakohtaparien väliltä. *

Ravintola Ämmilä

	1	2	3	4	
Miellyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epämiellyttävä
Lämmin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vileä
Tuttu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vieras
Omaperäinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tavanomainen
Viihdyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tylsä
Houkutteleva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Luotaantyyöntävä

Edell.

Seur.

Liite 12.**Kysely Levin matkailukeskuksen ravintolayritysten nimistä**

83 %

11. Bonuskysymys

Kuvittele seuraava tilanne: Leville perustetaan uusi, tunnelmallinen ravintola. Ravintolassa tarjoillaan perinteistä lappilaista ruokaa. Ruoan valmistuksessa käytetään puhtaita raaka-aineita, kuten poroa, riekkoa, lohta, siikaa, sieniä ja marjoja. Sinun tehtäväsi on antaa uudelle ravintolalle nimi.

Minkä nimen antaisit ravintolalle? Voit perustella valintasi halutessasi.

Edell.

Seur.

(muuta)

Liite 13.**Kysely Levin matkailukeskuksen ravintolayritysten nimistä**

92 %

Vapaa sana:

Edell.

Loppu

(muuta)