

“PEALKIRI PANEB RATTAD KÄIMA”: UURIMUS PEALKIRJADEST JA PEALKIRJASTAMISE PROTSESSIST

Eleriin Miilman, Nele Karolin Teiva,
Marri-Mariska Tammepõld, Reena Roos,
Liisa-Maria Komissarov, Laura Kiik, Ilona Tragel

Ülevaade. Artikkel annab ülevaate kahest katsest, millega uuriti eestikeelsete tekstide pealkirjastamist kui kirjutamisprotsessi üht vastutusrikkamat sammu. Esimeses katses paluti osalejatel (28 üliõpilast) pealkirjastada kuut liiki tekstikatkendeid. Teises katses tuli osalejatel (52 üliõpilast) pealkirjastada nelja eri liiki tekstikatkendeid ning lisaks etteantud pealkirju hinnata ja oma mõttekäike põhjendada. Mõlema katse tulemuste analüüs näitas, et kõige sagedamini kasutati nimisõnafraase, ent eristus ka mõni teine tendents – näiteks pandi luuletusele sageli ühesõnaline pealkiri, samas kui arvamuse, juhendi ja õpetuse puhul otsustasid mitmed osalejad küsilause kasuks. Etteantud pealkirjade seast sobivaima valimisel olid tulemused vastupidised: nimisõnafraas polnud ühegi teksti jaoks populaarseim valik. Osalejate põhjendused näitavad, et teksti pealkirjastamisel lähtutakse ennekõike teksti sisust ning vähemal määral ka sellest, kuidas võiks pealkiri kujuteldavat lugejat kõnetada või mida peetakse sellele teksti liigile omaseks pealkirjatüübiks. Tegu on esimese taolise empiirilise uurimusega eesti keeles ning selle tulemused on edaspidi kasuks nii deskriptiivsetele kui ka preskriptiivsetele käsitlustele pealkirjadest.*

Võtmesõnad: tekst, tekstiloo, pealkiri, pealkirja pikkus, pealkirja struktuur, eesti keel

1. Sissejuhatuse

Tänapäeva infomüra võib pealkirjal kui teksti “visiitkaardil” (Habicht jt 2020) olla määrav roll selles, millised tekstid potentsiaalse lugeja tähelepanu välja teenivad. Mistahes kirjatöö pealkirjastamine on seega vastutusrikas ülesanne: pealkiri peab

* Autorite uurimistööd toetasid Tartu Ülikooli eesti ja üldkeeleteaduse instituudi Nikolai, Kadri ja Gerda Rõugu toetusfondi projektid “Protsessikeskne tekstiloo gümnaasiumis ja ülikoolis: tõendus põhine teadmus ja praktikad” ja “Andme- ja teaduspõhistel alustel koostatud tekstiloo õppematerjal üliõpilastele”. Projektide raames on koostatud akadeemilise teksti kirjutamise veebipõhine õppematerjal üliõpilastele, mis on kättesaadav aadressil <http://www.teadustekst.ut.ee>. Autorid tänavad Nele Novekit ja Marielin Pomberg-Kalmu.

esmal juhutama lugeja tekstini ning seejärel läbi teksti. Ootuspäraselt sisaldavad kirjutamisõpetused ja -juhendid pealkirja panemise soovitusi, kuid vähemalt eesti keeles paistavad sellised näpunäited enamasti põhinevat soovitajate endi keeletunnetusel ja -kogemusel, mitte empiirilistel andmetel (vt nt Hennoste 2024, Habicht jt 2020, Bobõlski, Ross 2017: 75–76, Bobõlski, Puksand 2012: 29). Siiani ei ole andmepõhiselt ja süstemaatiliselt uuritud, missugused pealkirjad ja pealkirja struktuurid eesti keeles üldse levinud on ja kuidas kirjutajad nende valikute vahel navigeerivad.¹

Selle lünga täitmiseks viisime läbi kaks katset, mis uurisid eri liiki eestikeelsete tekstide pealkirjastamist. Mõlemas katses paluti osalejatel panna etteantud tekstikatkenditele pealkirjad ning neid põhjendada. Teises katses paluti osalejatel lisaks etteantud pealkirjade sobivust hinnata ning sobivaimaks valitud pealkirja põhjendada. Seega uurisime katsetega nii autori kui ka lugeja vaatenurka. Analüüsis lähtusime järgnevatest uurimisküsimustest:

1. Milline on pandud pealkirjade pikkus ja struktuur? Missugused muustrid esinevad?
2. Kas ja kui palju varieeruvad samale tekstile pandud pealkirjad?
3. Milliste kriteeriumite alusel vastajad ise pandud pealkirju põhjendavad?

Artikli teine peatükk annab ülevaate, missuguseid pealkirjadega seotud teemasid on mujal maailmas uuritud. Kolmas osa kirjeldab esimese ja teise katse läbiviimist ja analüüsi tulemusi. Neljandas osas arutleme tulemuste ning edasiste uurimissuundade üle.

2. Varasemad uurimused

Pealkirjad ja pealkirjastamine on populaarne teema nii akadeemiliste kui ka muud tüüpi tekstide uurijate seas. Teadusartiklite kohta leidub nii selliseid uuringuid, mis kaardistavad mingi valdkonna publikatsioonide pealkirjade pikkust ja süntaktilist struktuuri (nt Lewison, Hartley 2005, Soler 2007, Wang, Bai 2007, Cheng jt 2012), kui ka neid, mis püüavad korreleerida pealkirja struktuuri ning selle avaldamise tõenäosust (nt Fox, Burns 2015) või lugejate (nt Lockwood 2016) või viitamiste arvu (nt Nair, Gibbert 2016). Seda, mis paneb lugeja pealkirjale klõpsama, on uuritud ka meediatekstide puhul: missuguste keeleliste ja psühholoogiliste vahenditega meelitavad pealkirjad lugejaid ligi (nt Mormol 2019, Scott 2021) või kuidas sellised klikimagnetid lugejale mõjuvad (nt Molina jt 2021, Jung jt 2022).

Olgugi et pealkirja käsitletakse sageli justkui reklaami, mille ainus ülesanne on lugeja teksti eneseni juhutada, ei piirdu pealkirja roll vaid lugejale teksti “maha müümisega”. Pealkiri suunab ka seda, kuidas lugeja teksti mõistab ja tõlgendab, eriti selle sügavamaid sisulisi kihte (Daniel, Raney 2007). Näiteks võib pealkiri mõjutada seda, millele pöörab lugeja tekstis tähelepanu (Kozminsky 1977), ning anda tähenduse ka tekstidele, mis koosnevad tegelikult juhuslikest lausetest (Ahmadi 2011). Lisaks kirjalikele (st loetavatele) tekstidele laieneb pealkirjade mõju kuulatavatele tekstidele, lihtsustades nende mõistmist (Makaroff 2010).

Kuigi pealkirju on uuritud, ei ole siinne uurimus ühegi eelnimetatuga metoodika poolest identne. Siiski oleme teiste uurimuste eeskujul (nt Haggan 2004, Soler 2007,

¹ Ainsaks erandiks on Trageli jt (2024) uurimus, mille valim piirdus küll üksnes ühe autori (populaar)teaduslike artiklite pealkirjadega.

Tragel jt 2024) analüüsinud pealkirjade struktuuri ja pikkust. Meile teadaolevalt ei ole pealkirjade panemise põhjendusi katseliselt varasemalt uuritud.

3. Katsete metoodika ja analüüsi tulemused

Uurimus koosnes kahest katsest. Esimese katsega uuriti kuue tekstikatkendi pealkirjastamist ja põhjendamist (ptk 3.1). Teine katse (ptk 3.2) koosnes kahest osast: esimene osa keskendus nelja tekstikatkendi pealkirjastamisele ja põhjendamisele, katse teises osas hindasid osalejad pealkirjade sobivust (ptk 3.2.5). Kõik katsed toimusid LimeSurvey keskkonnas. Katsete juhendid, tekstid ning andmekogum on avaldatud avaandmetena (Miilman jt 2025). Näited katses osalejate vastustest on esitatud kogu artiklis muutmata kujul.

3.1. Esimene katse

3.1.1. Materjal ja meetod 1. katses

Esimeses katses pidid osalejad panema pealkirja kuuele tekstikatkendile (Miilman jt 2025: lisa 1) ning seda põhjendama. Katse juhises (Miilman jt 2025: lisa 2) rõhutasime, et katses osaleja lähtuks pealkirjade panemisel enda mõtetest, sest õigeid vastuseid pole. Iga tekstikatkend koos ülesannetega oli katses eraldi lehel ning tagasi liikumine polnud võimalik. Katse koostamiseks otsisime esmalt võimalikult eri liiki tekste/tekstikatkendeid erinevatel teemadel, mille hulgast valisime välja kuus: arvamus, teade, lastejutt, elulugu, luuletus ja õpetus. Pärast tekstide valimist koostasime proovikatse projektikaaslastele, kes katse väljatöötamises ei osalenud. Saadud tagasiside põhjal tegime parandusi, misjärel saatsime katse lingi valimile. Katse oli avatud nädal aega (26.3–1.4.2024).

Katseks koostasime mugavusvalimi bakalaureuseõppe 3. kursuse kolmelt erialalt: inglise keel ja kirjandus (11 vastajat), kirjandus ja kultuuriteadus (11 vastajat) ning eesti ja soome-ugri keeleteadus (6 vastajat).² Kuigi pöördusime osalejate poole isiklikult, oli neil võimalus osalemisest loobuda ja igal hetkel katse sooritamine pooleli jätta. Mugavusvalimi tingis põhjus, et see oli esimene sellist laadi katse, mistõttu oli sisuliste uurimisküsimuste kõrval soov mõista, kas selline moodus pealkirjade (panemise) uurimiseks üldse sobib.

Katse 28 vastust (nii pealkirjad kui ka põhjendused) märgendasime käsitsi ning analüüsisime tulemusi nii kvantitatiivselt kui ka kvalitatiivselt.³ Kvantitatiivselt analüüsisime pandud pealkirjade pikkust ja struktuuri. Pealkirjade struktuuri analüüsimiseks jaotasime pealkirjad seitsmesse kategooriasse, mille loomisel saime eeskuju varasematest uurimustest (nt Haggan 2004, Soler 2007, Tragel jt 2024). Analüüsitud struktuurikategooriad on koos täpsustuse ja näidetega esitatud tabelis 1. Tabelis ja edasises tekstis on pealkirjad esitatud muutmata kujul.

² Katse koostamise ajal plaanisime võrrelda pealkirjade ning põhjenduste sarnasusi ja erinevusi ka erialade lõikes. Seepärast oli meie eesmärk saada kokku 30 katses osalejat, ideaalis võrdselt igalt erialalt. Proovikatse ja katse tulemused näitasid, et eri erialadelt vastajate vahel märkimisväärsed erinevused puudusid.

³ Katses osalejatele ja nende vastustele viidatakse edaspidises tekstis koodidega. Esimeses katses osalenute koodid on kujul K1-x, kus "x" tähistab seda, mitmendana katses osaleja oma vastused esitas, teises katses osalenute koodid on kujul K2-y, kus "y" tähistab taas seda, mitmendana vastused esitati.

Tabel 1. Pealkirjade struktuurikategooriad

Nr	Kategooria	Täpsustus	Näide
1	Täislause (sh hüüdlause)	Siia ei kuulu küsimused.	"Pealkiri paneb rattad käima" (K1-5)
2	Küsilause	–	"Kas eesti keel on tõesti hukas?" (K1-17)
3	Nimisõnafras	–	"Tallinna ajalehtede õigekeele hukk" (K1-6)
4	Mitmeosaline (küsimusega)	Üks osa on küsimus ja eri osi eraldab koolon, mõttekriips või koma (nt nimisõnafras: küsimus).	"Keelepraagi analüüs: Kas eesti keel on tõesti hukas?" (K1-24)
5	Mitmeosaline (nimisõnad)	Mõlemad osad on nimisõnad/nimisõnafrasisid.	"Eesti keel ajakirjanduses - lühianalüüs keele jätkusuutlikkusest" (K1-8)
6	Ühesõnaline	Põhiliselt nimisõnad, kusjuures pöördelisi verbe ei esinenud.	"Liiklusmuudatus" (K1-23)
7	Muu	Pealkirja asemel märgitud mõni kirjavahemärk; muud tüüpi fraasid (nt kaassõnafrasisid).	"**" (K1-6)

Kvalitatiivselt analüüsisime pealkirjade põhjendusi: miks katses osalejad olid otsustanud sellise pealkirja panna. Vastuseid analüüsisime temaatiliselt ja omavahel tähenduslikult seotud märgendid koondasime kümneks põhjenduskategooriaks, kusjuures üks põhjendus sai kuuluda mitmesse kategooriasse. Tabelist 2 näeb kategooriate nimetusi (kapiteelkirjas), nende selgitusi ja põhjenduste näiteid koos esitatud pealkirjaga (esitatud muutmata kujul). Liitkategooriate (tabelis nr-id 2–4, 8, 9) näidete puhul oleme välja toonud, millist kategooriasse kuulumise tingimust need näitlikustavad.

Tabel 2. Pealkirjade põhjenduskategooriad

Nr	Kategooria	Kategooria selgitus: Siia kuuluvad juhud, kui katses osaleja kirjutas pealkirja põhjenduseks eksplitsiitselt, ...	Näide
1	TEKSTI LIIK	... mis liiki (ka mis stiiliga või millisest väljaandest) tema arvates tekst (ja sellest tulenev pealkiri) on / olema peab.	"Tegemist võiks olla muinasjutulaadse katkendiga, mistõttu võiks olla lubatud väike loomingulisus." (lastejutt, K1-20, "Vaeste koerte vaene saatus")
2	SISU	... et pealkiri (1) on teksti kokkuvõte/ ülevaade; (2) kajastab teksti keskset teemat/motiivi vm tähtsamat infot; (3) vihjab sisule ("ei ütle kõike ära") / iseloomustab sisu / sisaldab märksõnu teksti kohta (ehk pealkiri ei ammenda teksti sisu); (4) on mingi aspekt <i>tekstis</i> (see ei pruugi olla keskne idee); (5) edastab infot / on informatiivne / teemakohane vms.	(2) "Lähtusin täielikult teksti sisust ja üritasin selle peamise mõtte pealkirjas lühidalt kokku võtta." (lastejutt, K1-21, "Koerte tee kontideni")

Nr	Kategooria	Kategooria selgitus: Siia kuuluvad juhud, kui katses osaleja kirjutas pealkirja põhjenduseks eksplitsiitselt, ...	Näide
3	VIIDE	... et ta (1) tsiteeris/refereeris teksti (võttis pealkirjaks mingi fraasi, sõna, kujundi); (2) võttis pealkirja mingist teksti osast (nt viimane lause, esimene lõik jms); (3) et ta kasutas mingit teist (ühiskonnas / talle tuntud) teksti (sh sõna, fraas, lause) inspiratsioonina või otsesõnu.	(1) "Mulle jäi jutust kõlama kõige enam sõnapaar "härra president". Kuna minategelane on president, siis pealkiri on täitsa kohane." (elulugu, K1-28, "Härra president")
4	AUTORI PERSPEKTIIV	... et ta (1) mõtles katkendile eelnenud/järgnevale tegevusele või tekstile tervikuna; (2) "vaatas" tegelaste/subjektide pähe/hinge; (3) kujutles autori taotlust/seisukohta; (4) pakkus pealkirjaga tekstis juhtunule alternatiivseid stsenaariume (nt sõnastas moraali); (5) lähtus kujutluspildist (sh endal tekkinud tundeist/meeleolust).	(1) "Lõigus ei pruugi esimesel pilgul ilmned, et jutt on UPT juhenditest, seega tundsin vajadust see pealkirjas ara markida." (uurimus, K2-10, "Töö ülesehituse juhised UPT juhendites.")
5	LAUSELIIG	... et ta valis ühe lauseliigi (ja selgitas miks).	"Teksti lugedes tekkis kohe tunne, et selle pealkiri peaks olema küsimus, kuna tekst käsitleb justkui uuringut." (arvamus, K1-21, "Kas meie keel on tõesti hukas?")
6	KÕLA	... et pealkirjal on meeldiv/hea/ilus/jne kõla (nt alliteratsioon).	"Valisin kõige luulelisema kõlaga pealkirja." (luuletus, K2-17, "Kandlepuu")
7	PIKKUS	... et pealkiri on pikk/lühike.	"Mulle isiklikult meeldib, kui luuletustel on lühikesed pealkirjad" (luuletus, K2-49, "Kannel kasest")
8	LUGEJA PERSPEKTIIV	... (1) et pealkirjas väljendub sihtrühm; (2) kuidas pealkiri võiks (lugejale) mõjuda / kuidas võiks lugeja reageerida.	(2) "Tundub huvi tekitav, teksti lugema kutsuv." (jutustus, K2-46, "Mina muidugi ei tee välja, suitsetan")
9	MUU	... mida muud ta pealkirja panemisel jälgis, sh kui on kasutanud kontekstita abstraktseid/mitmetähenduslikke sõnu: nt see pealkiri on lihtne/konkreetne/otsekohene/ tabav/selge/sobilik/hea/jne.	"Selge ja otsekohene" (meil, K2-3, "Kontaktmeilide muutmise seoses kodulehe vahetusega")
10	NA	... et tal oli pealkirja raske panna / ei osanud pealkirja panna jms.	"Panin sellise pealkirja, sest ma ei suutnud midagi paremat välja mõelda." (uurimus, K2-19, "Juhendid")

3.1.2. Pealkirjade pikkus ja struktuur 1. katses

Tekstidele pandud pealkirjade keskmine pikkus nii sõnades kui tähemärkides on esitatud tabelis 3. Tabelist on näha, et kõige pikemaid pealkirju pandi arvamusele ja kõige lühemaid pealkirju luuletusele.

Tabel 3. Esimese katse pealkirjade keskmine pikkus sõnades ja tähemärkides

Pealkirja keskmine pikkus	Arvamus	Teade	Lastejutt	Elulugu	Luuletus	Õpetus	Keskmine
Sõnad	5,8	4,4	3	3,6	2,2	3,9	3,8
Tähemärgid	33,9	34,9	20,7	26,5	13,5	33,4	27,2

Ülevaade pealkirjade struktuurikategooriatest on esitatud tabelis 4.⁴ Analüüsis esitatud osakaalud on arvutatud iga tekstikatkendi pealkirjade koguarvust (s.o 28, ühel juhul 29).⁵

Tabel 4. Esimese katse pealkirjade struktuurikategooriate esinemissagedused (n = 169)

Struktuuri-kategooria	Arvamus		Teade		Lastejutt		Elulugu		Luuletus		Õpetus		Kokku	
	arv	osakaal	arv	osakaal	arv	osakaal	arv	osakaal	arv	osakaal	arv	osakaal	arv	osakaal
Nimisõnafraas	9	32%	13	46%	17	61%	20	69%	16	57%	12	43%	87	51%
Küsilause	9	32%	0	0	1	4%	1	3%	0	0	11	39%	22	13%
Ühesõnaline	0	0	3	11%	5	18%	2	7%	10	36%	0	0	20	12%
Täislause (sh hüüdlause)	2	7%	6	21%	4	14%	3	10%	1	4%	3	11%	19	11%
Muu	0	0	6	21%	0	0	1	3%	1	4%	0	4%	8	5%
Mitmeosaline (nimisõnad)	3	11%	0	0	1	4%	2	7%	0	0	1	0	7	4%
Mitmeosaline (küsimusega)	5	18%	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4%	6	4%
Kokku	28	100%	28	100%	28	100%	29	100%	28	100%	28	100%	169	100%

Kõige sagedasem pealkirjastruktuur kõigil tekstidel oli nimisõnafraas, mida kasutati kokku 87 korral (51% kõigist pealkirjadest); näited 1–6). Enim eelistati selle struktuuriga pealkirju panna eluloole (nimisõnafraasid moodustasid 69%), kõige vähem kasutati seda arvamuse pealkirjades (32%).

- (1) Keele hukumäär arvudes (arvamus, K1-3)
- (2) Vabaduse väljaku peatuse suvine sulgemine (teade, K1-7)
- (3) Koerte nõupidamine (lastejutt, K1-11)
- (4) Härra president (elulugu, K1-22)
- (5) Väike laul (luuletus, K1-18)
- (6) Hea kuulutuse põhimõtted (õpetus, K1-21)

Kõigi tekstide kokkuvõttes oli sageduselt järgmine pealkirjastruktuur küsilause (13%; näited 7–10), kusjuures arvamuse ja õpetuse pealkirjastamisel olid küsilauseid peaaegu sama levinud kui nimisõnafraasid. Samas ei kasutatud teate ja luuletuse pealkirjastamisel küsilauseid kordagi ning lastejutu ja eluloo pealkirjana kasutati neid vaid ühel korral.

- (7) Kas eesti keel on mokas? (arvamus, K1-5)
- (8) Kuidas saada konte? (lastejutt, K1-10)
- (9) Kuidas taastada populaarsus rahva hulgas vahetult enne valimisi? (elulugu, K1-26)
- (10) Kuidas kirjutada head müügikuulutust? (õpetus, K1-27)

⁴ Osakaalud on ümardatud täisarvuni ning summaks kirjutatud 100%, ehkki ümardamise tõttu erineb veergude summa mõnel juhul 1–2% võrra.

⁵ Eluloole pakkus üks katses osaleja kaks pealkirja.

Ühesõnaline struktuur oli eelkõige levinud luuletuse pealkirjastamisel (36%; näited 11–12). Neist üht (“Kandlepuu”) pakkus luuletusekatkendile pealkirjaks viis inimest. Ühesõnaliste pealkirjade sagedus selgitab ühtlasi seda, miks luuletusele pandud pealkirjad olid võrdluses teistega kõige lühemad (vt tabel 3).

- (11) Kasepuu (K1-1)
- (12) Kandlepuu (K1-13)

Täislauseid pandi pealkirjaks 19 korral (11% kõigist pealkirjadest). Enim kasutati seda struktuuri teate pealkirjastamiseks (6 korral ehk 21%; näide 13), samas näiteks luuletusele pandi täislause pealkirjaks vaid ühel korral (näide 14).

- (13) Suvised ehitustööd sulgevad Vabaduse väljaku peatuse (teade, K1-24)
- (14) Pime laulik tahab kannelt (luuletus, K1-5)

Kuigi tekstide pealkirjastamiseks kasutati ka teisi struktuure, olid nende sagedused märgatavalt väiksemad. Mitmeosalistest pealkirjadest osutusid sagedasemaks kategooriasse MUU liigitatud struktuurid. Seda eelkõige teate pealkirjade tõttu, mille hulgas leidis näiteks omadussõnafraase ja mitmeosalisi pealkirju, mille struktuur erines teistest mitmeosalistest pealkirjadest (15).

- (15) SEL SUVEL KOGUNI KAKS KUUD! Vabaduse väljak pannakse jälle kinni! (teade, K1-12)

3.1.3. Pealkirjade põhjendused 1. katses

Pealkirjade põhjenduskategooriate esinemiskordadest tekstiti annab ülevaate joonis 1 (vt esinemiskordi koos osakaaludega Miilman jt 2025: lisa 3.1). Jooniselt näeb, et SISU oli ülekaalukalt kõige sagedasem põhjenduskategooria (109 korral, 42% kõikide tekstide põhjenduskategooriatest), sageduselt järgmine oli LUGEJA PERSPEKTIIV (46 korral, 18%) ja kolmas TEKSTI LIHK (27 korral, 10%).

Arvamusele pealkirja paneku põhjendusi esines enim SISU kategoorias (19 korral, 39% kõigist kategooriatest; näide 16). Sageduselt teine põhjenduskategooria oli VIIDE (10 korral, 20%): näiteks üks arvamuse pealkirjade tähtis lähtepunkt oli tekstikatkendi autori mõneti provotseeriv küsimus “kas [eesti keel] tõesti on hukas või mokas või mis määral ta seda on” (näide 17).

- (16) Minu arvates annab see pealkiri ünsa hea ülevaate (ilma lõppvastust avaldamata) katkendist ning mida sellest oodata võib. (K1-8, “Eesti keel ajakirjanduses - lühianalüüs keele jätkusuutlikkusest”)
- (17) Mulle meeldib pealkirjastades kasutada tsitaate ning kuna terve lõik keerleb mõtteliselt esimeses lauses esitatud tsitaadi ümber, siis tundsin, et see sobiks hästi. (K1-11, “Eesti keel on hukas”)

Teate pealkirjastamisel oli samuti kõige populaarsem põhjendus SISU (19 korral, 42%; näide 18). Sageduselt teisena lähtuti LUGEJA PERSPEKTIIVIST (11 korral, 24%), nt peeti oluliseks, et pealkirja järgi oleks lugejale mõistetav, kas see info puudutab teda (19–20).

- (18) Võtab üldiselt kokku teksti sisu. (K1-23, “Liiklusmuudatus”)

- (19) [---] Kui inimene on selle peatusega seotud, siis klikib ta pealkirja pärast teatele ning saab kätte ka vajaliku lisainformatsiooni. (K1-8, "HOIATUS BUSSIGA LIIKLEJATELE")
- (20) [---] annab inimesele infot kas see katkend puudutab teda. (K1-15, "Ehitustööd Estonia puiestel")

Eluloo ja õpetuse pealkirjade põhjendustes olid samuti SISU ja LUGEJA PERSPEKTIIV kõige sagedasemad. Eluloo pealkirjade põhjendustes esines SISU 13 korral (32%; näide 21) ja LUGEJA PERSPEKTIIV 8 korral (20%), õpetuse puhul SISU 21 korral (50%; näide 22) ja LUGEJA PERSPEKTIIV 14 korral (33%). LUGEJA PERSPEKTIIVINA rõhutati mõlema katkendi põhjendustes, et pealkiri peab lugejas huvi tekitama (23), õpetuse puhul toodi lisaks välja, et tekst peab olema potentsiaalsele lugejale hästi leitav (st pealkiri peab sisaldama märksõnu, mida sellise teksti otsimiseks tõenäoliselt kasutatakse; näide 24).

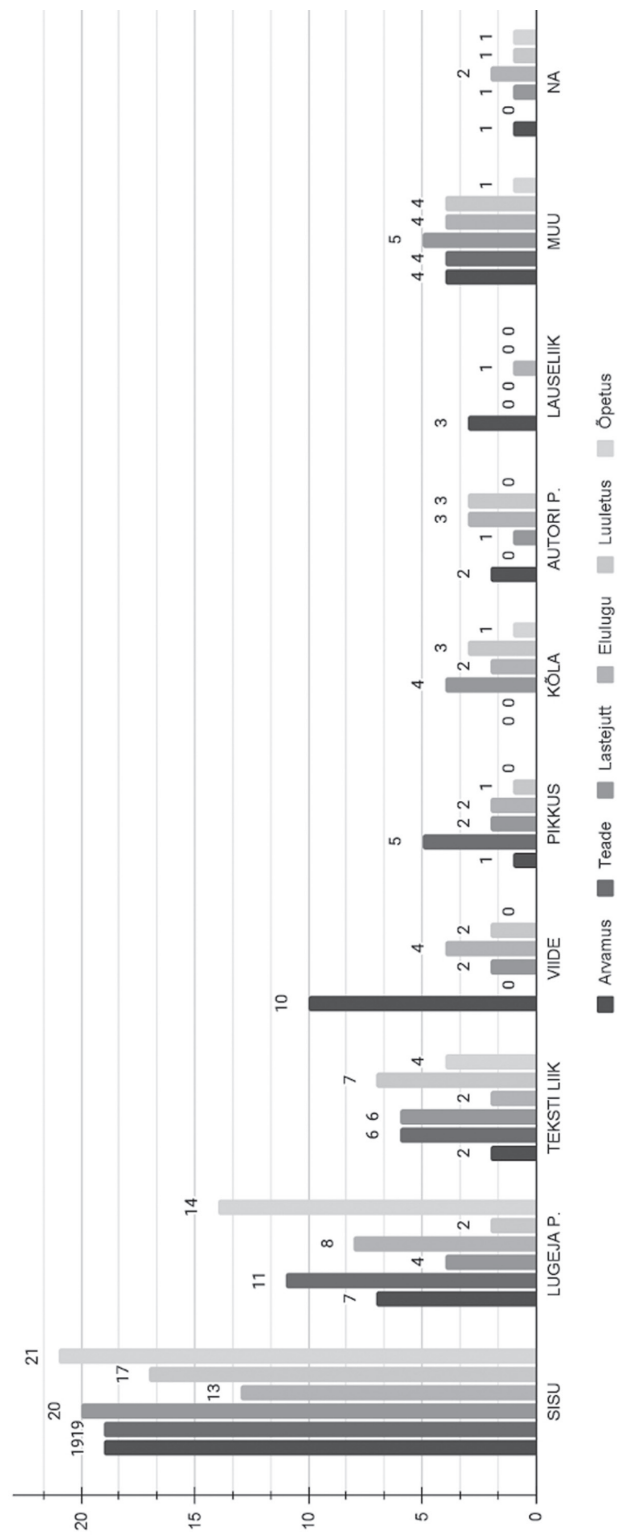
- (21) Lõik räägib poliitiku vaatenurgast. Kuidas teha otsuseid, nii populaarseid kui ka ebapopulaarseid, ning kes nende vastu võtmise vestluses osalevad. (elulugu, K1-2, "Poliitik: kodus ja eemal")
- (22) Katkend räägib sellest, mida peaks silmas hoidma hea kuulutuse puhul, tuues tähelepanu kuulutuse pealkirja vormistamisele. (õpetus, K1-7, "Kuidas kirjutada silmapaistva pealkirja kinnisvarakuulutusele")
- (23) [---] valisin lihtsa kuid lööva pealkirja, mis lugejas huvi tekitaks [---] (elulugu, K1-19, "Mina, president")
- (24) [---] "hea kinnisvarakuulutus" võib olla ka midagi, mida see sihtrühm googeldab. (õpetus, K1-10; "Milline on hea kinnisvarakuulutus")

Lastejutu pealkirjastamise põhjendustes oli sarnaselt teiste tekstidega esindatud enim SISU kategooria (20 korral ehk 44%; näide 25), teisi põhjendusi esines silmapaistvalt vähem. Ka luuletuse pealkirjastamisel oli sagedaim kategooria SISU (17 korral, 43%; näide 26). Sageduselt teisena mainiti põhjendusena TEKSTI LIIKI (7 korral, 18%), st lähtuti pealkirjastamise "tavast", mida luuletusele kui tekstile omaseks peetakse (27).

- (25) Lõik jutustab loo, kuidas koerad erinevate probleemide üle nõu peavad. (lastejutt, K1-11, "Koerte nõupidamine")
- (26) Luuletuse keskmes on lauliku ja kase dialoog, mistõttu tundus see sobiv. (luuletus, K1-22, "Laulik ja kask")
- (27) Kuna tegemist on luuletusega, siis see justkui annab voli sõnade valikul olla poeetilisem. (luuletus, K1-20, "Kurbõnnelik rõõm")

Tulemusi üldiselt vaadates ilmneb, et pealkirjastamise põhjendusi sai vähim liigitada AUTORI PERSPEKTIIVI ja LAUSELIIGI kategooriatesse. Samuti olid kõigi tekstide puhul esipaarist madalamale jäävad kategooriad märkimisväärses vähemuses: neid esines sageduselt teise põhjendusega võrreldes kaks või enam korda vähem. Üksikutel kordadel ei põhjendatud pandud pealkirja (NA), vaid kritiseeriti näiteks tekstikatkendit (28–29).

- (28) Tekst on segane. (arvamus, K1-18, "Eesti keele probleemid")
- (29) [---] kuna konteksti on vähe, siis ma ei suutnud midagi paremat välja mõelda. (lastejutt, K1-16, "Koerte elu")



Joonis 1. Esimese katse põhjenduskategoriate esinemissagedused (n = 262). Üks põhjendus sai kuuluda mitmesse kategooriasse

3.1.4. Järeldused 1. katse kohta

Pealkirjade pikkuste analüüs näitas, et kõige pikemaid pealkirju pandi arvamusele ja kõige lühemaid luuletusele. Levinuim pealkirjastruktuur oli kõigi tekstide puhul nimisõnafraas, arvamuse ja õpetuse puhul olid pea sama levinud küsilaused.

Pealkirjade paneku põhjendustest selgus, et katses osalejate jaoks oli kõige olulisem lähtuda teksti sisust. Samas esines mõne teksti pealkirjastamisel teisigi põhjendusi. Näiteks luuletuse pealkirjade põhjendustes kerkib muu hulgas esile teksti liigist lähtumine, mis viitab sellele, et katses osalejatel oli ettekujutus, millised peaksid luuletuste pealkirjad olema: kas üks sõna või lühike nimisõnafraas. See on ka põhjus, miks just selle teksti pealkirjad keskmiselt kõige lühemad olid.

Küsilausete eelistust arvamuse pealkirjana põhjendab see, et tekstikatkend sisaldas intrigeerivat küsimust (kuivõrd hukas/mokas eesti keel on), mis mitmeid katses osalejaid inspireeris. Õpetuse pealkirjaks pandud küsilausete taustal on aga katses osaleja soov lugeja vajadustega arvestada. Põhjendused näitasid, et õpetusel peab olema pealkiri, mille järgi oleks võimalikul lugejal seda lihtne leida. Kuna õpetust otsitakse ja loetakse üldjuhul siis, kui lugejal on mingisugune küsimus (näiteks: kuidas teksti pealkirjastada), siis on ootuspärane, et ka selle teksti pealkirju küsimusena sõnastati.

3.2. Teine katse

3.2.1. Materjal ja meetod 2. katses

Esimese katsega saime infot, millise struktuuri ja pikkusega pealkirju üliõpilased panevad ja kuidas pealkirjavalikut põhjendavad. Teise katse viisime läbi 10.9.–17.9.2024 ja see oli kaheosaline. Teise katsega soovisime pealkirjade struktuuri ja pikkuse kohta andmeid juurde koguda. Lisaks oli teise katse eesmärk teada saada, millised pealkirjad on lugeja arvates tekstile kõige sobilikumad ja miks.

Katse esimeses osas tuli sarnaselt esimese katsega (ptk 3.1) panna tekstikatkendile pealkiri ning seda põhjendada. Seekord oli katse osalejatele antud neli tekstikatkendit: juhend, jutustus, meil ja uurimus (vt Miilman jt 2025: lisa 4). Kasutasime taas mugavusvalimit, kuid see erines esimese katse valimist. Teise katse valimisse kuulusid Tartu Ülikooli 2024/2025. õa kursusele “Sissejuhatus keeleteadusesse” registreerunud u 250 tudengit.⁶ Katset said teha kõik kursusel osalejad, kuid siin artiklis käsitleme vaid bakalaureuseastme esmakursuslaste vastuseid, et valim oleks ühtsem (samuti olid nad vastajate hulgas enamuses). Aine õppejõud ja üks siinse artikli autoritest, Ilona Tragel, kutsus tudengeid katses osalema loengul ja Moodle'i sõnumiga. Katses osalemine oli anonüümne ja vabatahtlik ning osalejatel oli võimalus igal hetkel katse sooritamine pooleli jätta. Katses osalejad ei saanud osalemise eest mingit preemiat (nt lisapunkte kursusel). Osalejate taustainfona küsisime üksnes seda, kas nad õpivad bakalaureuse esimesel kursusel või mitte. Esimakursuslastest tegid katse lõpuni 52 osalejat.

Katse teises osas tuli etteantud pealkirjad järjestada tekstikatkendile sobivuse alusel ning põhjendada sobivaimaks valitud pealkirja. Selles osas oli kokku kolm tekstikatkendit ning igale katkendile kuus pealkirjavarianti (vt Miilman jt 2025:

⁶ Üldiselt võtavad seda ainet humanitaarteaduste ja kunstide (nt eesti ja soome-ugri keeleteadus, romanistika, inglise keel ja kirjandus) ning sotsiaalteaduste valdkonna (nt eripedagoogika ja logopeedia, põhikooli mitme aine õpetaja) tudengid.

lisa 5). Tekstid ja pealkirjavariandid pärinesid esimesest katsest (teade, luuletus ja õpetus). Pealkirjavariantide valimisel lähtusime sellest, et need esindaksid struktuuri ja pikkuse poolest tüüpilisemaid esimeses katses pandud pealkirju, ent lisasime ka teiste struktuuridega ja keskmisest erineva pikkusega pealkirjavariante. Pealkirjavariantide järjekord muutus eri katsetes automaatselt. Katse juhises (vt Miilman jt 2025: lisa 6) oli taas rõhutatud, et pealkirjade panekul ja nende järjestamisel lähtuks osaleja enda arvamusest.

Ka teise katse tulemusi analüüsisime kvantitatiivselt ja kvalitatiivselt. Kvantitatiivselt analüüsisime pealkirjade struktuuri ja pikkust. Põhjenduste kvalitatiivseks analüüsiks kasutasime esimeses katses välja töötatud kategooriaid (vt tabelit 2), mida vastustest lähtuvalt täiendasime. Meetodit ja kategooriaid on täpsemalt kirjeldatud peatükis 3.1.1.

3.2.2. Pealkirjade pikkus ja struktuur 2. katse 1. osas

Teise katse esimese osa pealkirjade keskmised pikkused sõnades ja tähemärkides on esitatud tabelis 5. Keskmise sõnade arvu poolest pandi kõige pikemaid pealkirju juhendile, kõige lühemad olid meili pealkirjad.

Tabel 5. Teise katse esimese osa pealkirjade keskmine pikkus sõnades ja tähemärkides

Pealkirjade keskmine pikkus	Juhend	Jutustus	Meil	Uurimus	Keskmine
Sõnad	3,3	2,9	2,8	3,3	3,1
Tähemärgid	24,1	17,5	21,5	26,6	22,4

Ülevaade teise katse esimese osa pealkirjade struktuuridest on esitatud tabelis 6. Analüüsis esitatud osakaalud on arvutatud ühe tekstikatkendi pealkirjade koguarvust (s.o 52).

Tabel 6. Teise katse esimese osa pealkirjade struktuurikategooriate esinemissagedused ja osakaalud

Struktuuri-kategooria	Juhend		Jutustus		Meil		Uurimus		Kokku	
	arv	osakaal	arv	osakaal	arv	osakaal	arv	osakaal	arv	osakaal
Nimisõnafras	30	58%	22	42%	28	54%	41	79%	121	58%
Ühesõnaline	0	0	9	17%	9	17%	5	10%	23	11%
Mitmeosaline (nimisõna-(fraasi)d)	5	10%	4	8%	8	15%	2	4%	19	9%
Muu	2	4%	5	10%	6	12%	3	6%	16	8%
Küsilause	13	25%	1	2%	0	0	1	2%	15	7%
Täislause (sh hüüdlause)	0	0	11	21%	0	0	0	0	11	5%
Mitmeosaline (küsimusega)	2	4%	0	0	1	2%	0	0	3	1%
Kokku	52	100%	52	100%	52	100%	52	100%	208	100%

Kõigi tekstide pealkirjastamisel kasutati enim nimisõnafraase (58%; näited 30–33). Kõige rohkem oli seda struktuuri kasutatud uurimuse pealkirjastamisel (41 korral,

79% uurimuse pealkirjadest). Lisaks on märkimisväärne, et juhendile on 13 korral pandud pealkirjaks täpselt sama nimisõnafraas (“Külmiku sulatamine”) ning uurimusele seitse korda “Töö ülesehitus”.

- (30) Külmiku sulatamise juhend (juhend, K2-7; K2-14; K2-16)
- (31) Vastasseis rongisõidul (jutustus, K2-6)
- (32) Kodulehe kolimine (meil, K2-37)
- (33) Töö ülesehituse käsitlemine juhendites (uurimus, K2-1)

Kõikide tekstide võrdluses oli sageduselt teine struktuurikategooria ühesõnaline pealkiri (23 korral, 11%). Nii jutustusele kui meilile pandi ühesõnaline pealkiri 9 korral (17%; näited 34 ja 35), uurimusele pandi selliseid pealkirju 5 (10%; näide 36). Juhendile ei pandud seda tüüpi pealkirja kordagi.

- (34) Karma (jutustus, K2-26)
- (35) Vabandus (meil, K2-19)
- (36) Juhendid (uurimus, K2-19, K2-48)

Mitmeosalisi pealkirju, mis koosnesid nimisõnadest ja/või nimisõnafraasidest, kasutati kõigi tekstide puhul (19 korral, 9%; näited 37–40). Näidete hulgas eristuvad meilidele pandud mitmeosalised pealkirjad: kuna katses esitatud meilikatkend oli selgelt vastus eelmisele meilile, viitas kuus katses osalejat sellele, märkides pealkirja esimeseks osaks “RE:”/”Re:”, mis meilihaldurites lisandub enamasti vastusmeilile automaatselt, tähistades ‘vastust’ (ingl *reply*).

- (37) Külmiku manuaal: sulatamine (juhend, K2-44)
- (38) Peterburg - Vladivostok (jutustus, K2-3)
- (39) RE: Kodulehe tõrked (meil, K2-6)
- (40) Kirjalike tööde ülesehituse teemast: Nende esinemissagedus ja iseäralikud erinevused (uurimus, K2-31)

Teiste tulemuste seast tõuseb esile küsilausete kasutamine juhendi pealkirjana (13 korral, 25%; näited 41 ja 42). Kui juhendi pealkirjaks pandi küsilause 13 korral (25%), siis jutustusele ja uurimusele pandi seda tüüpi pealkiri vaid ühel korral (2%) ning meili pealkirjana ei kasutatud küsilauset kordagi.

- (41) Kuidas külmikut sulatada? (K2-5, K2-32)
- (42) Millal ja kuidas külmikut sulatada (K2-18)

Täislauseid pakuti pealkirjaks ainult jutustusele (näide 43), kuid sealjuures oli selle kasutus üpris sage (11 korda, 21%).

- (43) Inimlik keel on ju ometi olemas (K2-1)

Mõnel korral kasutati nii juhendi kui meili pealkirjana mitmeosalist pealkirja, mis sisaldas küsimust (44–45).

- (44) Külmiku sulatamine - milleks vajalik ja kuidas teha? (juhend, K2-19)
- (45) Vastus teie küsimusele: Miks koduleht selliselt käitus ning andmeid vaadata ei saanud (meil, K2-20)

Kõikide tekstide pealkirjadena kasutati ka muid struktuure, mille hulka kuulus nii kaassõnafraase, pealkirja märkimist kirjavahemärgiga kui ka mitmeosalisi pealkirju, mida polnud võimalik selgelt teistesse kategooriatesse liigitada.

3.2.3. Pealkirjade põhjendused 2. katse 1. osas

Teise katse esimeses osas palusime vastajatel pealkirjastada nelja teksti (vt Miilman jt 2025: lisa 4) ja oma valikut põhjendada. Järgnevalt toome välja põhjenduskategooriate esinemiskorrad ja osakaalud, kusjuures viimased on arvutatud ühe teksti kõigis pealkirjade põhjendustes esinenud kategooriate koguarvust (vt täpsemalt Miilman jt 2025: lisa 3.2). Põhjenduste koguarv kategooriates on suurem kui katses osalejate arv, sest üks põhjendus võis kuuluda mitmesse kategooriasse.

Jooniselt 2 näeb, et kõigi tekstide kõige sagedasemateks põhjenduskategooriateks osutusid SISU ja TEKSTI LIHK. SISU on seejuures ülekaalukalt esikohal: seda kategooriat esines kokku 148 korral (56% kõikide tekstide kõigist kategooriatest), TEKSTI LIHK kolm korda vähem (47 korda, 18%). Teistesse kategooriatesse liigitatud põhjendusi esines igauht kokku 15 või vähem korda ning KÕLA ei esinenud põhjendusena kordagi.

Juhendi puhul esines SISU põhjenduskategooriat 43 korral (62%; näide 46) ja TEKSTI LIHK põhjenduskategooriat pea neli korda vähem (12 korral, 17%; näide 47). Ülejäänud kategooriad olid väga harvad: neid esines vähem kui viis korda.

- (46) Selles lõigus kirjeldatakse, mida on vaja teha külmiku sulatamiseks. (K2-12, "Juhend külmiku sulatamiseks")
- (47) Tegemist on praktilise teabetekstiga, millele on kohasem kerge, teksti sisu otseselt kajastav, informatiivne pealkiri. (K2-18, "Millal ja kuidas külmikut sulatada")

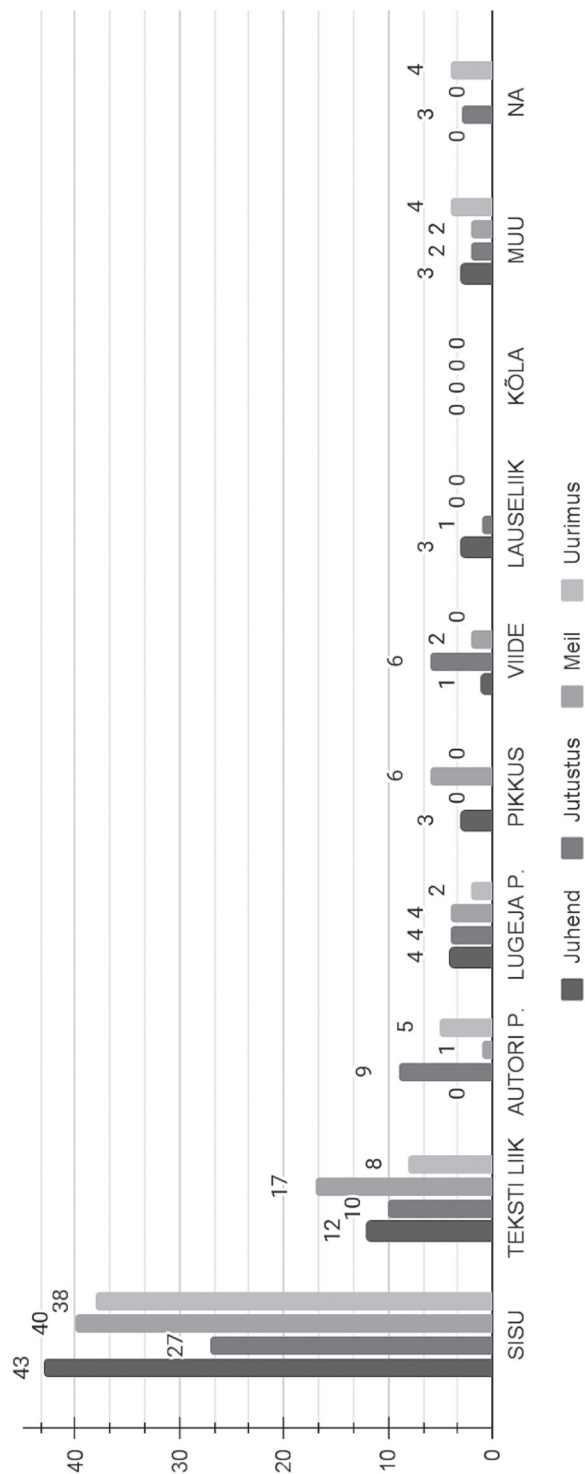
Jutustuse pealkirjade põhjendused liigitusid enim SISU kategooriasse (27 korral, 44%; näide 48). Seejuures oli SISU kategooria esinemiskordade arv neljas tekstis kokku kõige väiksem. Pea kolm korda vähem esines põhjendusena TEKSTI LIHK (10 korral, 16%; näide 49) ja AUTORI PERSPEKTIIVI (9 korral, 15%; näide 50). Selle teksti pealkirjade põhjendustes oli esindatud kõige rohkem eri kategooriaid, mis tähendab, et katses osalejate põhjendused olid üsna erinevad.

- (48) Tundus, nagu lugu mingist pikast rongisõidust võõral maal. (K2-3, "Peterburg – Vladivostok")
- (49) Ilukirjanduslikum tekst, mis kirlejab täpselt tegevuste toimumist. Vajaks märksõnadega sarnast kuid kujundlikku pealkirja. (K2-49, "Helesinine suits")
- (50) Lähtusin kirjeldaja suhtumisest. Tundus, nagu tema iseloomustaks olukorda usna neutraalselt, sellest ka pealkiri. (K2-10, "Juhtum rongikupees")

Meili pealkirjastamisel lähtuti SISUST 40 korral (56%; näide 51) ja TEKSTI LIIGIST 17 korral (24%; näide 52). Ülejäänud kategooriad olid taas alaesindatud või ei esinenud kordagi.

- (51) Kirja põhifookus on selgitada, miks ei saanud kodulehel andmeid vaadata. (K2-13, "Probleem kodulehe kasutamisel")
- (52) Tegemist on e-kirjaga, mille puhul on kombeks kasutada lühikest ning üldist pealkirja, mis annab saajale märku, mille kohta e-kiri saadetud on. (K2-39, "Kodulehe tehnilised probleemid")

Uurimuse puhul toodi pealkirjade põhjenduseks SISU (38 korral, 62%; näide 53) ja TEKSTI LIHK (8 korral, 13%; näited 54 ja 55). Viimast kategooriat esines teiste



Joonis 2. Teise katse esimese osa pealkirjade põhjenduskategooriate esinemissagedused (n = 264). Ühe vastuse põhjendused said kuuluda mitmesse kategooriasse

tekstidega võrreldes vähem. Samuti sai selle teksti pealkirjade põhjendusi jagada kõige vähematesse kategooriatesse, mis tähendab, et katses osalenute põhjendused olid sarnased.

- (53) Räägib erinevatest juhenditest ning kuidas need on üles ehitatud. (K2-4, "Info juhendite kohta")
- (54) Tundub ametnike koostatud tekstina. (K2-51, "Gümnaasiumi uurimistööde juhenditest")
- (55) Tundub, nagu sellist teksti võiks kohata uurimistöodes. (K2-44, "Teoreetiline ülevaade")

Selle katse tulemuste analüüsis joonistusi eriti teravalt välja kaks põhjenduskategooriat: SISU ja TEKSTI LIIKI esines kokku 195 korda (74%) ning ülejäänud kaheksat kategooriat oli kokku vaid neljandik kõikidest kategooriatest (26%). Seejuures olid ka SISU ja TEKSTI LIIGI osakaalud omavahel tugevalt esimese poole kaldu. Üksikud katses osalejad ei põhjendanud oma pealkirja, kimbatust tekitas jutustuse pealkirjastamine (56) ning uurimuse puhul toodi välja, et tekst oli keeruline (57).

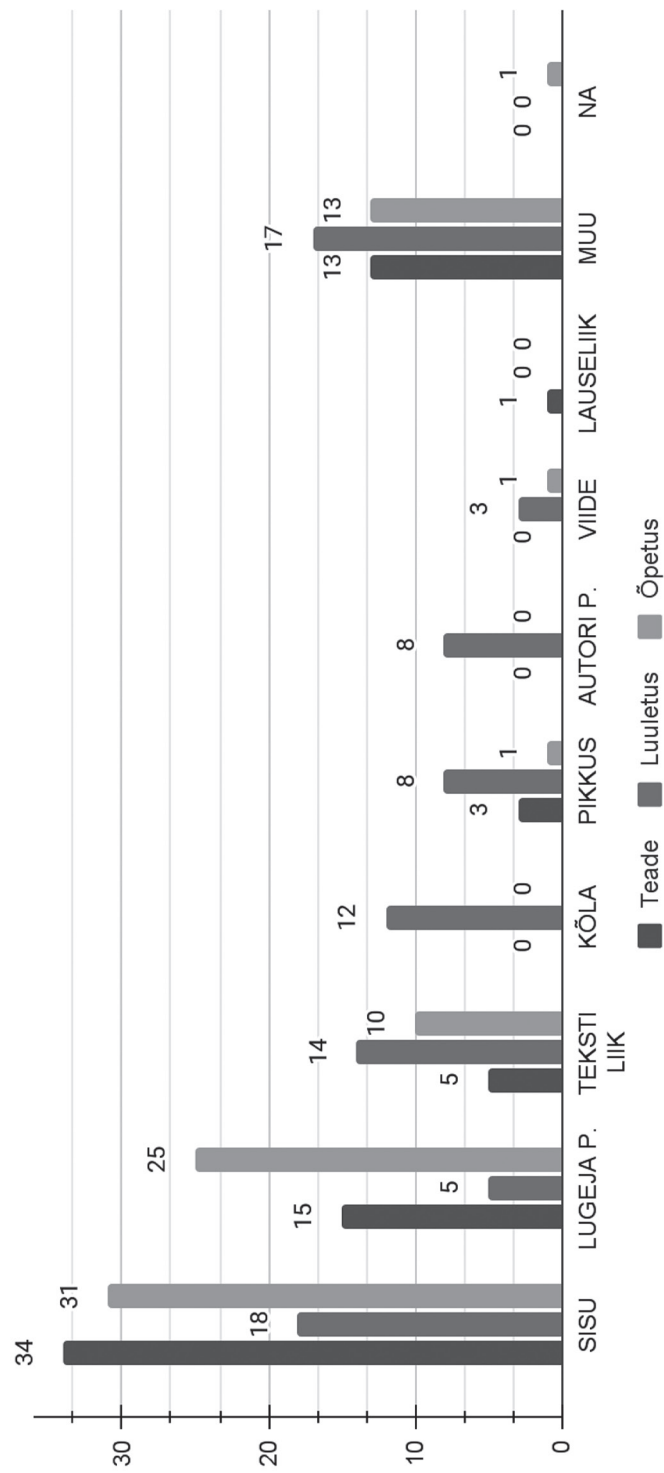
- (56) Paremat ei tulnud pähe, ehk kui oleks antud terve peatükk/lugu, saaks sellele üldisema või hoopis sobivama pealkirja panna. (jutustus, K2-6, "Vastasseis rongisõidul")
- (57) Valisin just selle pealkirja, sest tekst tekitab stressi ja ka parima tahtmise juures ei ole loetav. (uurimus, K2-16, "Appi!")

3.2.4. Järeldused 2. katse 1. osa kohta

Keskmise sõnade arvu järgi pandi eri tekstidele sarnase pikkusega pealkirju. Enim kasutati pealkirjastamisel nimisõnafraase ja pealkirjade põhjendused näitasid, et oluliseks peeti teksti SISU. Eriti levinud oli nimisõnafraaside kasutamine uurimuse pealkirjana: need moodustasid 79% kõigist sellele tekstile pandud pealkirjadest, samas kui teiste tekstide pealkirjades oli nimisõnafraaside osakaal vahemikus 42%–58%.

Juhendi pealkirjades järgnesid nimisõnafraasidele sageduselt küsilauseid. See tulemus on kooskõlas sarnase teksti liigi – õpetuse – pealkirjadega esimesest katsest. Jutustuses kasutati ka täislauseid ja ühesõnalisi pealkirju. Vastajate põhjendustes on enim esindatud SISU, TEKSTI LIIGI ja AUTORI PERSPEKTIIVI kategooriad. See tähendab, et jutustuse pealkirjastamisel üritasid vastajad mõelda seda liiki teksti omadustele, loo tegelastele ja autori laiematele kavatsustele.

Meilide hulgas järgnesid nimisõnafraasidele ühesõnalised pealkirjad, kuid pea sama palju leidis ka mitmeosalisi pealkirju. Mitmeosalised pealkirjad peegeldasid vastajate kogemust seda tüüpi tekstidega ja nende pealkirjamallidega: mitmed mitmeosalisi pealkirju kasutanud vastajad said aru, et tegu on vastusega eelmisele meilile ja seetõttu märkisid pealkirja esimeseks osaks "RE:/" "Re:" (*reply*). Seda kinnitavad ka pealkirjade põhjendused, kus SISU järel toodi pealkirja põhjenduseks enim esile ka viiteid TEKSTI LIIGILE.



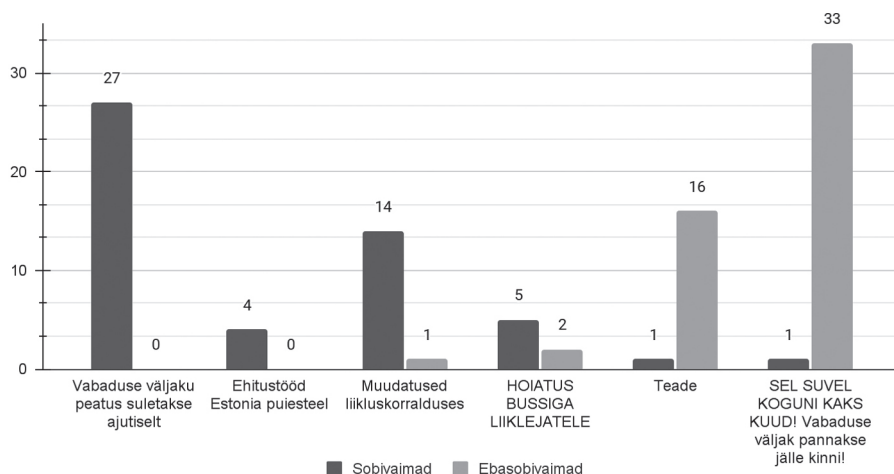
Joonis 3. Teise katse teises osas sobivaimaks valitud pealkirjade põhjenduskategooriate esinemissagedused (n = 238). Ühe vastuse põhjendused said kuuluda mitmesse kategooriasse

3.2.5. Pealkirjade sobivus ja põhjendused 2. katse 2. osas

Katse teises osas tuli osalejatel sobivuse alusel järjestada kuus pealkirja tekstikatkendile. Tekstikatkendid ja pealkirjavariandid pärinesid esimesest katsest. Pärast pealkirjade järjestamist pidid katses osalejad põhjendama kõige sobivamaks valitud pealkirja. Põhjenduskategooriate esinemiskordade ja osakaalude ülevaadet vt Miilman jt 2025: lisa 3.3.

Jooniselt 3 näeb, et kõige sagedasemaks põhjenduskategooriaks kujunes SISU (83 korda, s.o 35% põhjenduste koguarvust) ning sageduselt teine oli LUGEJA PERSPEKTIIV (45 korral, 19%). Kusjuures esimeses katse oli LUGEJA PERSPEKTIIV sarnase osakaaluga (18%), teise katse esimeses osas oli selle kategooria osakaal aga pea neli korda väiksem (5%). Sarnasel hulgal vastuseid sai kategoriseerida MUU alla (43 korral), mis oli ka eelnevatest tulemustest suurima osakaaluga (19%, vrd 4% esimeses osas ja 8% esimeses katse).

Joonis 4 näitab ülevaatliselt infot teatele kõige sobivamaks ja ebasobivamaks valitud pealkirjade kohta. Jooniselt on näha, mitu vastajat paigutasid vastava pealkirja esimesele (kõige sobivam) ja mitu viimasele kohale (kõige ebasobivam). Teatele valiti sobivaimaks pealkirjaks kõige sagedamini “Vabaduse väljaku peatus suletakse ajutiselt” (esikohal 27 korral, st 52% vastajatest pidas seda kõige sobivamaks pealkirjaks). Sealjuures ei paigutanud mitte ükski vastaja seda pealkirja oma järjestuses viimasele kohale. Teate ebasobivaimaks pealkirjaks osutus “SEL SUVEL KOGUNI KAKS KUUD! Vabaduse väljak pannakse jälle kinni!”, mis paigutati pealkirjade järjestuses viimasele kohale 33 korral (63% vastajatest pidas seda kõige ebasobivamaks).

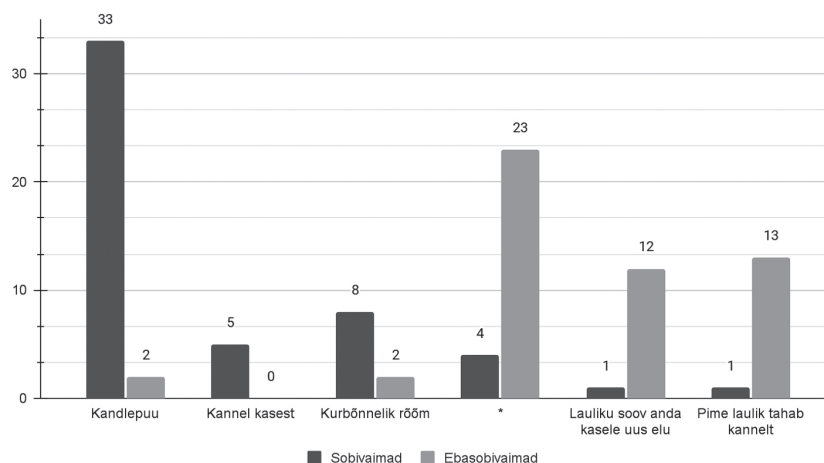


Joonis 4. Teate pealkirjade esinemine kõige sobivama (n = 52) ja ebasobivamana (n = 52)

Teatele kõige sobivama pealkirja valikul lähtuti enim SISUST – kokku 34 juhul (48%; näide 58). Sageduselt teine kategooria oli LUGEJA PERSPEKTIIV (15 korda, 21%), kus sarnaselt esimese katse põhjendustega (ptk 3.1.3) rõhutati, kui oluline on, et teave õigete inimesteni jõuaks (näide 59). Ülejäänud põhjenduskategooriad esinesid vähemalt kolm korda vähem, kusjuures KÕLA ei mainitud kordagi.

- (58) Kuna see kajastab seda mida tekstis öeldud on kõige paremini. (K2-11, “Vabaduse väljaku peatus suletakse ajutiselt”)
- (59) Kõige õigem oleks pöörduda bussiga liiklejate poole, kuna teade puudutab otseselt neid ja oleks hea, kui nad sellest võimalikult ruttu teada saaksid. (K2-28, “HOIATUS BUSSIGA LIIKLEJATELE”)

Luuletusele pakutud pealkirjade hulgast pandi enim esikohale pealkiri “Kandlepuu” (33 korda, 63% vastajate esimene valik). Järjestuse viimasele kohale jäi enim “*” (s.o tärn ehk sõnalise pealkirja puudumine), mida pidasid valikutest kõige ebasobivamaks 23 vastajat ehk 44% (vt ka joonis 5).

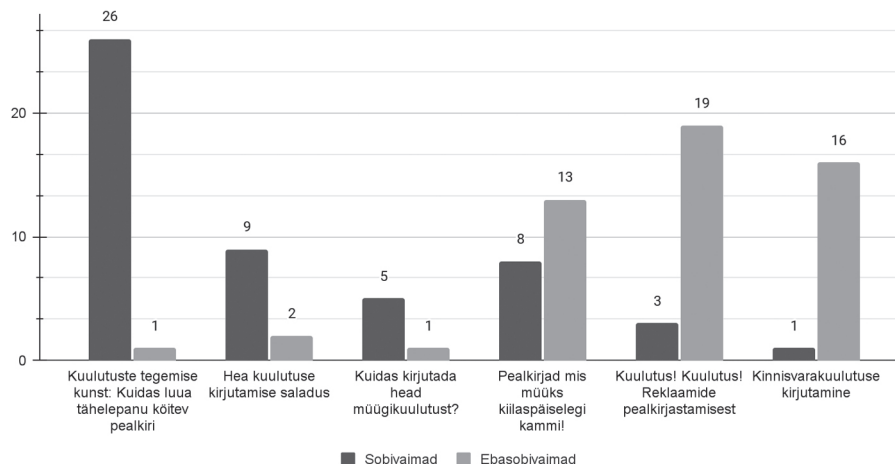


Joonis 5. Luuletuse pealkirjade esinemine kõige sobivama (n = 52) ja ebasobivamana (n = 52)

Ka suurima osa luuletusele sobivaima pealkirja põhjendusi liigitasime SISU kategooriasse (18 korda, 21%; näide 60). Sageduselt teine ja kolmas kategooria olid vastavalt TEKSTI LIIK (14 korda, 16%) ja pealkirja KÕLA (12 korda, 14%; näited 61 ja 62). Kusjuures KÕLA kategooria esineski ainult luuletusel. Luuletuse pealkirja sobivuse põhjendusi iseloomustas suur variatiivsus ja vastajate subjektiivse arvamuse esitamine ilma sisulise põhjendusega. Sellised põhjendused liigitasime kategooriasse MUU (17 korda, 20%; näide 63).

- (60) puust sai kannel ja mõlemad olid õnnelikud. (K2-14, “Kandlepuu”)
- (61) Tänapäeval ei pandagi väga paljudele luuletustele pealkirju. (K2-34, “*”)
- (62) Sellel on ilus kõla ning loob silme ette kujutluspildi. (K2-22, “Kandlepuu”)
- (63) Tundus tore;) (K2-48, “Kannel kasest”)

Õpetuse pealkirjadest valiti kõige rohkem esikohale “Kuulutuste tegemise kunst: Kuidas luua tähelepanu köitev pealkiri”, mille paigutasid sellele positsioonile 26 vastajat (50%). Viimasele kohale paigutati enim pealkirja “Kuulutus! Kuulutus! Reklaamide pealkirjastamisest” (19 korda, 37%; vt joonis 6).



Joonis 6. Õpetuse pealkirjade esinemine kõige sobivama (n = 52) või ebasobivamana (n = 52)

Õpetuse puhul esines lisaks SISU (31 korda, 38%) ja LUGEJA PERSPEKTIIVI (25 korda, 30%) kategooriale ka TEKSTI LIIGI kategooriat (10 korral, 12%; näited 64–66). Katses osalejaid mõjutas näiteks tunne, et see on uudis või õpetlik tekst, see võiks olla katkend blogist, see võiks olla Elu24 artikkel või et see sobib müügimaailma. Teisi põhjenduskategooriaid esines märkimisväärselt vähem või mitte üldse.

- (64) See pealkiri andis kõige täpsemalt edasi, milliseid müügimehe saladusi see katkend sisaldab. (K2-36, “Hea kuulutuse kirjutamise saladus”)
- (65) Valisin selle pealkirja, sest see on minu arvates kõige pillkupüüdvam. (K2-19, “Kuulutuste tegemise kunst: Kuidas luua tähelepanu köitev pealkiri”)
- (66) Uudisena mõjuv tekst tundub vajavat natuke uudisehõngulist ja vabamas vormis pealkirja. (K2-10, “Kuulutus! Kuulutus! Reklaamide pealkirjastamisest”)

Niisiis lähtuti kõigile kolmele tekstikatkendile kõige sobivama pealkirja valimisel enim SISUST. Teate ja õpetuse pealkirjade valikul joonistus teise levinuma põhjendusena välja LUGEJA PERSPEKTIIV. Luuletuse ja õpetuse sobivaima pealkirja põhjendustes oli võrdlemisi sage ka TEKSTI LIIGI kategooria. Luuletus oli ainus tekst, mille pealkirja põhjendusi sai mh liigitada KÕLA kategooriasse.

Esimese katse tulemustest selgus (ptk 3.2.4), et kõigi tekstide tüüpilisim pealkirjastruktuur oli nimisõnafraas, kusjuures arvamusel oli võrdselt sage pealkirjastruktuur küsilause. Teise katse sobivaimate pealkirjade määramise osas ei olnud ükski kõige sobivamaks pealkirjaks valitud variant nimisõnafraas, küll aga leidis sarnasusi esimese katse sageduselt järgmiste struktuuridega. Esimeses katses pandi õpetuse pealkirjaks nimisõnafraasidega pea sama palju küsilauseid (11 korral, 39%). Teises katses valiti sellele tekstile kõige sagedamini pealkirjaks mitmeosaline pealkiri – “Kuulutuste tegemise kunst: Kuidas luua tähelepanu köitev pealkiri” –, mis ühendab endas esimeses katses enim levinud struktuurid (sisaldab nii nimisõnafraasi kui küsimust). Esimeses katses oli luuletuse sageduselt teine struktuur ühesõnaline pealkiri (10 korral, 36%): teises katses sobivaimaks valitud “Kandlepuu” vastab sellele struktuurile.

4. Kokkuvõttev arutelu

Kirjeldasime artiklis kahte läbiviidud katset, mille eesmärk oli teada saada, 1) millise pikkuse ja struktuuriga pealkirju ning miks tekstidele pannakse ning 2) milliseid pealkirju ja miks peetakse tekstidele kõige sobivamaks. Tegemist on esimese uurimusega, mis vaatleb eesti keeles süstemaatiliselt eri liiki tekstide pealkirjastamist ja pealkirjade sobivuse hinnanguid.

Katsete tulemused näitasid, et kõigile tekstikatkenditele pandi enim pealkirjaks nimisõnafraase. See tulemus haakub Trageli jt (2024) uurimusega ühe keeleteadlase artiklite pealkirjadest, millest 74% moodustasid nimisõnafraasid. Ometi ei valitud pealkirjade järjestamise katses nimisõnafraasi ühelegi tekstile sobivaimaks pealkirjaks. Seega paistavad katses osalejad eelistavat erinevat tüüpi pealkirju, sõltuvalt sellest, kas nad on ise autori või lugeja positsioonis. Kuna katses osalesid bakalaureuseastme tudengid, võib spekulatsioon, et neil on keeruline ühildada autori ja lugeja perspektiive, sest tekstid, mida nad ise loevad, erinevad tekstidest, mida nad igapäevaselt õppetöös kirjutama peavad.

Kuigi katses osalejate pandud pealkirjade hulgas olid nimisõnafraasid sagedasimad, esines ka teisi pealkirjastruktuure. Mõne teksti puhul eristusid teised struktuurid selgelt: näiteks luuletuse pealkirjade hulgas olid levinud ühesõnalisised pealkirjad, juhendi ja õpetuse pealkirjade hulgas küsilauseid. Seega seostasid katses osalejad teksti mõningaid liike kindlate pealkirjastruktuuridega. Ka pealkirjade järjestamise katses oli sobivaimaks valitud pealkirjastruktuur eri tekstide puhul erinev. Pandud pealkirja ja sobivaima pealkirja valiku põhjendused näitasid aga, et kõige sagedamini lähtuti pealkirjastamisel siiski teksti sisust. Seega tundub, et katses osalejate jaoks oli põhiline sisu edasi andmine ning, nagu struktuuride variatiivsus näitab, sobivad selleks eri viisid.

Paratamatult ei ole katsetingimustes võimalik jälgendada pealkirjastamise tavapäraseid olusid. Esiteks pealkirjastasid katses osalejad terviktekstide asemel lühikesi katkendeid. Ehkki tegemist on mõnevõrra kunstliku olukorraga, võib ka sellist tüüpi pealkirjastamist ette tulla, nt (teadus)artikli jaotiste pealkirjastamisel. Teiseks ei kasutanud me pealkirjade sobivuse hindamise katseosas tekstide autorite, vaid lugejate (st esimeses katses osalenute) pandud pealkirju. See tähendab, et katses kasutatud pealkirjad peegeldavad lugeja subjektiivset tõlgendust tekstist, mitte autori enda kavatsusi. Samas ei mõjuta selline nn filter püstitatud uurimisküsimustele vastamist, kuna tõenäoliselt kasutasid katses osalejad tekstikatkendite pealkirjastamisel endale harjumuspäraseid strateegiaid, mis tulenevad nende kirjutamis- ja lugemiskogemusest.

Katsete tulemustest ilmneb kaks võimalikku suunda edasisteks uurimusteks eestikeelsete pealkirjade kohta. Esiteks tuleks suurema valimi (nt eesti keele ühendkorpuse andmete) põhjal uurida teksti eri liikidele omaseid pealkirju. Pealkirjastruktuuri ja teksti liigi seoste eksplitsiitne kirjeldamine võimaldaks seni peamiselt hinnangulistele juhenditele ja soovitudele lisada andmepõhise deskriptiivse mõõtme. Teiseks tuleks rohkem tähelepanu pöörata sellele, kuidas pealkirju tajutakse ning kuidas see pealkirja autori ja lugeja võrdluses erineb. Ingliskeelsetest uuringutest on teada, et pealkirjal on määrav roll nii selles, kas lugejad tekstini üldse jõuavad, kui selles, kuidas nad teksti tõlgendavad. Seetõttu on oluline mõista, kuidas eestikeelsed pealkirjad lugejatele mõjuvad ning kuidas autor saab seda teadmist ära kasutada.

Viidatud kirjandus

- Ahmadi, Alireza 2011. Comprehension of a non-text: The effect of the title and ambiguity tolerance. – *Journal of Pan-Pacific Association of Applied Linguistics*, 15 (1), 163–176. <https://eric.ed.gov/?id=EJ939945> (15.10.2024).
- Bobõlski, Reet; Puksand, Helin 2012. *Peegel 1: 7. klassi eesti keele õpik*. Tallinn: Koolibri.
- Bobõlski, Reet; Ross, Margit 2017. *Johannes 2: gümnaasiumi eesti keele õpik*. Tallinn: Koolibri.
- Cheng, Stephanie W.; Kuo, Chih-Wei; Kuo, Chih-Hua 2012. Research article titles in applied linguistics. – *Journal of Academic Language and Learning*, 6 (1), A1–A14. <https://journal.aall.org.au/index.php/jall/article/view/178> (15.10.2024).
- Daniel, Frances; Raney, Gary E. 2007. Capturing the effect of a title on multiple levels of comprehension. – *Behavior Research Methods*, 39, 892–900. <https://doi.org/10.3758/BF03192984>
- Fox, Charles W.; Burns, C. Sean 2015. The relationship between manuscript title structure and success: Editorial decisions and citation performance for an ecological journal. – *Ecology and Evolution*, 5 (10), 1970–1980. <https://doi.org/10.1002/ece3.1480>
- Habicht, Külli; Tragel, Ilona; Vija, Maigi 2020. Kirjandi struktuur ja pealkiri. Tartu ülikooli eesti ja üldkeeleteaduse instituudi ajaveeb. <https://www.blog.keel.ut.ee/opetajale-ja-opilasele/kirjandi-struktuur-ja-pealkiri/> (15.10.2024).
- Haggan, Madeline 2004. Research paper titles in literature, linguistics and science: Dimensions of attraction. – *Journal of Pragmatics*, 36 (2), 293–317. [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(03\)00090-0](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(03)00090-0)
- Hennoste, Tiit 2024. Pealkirjade kirju maailm. – *Oma Keel*, 1, 3–8. https://www.emakeele-selts.ee/wp-content/uploads/2024/05/Tiit-Hennoste_Pealkirjade-kirju-maailm.pdf (15.10.2024).
- Jung, Anna-Katharina; Stieglitz, Stefan; Kissmer, Tobias; Mirbabaie, Milad; Kroll, Tobias 2022. Click me...! The influence of clickbait on user engagement in social media and the role of digital nudging. – *PLOS ONE*, 17 (6), e0266743. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0266743>
- Kozminsky, Ely 1977. Altering comprehension: The effect of biasing titles on text comprehension. – *Memory & Cognition*, 5, 482–490. <https://doi.org/10.3758/BF03197390>
- Lewison, Grant; Hartley, James 2005. What's in a title? Numbers of words and the presence of colons. – *Scientometrics*, 63 (2), 341–356. <https://doi.org/10.1007/s11192-005-0216-0>
- Lockwood, Gwilym 2016. Academic clickbait: Articles with positively-framed titles, interesting phrasing, and no wordplay get more attention online. – *The Winnower*, 3, e146723.36330. <https://doi.org/10.15200/winn.146723.36330>
- Makaroff, Amy 2010. The effects of topic title on language comprehension and working memory resources. MSc Dissertation. University of British Columbia. <https://dx.doi.org/10.14288/1.0069799>
- Miilman, Eleriin; Teiva, Nele Karolin; Tammepõld, Marri-Mariska; Roos, Reena; Komissarov, Liisa-Maria; Kiik, Laura; Tragel, Ilona 2025. Lisad artiklile “‘Pealkiri paneb rattad käima’: uurimus pealkirjadest ja pealkirjastamise protsessist”. <https://doi.org/10.23673/re-507>
- Molina, Maria D.; Sundar, S. Shyam; Rony, Md Main Uddin; Hassan, Naeemul; Le, Thai; Lee, Dongwon 2021. Does clickbait actually attract more clicks? Three clickbait studies you must read. – *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. New York: Association for Computing Machinery, A234. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445753>
- Mormol, Paulina 2019. ‘I urge you to see this...’: Clickbait as one of the dominant features of contemporary online headlines. – *Social Communication*, 5 (2), 1–10. <https://doi.org/10.2478/sc-2019-0004>

- Nair, Lakshmi Balachandran; Gibbert, Michael 2016. What makes a 'good' title and (how) does it matter for citations? A review and general model of article title attributes in management science. – *Scientometrics*, 107, 1331–1359. <https://doi.org/10.1007/s11192-016-1937-y>
- Scott, Kate 2021. You won't believe what's in this paper! Clickbait, relevance, and the curiosity gap. – *Journal of Pragmatics*, 175, 53–66. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2020.12.023>
- Soler, Viviana 2007. Writing titles in science: An exploratory study. – *English for Specific Purposes*, 26 (1), 90–102. <https://doi.org/10.1016/j.esp.2006.08.001>
- Tragel, Ilona; Komissarov, Liisa-Maria; Miilman, Eleriin; Teiva, Nele Karolin 2024. Peal-kiri. – Külli Prillop, Annika Viht (Toim.), Keelde. Keelel. Keelest. Pühendusteos Külli Habichtile 60. sünnipäevaks. Emakeele Seltsi toimetised, 84. Tallinn: EKSA, 441–463.
- Wang, Yan; Bai, Yongquan 2007. A corpus-based syntactic study of medical research article titles. – *System*, 35 (3), 388–399. <https://doi.org/10.1016/j.system.2007.01.005>

Eleriin Miilman (Tartu Ülikool) on uurinud (üli)õpilaste kirjutatud akadeemilisi tekste ja huvitub protsessikesksest kirjutamisest.
Jakobi 2, 51005 Tartu, Estonia
eleriin.miilman@ut.ee

Nele Karolin Teiva (Tartu Ülikool) uurib (üli)õpilaste kirjutatud akadeemilisi tekste.
Jakobi 2, 51005 Tartu, Estonia
nele.teiva@ut.ee

Marri-Mariska Tammepõld (Tartu Ülikool) uurib gümnaasiumis ja kõrgkoolis kirjutatavaid tekste.
Jakobi 2, 51005 Tartu, Estonia
marri-mariska.tammepold@ut.ee

Reena Roos (Tartu Ülikool) huvitub tekstiloomest põhi-, kesk- ja kõrghariduses ning on uurinud emotsioonide mõju verbaalsele töömälule.
Jakobi 2, 51005 Tartu, Estonia
reenaroos02@gmail.com

Liisa-Maria Komissarov (Edinburghi ülikool) uurib peamiselt verbiühendeid, aga ka tekstide ja kirjutamisega seonduvat.
Jakobi 2, 51005 Tartu, Estonia
liisakomissarov@gmail.com

Laura Kiik (Tartu Ülikool) huvitub kirjutamisprotsessist ja teksti struktuurist.
Jakobi 2, 51005 Tartu, Estonia
laura.kiik@ut.ee

Ilona Tragel (Tartu Ülikool) uurib muuhulgas tekstiloomes protsessi ja õppimise mõtestamist ning õpetab üliõpilastele keeleteadust ja õpilastele koolis kirjutamist ja eesti keelt.
Jakobi 2, 51005 Tartu, Estonia
ilona.tragel@ut.ee

'A TITLE MAKES THE WORLD GO ROUND': A STUDY ON TITLES AND THE PROCESS OF TITLING

**Eleriin Miilman¹, Nele Karolin Teiva¹,
Marri-Mariska Tammepõld¹, Reena Roos¹,
Liisa-Maria Komissarov², Laura Kiik¹, Ilona Tragel¹**

University of Tartu¹, The University of Edinburgh²

The article presents two experimental studies which investigate the writing of titles for different types of texts in Estonian. The participants were asked both to title various passages and to evaluate pre-given titles, while explaining their reasoning. The results from both studies demonstrated that noun phrases were most commonly given as titles. For certain texts, other tendencies also emerged: for example, a poem often received a one-word title, whereas an opinion, a guideline and a tutorial were often titled with a question. When choosing the most fitting title from a set of pre-given ones, the results were opposite: a noun phrase was not seen as the best title for any of the texts. The participants' explanations reveal that the most important factor when deciding on a title is the content of the text. To a lesser extent, the participants also considered how the title could help a potential reader to find and understand the text or what is considered to be the usual style for a title of a certain type of text. This was the first empirical study of its kind in Estonian and the acquired results are relevant for both descriptive as well as prescriptive accounts of titles in Estonian.

Keywords: text, writing, title, title length, title structure, Estonian