

Evelina Rudan

Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

HR – 10 000 Zagreb, Ivana Lučića 3

erudan@ffzg.hr

VERBALNI FOLKLOR I NJEGOVA (RE)PREZENTACIJA

U ovom radu pokušat ću odgovoriti, barem jednim dijelom, na koje načine određeni verbalnofolklorni oblici ulaze u turističku ponudu te na koji način ostvaruju, preoznačuju i čine prostor, i to ne samo zato što je *prostorni obrat*, posebno u posljednjih dvadesetak godina, jedan od propulzivnijih aspekata istraživanja u geografiji, sociologiji, antropologiji, književnosti i drugim područjima, nego i zato što je turizam koji uključuje putovanja različitog tipa primarno prostorna praksa (usp. Craig 2008: 63).

Sve dostupne definicije turizma uključuju putovanje, kretanje, odlazak iz jednog mjesta i dolazak u drugo. Usporedimo npr. Richardsovu definiciju kulturnog turizma koja je dijelom povezanija s ovom temom:

Kulturni turizam označava kretanje ljudi uzrokovano kulturnim atrakcijama izvan njihova mjesta stanovanja s namjerom prikupljanja novih informacija i iskustava kako bi zadovoljili svoje kulturne potrebe.

Richards (1999: 17);
prijevod prema: Jelinčić: (2008: 43).

No, to kretanje iz jednog mjesta u drugo nije dovoljno obuhvatno, odnosno ono što turisti zaista mijenjaju svojim putovanjem nisu dva ili više različitih mjesta nego dva ili više različitih prostora; a i samo je putovanje stjecište različitih silnica koje isto tako ostvaruje prostor. Za posvješćivanje te razlike i stvarne ukupnosti onoga što turističko putovanje iz jednog u drugo mjesto znači poslužiti ću se dobrom distinkcijom tih dviju kategorija (mjesta i prostora)¹ koju je je ponudila njemačka sociologinja Martine Löw:

Pojam mjesta označava smještaj, položaj, koji može biti konkretno imenovan i koji je obično geografski obilježen. Mjesta su obilježena smještanjem socijalnih dobara

¹ Dakle, ovaj rad slijedi postavke M. Löw o razlikovanju mjesta i prostora. No, razlikovanje tih dvaju pojmova u društvenim i humanističkim znanostima nije uvijek bilo jednostavno i jednoznačno pa o načinima njihova (ne)razlikovanja i konstruiranja usp. Hubbard (2008: 71-79).

ili ljudi, ali ne nestaju s dobrima/ljudima, nego ostaju na raspolaganju za druga smještanja. [...] Konstitucija prostora sustavno generira mjesta, kao što tek mjesta omogućuju nastanak prostora.

Löw (2001: 224),
prijevod prema: Brković (2010: 17).

Ukupnost onoga što na putovanju vidimo i što, između ostalog, i sami tvorimo dok smo tamo, jest prostor, i to prostor shvaćen kao društveni konstrukt i relacijska kategorija, odnosno: prostor je, prema M. Löw, relacijski raspored socijalnih dobara i živih bića. Socijalna dobra mogu biti primarno materijalna (zgrada, stol, stolica), a mogu biti i primarno simbolička (pjesme, propisi, vrijednosti), ali nikad nisu, prema Löw, samo jedno ili drugo – nego uključuju obje komponente, od kojih je jedna jače istaknuta, pri čemu raspoređivanje, smještanje u prostor podrazumijeva primarno materijalna socijalna dobra; ali njihovi se rasporedi mogu razumjeti (i može se dodati: ostvariti u značenju) tek kad se, prema Löw, odgonetnu (i, može se dodati: osiguraju) njihove simboličke osobine (Löw 2001: 153). Ljudi prostor čine ili konstituiraju na dva načina koja se ostvaruju istodobno; prvi je: elementi su prostora svojom fizičkom, materijalnom pojavnošću i u tom smislu smještau se i raspoređuju kao svojevrsna pokretna socijalna dobra; a drugi je: percipiranjem prostornih elemenata i njihovih veza. Pri tome to percipiranje osim gledanja uključuje i osjete mirisa, dodira, sluha; tako, npr., i zvukovi oblikuju prostor glazbom, oglašavanjem, automobilskom bukom ili, za svrhu ovog rada i, npr., govorom. Löw će zatim upozoriti na jedan u proučavanjima *prostornog obrata* djelomično zapostavljen potencijal prostora koji imenuje atmosferom², određujući je kao element u kojem se posredovanjem stvorenog ugođaja utječe na ljudske osjećaje (usp. Löw 2008: 25-49)³. Ta cjelovita mreža svih navedenih odnosa, tj. tako shvaćen prostor društveni je ili kulturni proizvod i kao takav on je zapravo pravi cilj turističkih kretanja iz prije navedenih definicijskih: mjesta u mjesto.

Na početku je istaknuto da je turizam primarno aktivnost prostora; no, prostor je vrlo složena relacijska mreža različitih elemenata, njihova smještaja i rasporeda te njihova percipiranja, predočivanja u koje ulazi i sjećanje i pamćenje (Löw 2001: 224-225) koje, osim toga, čini i bitan dio simboličkih osobina socijalnih dobara. Termin *pamćenje* ovdje rabim u Assmannovu smislu, kao što računam i na njegovo razlikovanje komunikacijskog pamćenja i kulturnog pamćenja (usp. Assmann 2006: 47-78, posebno: 61-70)⁴, između ostalog i zato što će neki od verbalnofolklornih oblika kao primarno simbolička socijalna dobra upravo u turističkim uporabama, prezentacijama ili reprezentacijama gubiti neke segmente koji bi ulazili u komunikacijsko pamćenje, a

2 „One possible consequence that can be developed from the argument of the simultaneity of space-ordering structures and the immanence of action is to conceptualize the power of spaces as atmospheres, which can provoke moods in people, in extreme cases even against their will. Atmospheres, it should be said, can be deliberately deployed. Theoretically, however, they must be understood as simultaneous acts of interpretation/perception and external effects of objects in their spatial ordering. They are hence never equally perceptible for everyone.“ Löw (2008: 46).

3 Osim Löw (2001, 2008) usp. i precizno čitanje njezinih postavki u: Brković (2011: 15-17).

4 Assmann komunikacijski oblik pamćenja definira kao ono pamćenje koje obuhvaća sjećanja što se odnose na recentnu prošlost, sjećanja koja čovjek dijeli sa svojim suvremenicima; a „prostor sjećanja“ koji je stvoren osobno jamčenim ili komuniciranim iskustvom odgovara rasponu od triju do četiriju generacija i ostvaruje se u obliku svojevrsna biografskoga modusa. Kulturno pamćenje ostvaruje se utemeljujućim sjećanjem; odnosi se na zapamćenu povijest za koju nisu bitne činjenice, tj. u kulturnom pamćenju činjenična povijest, i kad postoji, transformira se u mit. (Assman 2006: 63-67).

inzistirati na onim odlikama što ih čine gradom kulturnog pamćenja.

Iako, dakle, turizam jest primarno prostorna djelatnost, pokušava se ostvariti i kao putovanje u vremenu, i to tako da taj aspekt pokušava nadoknaditi upravo uz pomoć socijalnih simboličkih dobara (koja se dobrim dijelom osiguravaju pamćenjem) jer je putovanje u neki prostor ujedno i putovanje u sve slojeve i relacije tog prostora koje se istodobno mogu ostvariti u njemu, uključujući i prošlost. Dakle, putovanje u prostor (koji vrijeme usisava na simboličkoj razini i ostvaruje ga mentalnim i imaginiranim prostorom) u segmentu barem jednog tipa turizma pokušava, i dijelom uspijeva, zadovoljiti i kao želju putovanja u vremenu. Taj je tip turizma kulturni turizam. Definicije kulturnog turizma naglašavaju da je kulturni turizam: „zabavno i edukativno iskustvo koje kombinira umjetnost s prirodnom i kulturnom baštinom te poviješću“ (Jelinčić 2008: 46); ili: „putovanje usmjereno prema iskustvu umjetnosti, baštine i posebnih osobina destinacije“ (isto). Definicija Svjetske turističke organizacije kulturni turizam vidi kao „kretanje osoba s primarno kulturnom motivacijom, kao što su npr. studijska putovanja, putovanja na predstave, festivale i ostale događaje, posjeti baštinskim lokalitetima, putovanje zbog proučavanja prirode, folkloru ili umjetnosti te hodočašća“ (WTO, 1985.; prema: Jelinčić 2008: 50) i okupljenima na međunarodnom skupu za koji je pisan ovaj rad, nudi, između ostalih identiteta, profesionalnih i osobnih, i identitetsku nišu kulturnih turista. Jelinčić u svojoj definiciji kulturnog turizma, motiviranoga za povijest, umjetnost, baštinu ili stil lokaliteta, regije, zemlje, obuhvaća i izdvaja: materijalnu dimenziju (muzeje, galerije, koncerte, kazališta, spomenike i povijesne lokalitete, iako u svim tim socijalnim dobrima unatoč njihovoj materijalnosti zapravo prevladava simbolička komponenta) i nematerijalnu dimenziju: običaje, tradicije i vještine (isto, 51). Pri tome pokazuje i kako su u kulturnom turizmu veliku ulogu odigrale i međunarodne organizacije prvotno zainteresirane za očuvanje baštine, što je, između ostalog, utjecalo i na izobrazbu sudionika turističkih procesa, pa i na stvaranje posebnih programa namijenjenih upravo turistima. U kontekstu ove teme posebno se može izdvojiti Konvencija UNESCO-a iz 2003. godine o zaštiti nematerijalne kulturne baštine, iako su neki procesi zaštite nekih oblika nematerijalne kulturne baštine počeli puno ranije, jer prema toj konvenciji u nematerijalnu baštinu pripadaju: izrazi, umijeća, znanja, predstavljanja (uključujući i instrumente, predmete i kulturne prostore koje društva, skupine, ponekad i pojedinci, prepoznaju kao dio vlastite kulturne baštine koju prenose iz generacije u generaciju i stalno iznova stvaraju kao reakciju na svoje okruženje, svoje uzajamno djelovanje s prirodom i svoju povijest, a osigurava im osjećaj identiteta te na taj način promiče poštovanje za kulturnu raznolikost i ljudsku kreativnost). U nematerijalnu kulturnu baštinu pripadaju jezici, dijalekti i govori, usmena književnost i u širem smislu verbalnofolklori oblici, izvedbene umjetnosti (glazba, ples, kazalište), društvene navike, običaji, rituali, znanja, vještine i umijeća. Ovaj drugi dio definicije – „stalno iznova stvaraju“ – zapravo znači da se Konvencija odnosi i na osiguranje tradicije, odnosno živih kulturnih praksi, a to otvara i prostor za različite prijepore, od kojih je jedan najpregnantnije izrazila antropologinja Barbara Kirshenblatt-Gimblett u članku *Nematerijalna baština kao metakulturna produkcija*: ako je jedan od kriterija za ulazak na popis kulturnih dobara to da je to kulturno dobro, ulazak kojeg se na popis procjenjuje, još uvijek živo, onda, ako zaista jest živo, ne treba čuvanje, a ako je gotovo izumrlo, onda mu čuvanje i zaštita neće pomoći (Kirshenblatt-Gimblett 2004: 56). No, ono što taj prijevor, čini se, ne uzima u obzir jest to da i sva ranija razdoblja, uključujući i nepismena, ostvaruju neki oblik čuvanja i zaštite i one tradicije koja više

nije živa, odnosno baštine (prema nekim tumačenjima tada tek baštine), samo, naravno, primjereno svojim okolnostima i sredstvima koja su im na raspolaganju. Da nije tako, mi ne bismo mogli nalaziti i istraživati i one slojeve koji su u određenim oblicima ostali i kad se veza s prvotnom funkcijom (preciznije: prvotno pretpostavljenom funkcijom) izgubila. Npr. mitološki slojevi u pjesmama koje više nemaju obredni karakter niti su u trenutku zapisivanja imale takav pa vjerojatno ni u dugom razdoblju prije toga, ali određenim svojim segmentima upućuju na to da su ga nekad imale. Niz generacija koji ih je prenosio nije više posvješćivao tu vezu, ali ih je imao potrebu sačuvati, između ostalog i tako što im je prenamijenio funkciju neovisno o tome koliko je to bilo osviješteno i je li bilo dijelom svojevrsnih strategija otpora u De Certeauovu smislu (usp. De Certeau 2003). Kao što npr. ni pri prenošenju imena mnogih toponima iste tvorbene motivacije, *Perunčevac*, *Perunkovac* i sl., ili u imenovanjima flore (npr. *perunika*, usp. Marjanić 2011: 109-120) mnogobrojne generacije koje su čuvale i prenosile te toponime ili fitonime odavno više nisu imale u svijesti što zaista čuvaju (ako sadašnje vrijeme dobro očitava mitološku pozadinu) niti je tradicija koja je prvotno proizvela to imenovanje bila doista živa. Drugi prijedor na koji dobro upućuje i Lidija Nikočević upravo slijedeći trag razmišljanja Kirshenblatt-Gimblett jesu moguće posljedice tzv. intervencije odozgo, odnosno utjecaj moći državnih institucija i moguće nacionalne kontrole nad tradicijom u postupcima izdvajanja pojedine tradicije i njezinih nositelja koji onda mogu narušiti krhku ravnotežu među protagonistima neke tradicije u lokalnoj zajednici, kao i pitanje što će se dogoditi s onim tradicijama koje nisu prepoznate kao iznimne (Nikočević 2008: 145-151). Osim što je dobro da se takva pitanja postavljaju i da uključuju svojevrsan oprez, ona su, na drugoj razini, čini mi se, istodobno znak i sličnoga pokroviteljskog odnosa. Jedni žele čuvati i zaštićivati tradiciju, drugi se pitaju možemo li i kako ćemo, odnosno koliko utjecaj intervencije stručnjaka i institucija, legitimiranih u poziciji moći, preoblikuje i izdvaja samo neke oblike tradicije. Ipak, u temelju i jednih i drugih nastojanja i pitanja jest zapravo to uvjerenje o krhkosti⁵ tradicije i konstituiranje nositelja tradicije kao drugih, a postavljanje sebe u promatračku ili opasno djelatnu ulogu. No, na jednoj razini i sebe kao stručnjake možemo vidjeti iz šire antropološke perspektive ne kao izdvojene članove zajednice u ovom povijesnom trenutku nego kao dio tradicijskoga strojnog mehanizma u onim sredstvima i oblicima koji nama danas stoje na raspolaganju. Odnosno, uz određeni oprez, koji se usidruje u prije spomenutim i dobrodošlim pitanjima, moramo imati na umu i to da tradicija (tradicije) nije tako krhka i da možda nismo mi ti koju nju čuvamo, štitimo i interpretiramo, nego da u nekoj široj dimenziji (ne metafizičkoj, čak i ako tako zvuči) ona nas i naše interpretacije i razumijevanja «koristi» da bi se, ako ne održala, onda barem očuvala. Iako je očuvanje previše statičan termin za kompleksnu prirodu tradicije i načine njezina migoljenja, izvijanja i izmaknuća pred nestajanjem. Jedan od oblika tih migoljenja, izvijanja i izmaknuća (sa svim oprezom koji između ostalog i u skladu s prethodno postavljenim pitanjima zadržavam i uključujem) može se otkriti i u turističkim uporabama određenih oblika tradicija; a ovdje me posebno zanimaju verbalnofolklorne oblike. Uporaba termina *verbalnofolklorne*, koji nije među korištenijima u hrvatskoj znanstvenoj zajednici (što je jednostavnim pretraživanjem vidljivo već i u bazama podataka znanstvenih članaka ili časopisa), iako se većina primjera koje dalje navodim odnosi uglavnom na usmenoknjiževne oblike, ovdje je uporabljena zato

5 Moguću sumnju u fragilnost tradicijske kulture izražava i Nikočević: „Napokon, možda se u početku polazi od pogrešne interpretacije da je nematerijalna kulturna baština iznimno fragilna i podložna nestajanju.“ (Nikočević 2008: 149).

što turistička uporaba, i ona svjesna i ona ne dokraja domišljena, poznaje i one oblike koji izlaze iz strožeg okvira oblika usmene književnosti: npr. recepti (koji se mogu i pokazati, zapravo vještina pripravljanja nekog jela tako se i usvaja, ali i kad se pokazuju, oni se istodobno i verbalno izražavaju⁶, a verbalno se mogu izraziti i kad demonstracija izostane⁷), opisi običaja, različiti oblici pozdravljanja i svojevrsnog bontona. Iako se u ovoj posljednjoj kategoriji, koja može uključivati i geste i mimiku, dakle neverbalne ili preciznije: konverbalne znakove, mogu zateći i kristalizirani oblici usmenoknjiževne retorike, npr. bontonski pozdrav u središnjoj Istri – kad se prolazi kraj nekoga, tko nešto radi – uključuje formulu blagoslovnog zaziva i odziva i time bi, prema novijim istraživačkim postavkama, ulazio u govorničke oblike, ili, prema starijim, u paremiološke⁸: Prolaznik kaže: *Bog daj sriću!*; onaj tko radi, odgovara: *Bog daj, Bog!* S druge strane, dubrovački pozdrav *Kenova*, npr., ne bi pripadao u govorničke oblike, pa ni u strogom smislu u paremiološke, ali možemo ga poimati kao dio verbalnog folklor. Segment koji ulazi u čujni znak oblikovanja prostora, znak koji govori «sad smo drugdje», doduše to instantno čini samo za govornike hrvatskoga jezika. Već ovi «sitni» primjeri koji su ovdje u funkciji objašnjavanja termina pokazuju da, kad govorimo o turističkim uporabama, prezentaciji i (re)prezentaciji verbalnog folklor, možemo zapravo govoriti o dvjema razinama uporabe folklor u turističke svrhe: prva je nenamjerna, unaprijed neplanirana i neorganizirana, druga je namjerna, planirana i organizirana. Ali i ta je prva dio turističke ponude, osvijestili je mi sebi ili ne.

Ona se odvijala ili odvija, često čak i neovisno o stupnju prepoznavanja vrijednosti nematerijalne kulturne baštine, u manjim grupama⁹ ili «jedan na jedan», u situacijama u kojima se određeni oblici izdvajaju iz uobičajenih razgovora. Osim toga, do podataka o njoj danas se može doći i pisanim ili elektronskim putem u tekstovima ili virtualnim prostorima koji nisu prvotno organizirani u turističke svrhe. Izraz je zanimanja turista za određene običaje, navike, ponašanja, vještine (kad je riječ o njihovim opisima), pa i za govor mjesta u koje su došli i ujedno izraz potrebe lokalnog ili rezidentnog stanovništva da pokaže ili objasni nešto svoje tim drugima. Taj se susret ostvaruje kao presjecište različitih identiteta, ali ih istodobno i formira. U većini primjera tog tipa nenamjerne, neplanirane i neorganizirane uporabe kojoj sam svjedočila i prije istraživanja za ovaj rad – riječ je o postupcima koji su ostvareni kao tzv.

6 Što dobro oprimjeruju različiti etnogastrodogađaji, natjecanja u pripravljanju domaćih jela i sl., koja i za domaće i strane turiste uključuju i priču o pripravljanju jela.

7 Jedan od tekstova u dijalektološkoj studiji Janneke Kalsbeek upravo je zapis kazivačice o pripravljanju kruha, usp. Kalsbeek (1998: 340-341) i sira (343-344). Naravno da su ti tekstovi tu dio istraživačkoga dijalektološkog procesa pa podrobnost tih tekstova dijelom možda i jest rezultat želje za pridavanjem „veće važnosti svojoj svakodnevnoj aktivnosti (unatoč tome – ili upravo zato – što je riječ o vrlo jednostavnu receptu) ili pak udovoljiti pretpostavljenim, a možda i iskazanim očekivanjima svoje sugovornice da taj djelić svoje svakodnevne opiše uz što više pojedinosti“ (Badurina 2008: 149), ali tu želju svakako podržava i potreba i užitek da se nešto što je ‘naše’, naš običaj, naš način, objasni nekome tko takvih običaja nema i nije s njima upoznat.

8 Josip Kekez u članku o usmenoj književnosti u *Uvodu u književnost*, iz 1986., blagoslove i kletve smješta među paremiološke oblike (usp. Kekez 1986: 173-174), a u ediciji *Stoljeća hrvatske književnosti deset godina kasnije u govorničke oblike* (Kekez 1996: 288).

9 Ovdje nije slučajno iskorišten dio poznate Ben-Amosove definicije folklor kao umjetničke komunikacije u malim grupama (Ben-Amos 2010: 132) jer situacije koje sam promatrala ili u njima izravno sudjelovala, a uključivale su u ulozu pripovjedača ili pripovjedačice pripadnika/icu rezidentnog stanovništva i u ulozu recipijenta turista/icu (Dubrovnik, 1998., Dubrovnik, 2001., Pula, 2011., Rudani, 2007.) pokazivale su visok stupanj sličnosti s drugim kazivačkim situacijama. Prema intenciji su bile bliže tzv. autentičnim (i oni koji su pripovijedali i oni koji su pitali, pitali su iz vlastitih interesa i užitka u pripovijedanju i predstavljanju – u svim tim situacijama riječ je bila ili o proznim žanrovima (uglavnom predaje, anegdote i priče iz života) ili o opisima običaja, a prema načinu izvedbe bile su slične istraživačkim situacijama slobodnih intervjua jer je količina mikrokontekstualnih podataka bila ili veća (zbog recipijentske neupućenosti u kontekst) ili je u većoj mjeri izostajala onda kad bi opterećivala tekst, a turistu/ici ne bi ništa značila (npr. tipovi genealoških poveznica članova zajednice). O važnosti kontekstualne (ne)upućenosti na konačan izgled teksta priče usp. Rudan (2006), te opširnije o važnosti konteksta, usp. i: Rudan (2010: 100 – 117; 131-143).

autentične ili njima bliske folklorne komunikacije i zapravo ne pokazuju veće razlike od nekadašnjih (ali i današnjih) situacija u kojima npr. zet dolazi u drugi *komun* pa mu objašnjavaju da se u njih luk plete na drukčiji način ili se kumi iz udaljenijeg mjesta podrobno opisuje postupak za pravljenje *pince* samo kako bi se utvrdile razlike i način, a ne nužno kao postupak za prenošenje tradicije (jer će je ona i dalje praviti na svoj način), kao što nema veće razlike ni između situacije u kojoj se turistu pripovijeda kako je nastalo mjesto, u obliku etiološke predaje koja je izronila u duljem razgovoru turista i njegova susjeda, ni bilo koje druge pripovjedačke situacije u kojoj bi isto tako izronila (npr. u razgovoru s prijateljem iz udaljenog mjesta). Ali turistu je to svejedno omogućilo da na novi način gleda raspored socijalnih dobara u konkretnom mjestu, odnosno da položaju kuća i rasporedu svojevrstnih *kvartova* sada doda i jednu prostornu simboličku vezu koju prije te priče nije mogao percipirati. Ta je neplanirana, neorganizirana i nenamjerna uporaba pitanje življene tradicije.

Jedan od verbalnofolklornih, zapravo usmenoknjiževnih oblika u užem smislu koji se redovito upotrebljuje i u organiziranim turističkim rutama jesu različite priče, posebno predaje i legende koje svakako pripadaju folklornoj baštini i koje se zapravo u trenutku dok se na turističkoj ruti pripovijedaju i percipiraju kao baština, a ne samo kao tradicija (uostalom, recentnija istraživanja pokazuju i da se predaje u tzv. autentičnim¹⁰ situacijama vrlo često pripovijedaju i kao dio baštine prema samolegitimiranju samih pripovjedača¹¹). Dakle, turistički vodiči (prema iskazima onih koje sam pitala za ovo istraživanje, kao i prema vlastitu iskustvu) redovito na svojim obilascima osim stvarnih podataka o materijalnim kulturnim dobrima (godina izgradnje, majstor-slikar) ili o prirodnim kulturnim dobrima – duljina rijeke npr., visina planine ili brda – uključuju i one priče koje omogućuju da, i kad gledamo krajolik, vidimo kulturu (usp. Schama 1996: 7), tj. da percipiramo prostor u onim odnosima u kojima je na početku rada ponuđena njegova definicija. Takav odnos možda ne osigurava tradiciju, ali čuva baštinu jer te priče – osim što postaju dio prostornog iskustva turista – mogu postati i dio njegova repozitorija priča koje se mogu aktualizirati i u drugim situacijama (npr. ponovnog dolaska s članovima svoje obitelji, zapisima u putopisima, zapisima u virtualnoj komunikaciji¹² kao dio preporuke, privatne prema namjeri i javne prema mediju, članovima virtualne zajednice i sl.). Različiti su načini na koje se priče uspijevaju izvinuti, održati, preživjeti. No, valja reći i to da predaje (koje su najčešći verbalnofolklorni oblik u turističkoj ponudi) u takvu obliku doživljavaju i određenu vrstu preoblikovanja, preoblikovanja na razini oblika pamćenja. Odnosno, neke predaje, za razliku od nekih drugih oblika, u trenutku kad su činile ili čine tradiciju zajednice – istodobno ostvaruju i komunikacijsko i kulturno pamćenje. Oni dijelovi predaja koji u autentičnim pripovjedačkim situacijama funkcioniraju ili su mogli funkcionirati kao oblik komunikacijskog sjećanja u pripovjedačkim situacijama u turističkim namjernim i organiziranim uporabama (kakve su one turističkih vodiča) izostaju jer gube svoju važnost, svoju funkcionalnost. Npr. u predaji o zakopanom blagu u Gradu na Kolarini koju donosi Lj. Marks u zbirci konavoskih priča priređenoj za časopis *Dubrovnik*, kulturnom pamćenju bi tako pripadao podatak o blagu zakopanom u Gradu na Kolarini (predaja br. 41.), ali podatke koji govore o tome da je neki Pero Papa pozvao jedne noći „Pera Miljavca, oca Marije Viskovice“

10 O autentičnosti i izvornosti te spornosti tih koncepata usp. Lozica (241-242); a tim se problemom bavio i Zebec (2008: 273).

11 Usp. Rudan (2010: 103).

12 Usp. npr. www.swirl.bloger.hr (cverglablog) (posljednji pregled: 13. ožujka 2012.).

(Marks 1998: 230-272) ubrajamo u komunikacijsko pamćenje jer govore o imenima i ljudima koji nešto znače samo članovima uže zajednice, i to samo tijekom Assmannovih triju-četiriju generacija, i izvan takve uporabe oni za turističku uporabu priče (osim ako protagonisti na neki drugi način nisu osigurali narativnu važnost) nisu bitni i neće se imenom i prezimenom niti drugim tipovima genealoških figura pojavljivati u oblikovanju predaja; ali predaja o zakopanu blagu uz određeni lokalitet svejedno će se ispričati. Predaje i legende se, osim toga, upotrebljavaju i u mrežnim predstavljajima određenih turističkih zajednica,¹³ mjesta,¹⁴ hotelskih lanaca¹⁵ ili čak u osobnim oglasima apartmanske ponude.¹⁶ Kad bi ovaj rad bio pisan iz rakursa područja koje se bavi prijedlozima za ponudu kulturnog turizma, onda bi se u njemu moglo istaknuti kako je potencijal usmenih priča (njihovih zapisanih inačica) puno veći nego što njegove aktualne uporabe to pokazuju. Svako bi od mjesta u turističku ponudu moglo uvrstiti niz usmenih priča i s njima povezanih lokaliteta (uključujući npr. interaktivne mape, postaje na biciklističkim i pješačkim stazama koje bi se mogle najprije u virtualnom, a zatim i u stvarnom prostoru predstaviti i označiti). No, zato bi bilo potrebno i dobro poznavanje tih priča, mogućnosti njihova povezivanja prema posebnim motivima (npr. rute zakopanog blaga) ili protagonistima (npr. vilinske staze), uglavnom osmišljenost koja se ne može zadržavati samo na usputnim i nasumičnim preuzimanjima uglavnom tek najraširenijih priča i za koje je potrebna suradnja stručnjaka različitih područja.

Iz folklorističkih rakursa ono što je zajedničko takvu tipu (re)prezentacije priča, osim terminoloških neujednačenosti i, prema vrijedećim stručnim klasifikacijama netočnosti (npr. legendi¹⁷ i predaja, koje je dijelom i razumljivo), jest to da se upotrebljavaju samo najpoznatije priče koje stalnim perpetuiranjem (i kopiranjem s jednih mrežnih adresa na druge) prekrivaju množinu priča koje postoje i potiskuju ih. S druge strane, one funkcioniraju i kao mogući zalag podataka za nove inačice upravo s tim motivima u usmenom kruženju; osim toga, informacije nekih priča podliježu određenim prenošenjima s jednog objekta, npr., na cijeli grad. Tako je npr. poznata i raširena predaja o vilama graditeljicama Arene postala predaja o Puli koju su izgradile vile.¹⁸

Verbalnofolklorni oblici, a posebno priče među njima u turističkoj uporabi, pokazuju se vitalnima i kao izvedbeni repertoar, npr. kad je pripovijedanje priča Jasne Held uvršteno kao jedan od programa za Festu sv. Vlaha. Osim toga, pokazuju se kao motivacijski rezervoar novih ideja, uz istodobni učinak

13 Tako je npr. legenda o napadu katalonskih gusara i pomoći sv. Jure iskorištena u predavljanju Lastova (www.visitcroatia.net/turisticke-zajednice/turisticka-zajednica-opcine-lastovo, pregledano: 12. veljače 2012.); iste stranice imaju i posebnu kategoriju *mitovi i legende* u kojoj se upotrebljavaju priče uglavnom iz pisanih izvora, iako su neke od njih i usmene (npr. đurđevačka predaja o *picokima*) za sljedeća mjesta: Cavtat, Cres, Đurđevac, Krapanj, Kaštel Lukšić, Lopar, Ludbreg, Lepoglava, Marija Bistrica, Korčula, Nin, Ogulin, Pirovac, Pula, Rijeka, Silba, Zadar (<http://www.visitcroatia.net/kultura/mitovi-i-legende>, pregledano: 12. veljače 2012.).

14 Npr. etnološka predaja o mjestu Viganj na: www.viganj.org/dalmatind (pregledano: 12. veljače 2012.).

15 Usp. npr. <http://blog.valamar.com/istra/top-5-istarskih-legendi/> (pregledano: 12. veljače 2012.).

16 Usp. npr. www.gdenamore.com/Hrvatska/Pula/Dejana (pregledano: 12. veljače 2012.).

17 Nijedna legenda iz «top pet» istarskih legendi (vidi bilj. 15) nije zapravo legenda, sve su predaje prema klasifikaciji koju je ponudila M. Bošković-Stulli (1997: 18,19), a legenda o katalonskim gusarima i pomoći sv. Jure na navedenim stranicama (vidi bilj. br. 13) naziva se predajom. Iako je zbog većeg utjecaja engleskoga jezika, u kojem su nazivi žanra drukčiji, puno češća ova prva zamjena. Osim toga, te su zamjene najvjerojatnije i posljedica bliskosti tih žanrova, kao i duge pisane (publicističke) tradicije koja ih je ili navodila skupa ili ih nije razlikovala.

18 Na: www.gdenamore.com/Hrvatska/Pula/Dejana (pregledano: 12. veljače 2012.).

oblikovanja prostora i upis lokalnog identiteta (kao što je to pokazala Ana Batinić (2011: 135-144) za ogulinske predaje i legende i njihov potencijalni i stvarni turistički učinak, kao što to pokazuje ogulinski festival bajke (koji se održava već šesti put zaredom) koji prostor već jednom oblikovan mrežom simboličkih socijalnih dobara koje su formirale predaje i bajke rabi kao temelj ili povod nadogradnji novih simboličkih dobara (ostvarivih i u novim aktivnostima – kazališne predstave, performansi, radionice) i interakciji posjetitelja i izvođača; a cijela ta mreža tvori, terminom M. Löw, atmosferu kao element prostornog.

Vitalnost sličnog tipa uporabe verbalnofolklornih oblika, odnosno nekih elemenata priče pokazuje i pićanski Legendfest, festival narodnih priča, mitova i legendi Istre, tradicijski potencijal koji se ne očituje toliko u šestoj godišnjici održavanja koliko u interesu koji je pokazan, kao i u tome što izvođači i sudionici, iako svake godine dobiju okvirne teme, koje su uvijek vezane za predajne (više nego legendarne) teme i motive iz tzv. tradicionalnih predaja, sami izabiru koja je tema njima najzanimljivija i time je reorealiziraju na različite načine; 2011. godine, kako pokazuje izvješće o održanu festivalu, najzanimljivijom se pokazala predaja o gusarima kapetana Morgana koji su blago sakrili u Dvigradu. Brojnost posjetitelja, iako bi preciznije bilo reći sudionika, tijekom ovih šest godina pokazuje i velik turistički potencijal (pedeset tisuća posjetitelja za grad koji inače ima nešto manje od dvije tisuće stanovnika)¹⁹, usp. www.legendfest.hr.

Pazinski Festival fantastične književnosti koji je pokrenuo agilni Davor Šišović prošle je godine slavio desetu godišnjicu, a velik broj zbirki predstavljenih na Festivalu uključivao je temu ili motive iz predajnog repertoara Istre; te se priče onda motivski pokazuju i tih dana u okviru samih događaja, zatim u pisanim, književnim uporabama u zbirkama, ali i u medijskim najavama, izvješćima kako u pisanim tako i elektronskim medijima²⁰. Reaktualizacija Valvasorova zapisa predaje u Jurju Grandu iz Kringe²¹ otvorila je i turističku nišu za različite uporabe toga, sada već predajnog 'brenda', u obliku vampirskih večeri (kao književne manifestacije), Muzeja Jurja Grandu pa na kraju i restorantske ponude menija u konobi u Danijelima s nazivima jela motiviranim ne toliko Grandom kao predajnim likom koliko Grandom kao kulturnim proizvodom u koji se palimpsestno upisuje uglavnom pisana tradicija o vampirskim fenomenima. Sva ta mjesta (kuće, gradovi) nadopisala su ove simboličke vrijednosti koje u prostoru percipiramo ne toliko u smislu naslojavanja na starije tradicije koliko u istodobnoj sinergiji mreža i značenja, od koji su neke mreže i neka značenja za neke participatore manje uočljive. Neki od tih postupaka, između ostalog, produljuju narativni život priča, neki, poput Grandova slučaja, medijski katkad zasjenjuju druge teme i oblike, ali im s druge strane i otvaraju prostor u tzv. autentičnim kazivačkim situacijama, katkad i kao vrstu otpora²², a onda opet pokazuju i, možda, za neke buduće folkloriste i antropologe, što je nama na početku 21. tisućljeća bilo zanimljivo. Grandu se tu gotovo savršeno uklapa u globalne trendove interesa za priče vampirske motivike u filmu i književnosti i druge

19 Usp. www.legendfest.hr (14. veljače 2012.)

20 Precizni podatci o održanim festivalima i aktivnostima nalaze se na: www.bookaleta.blog.hr

21 O čemu opširnije u: Rudan, Tomašić (2011: 539-555).

22 Usp. Rudan, Tomašić (2011: 543)

tipove fantastike. No, kao što je vidljivo na ovim istaknutim primjerima uporabe verbalnofolklornih oblika u organiziranoj ponudi koja jest ili unaprijed i u namjeri turistička ili postaje istodobno i turistička, ona se u posljednjem desetljeću na našem području oslanja uglavnom na predajno i mitsko, ne samo odgovarajući na potražnju – nego i stvarajući je. Jednostavan i brz odgovor na pitanje zašto je upravo taj segment priča najpropulzivniji iz perspektive sociologije turizma mogao bi biti: da se dijelom uspjelo iskoristiti prevladavajuće trendove popularne kulture (fantastični, mitski, demonološki elementi) i njihovu tradicijsku bazu (uključujući i turistički imperativ o 'domaćosti') u aktualnoj ponudi i da je to bilo moguće zato što je postojao i interes lokalne zajednice ili barem agilnih pojedinaca unutar nje, iako još uvijek ni približno dovoljno s obzirom na to koliko bi joj predajni materijal to mogao omogućiti.

No, antropološka i folkloristička istraživanja traže, u nekim budućim radovima, i odgovor na pitanje zašto su nam u ovim i prethodnom desetljeću upravo te komponente simboličkih socijalnih dobara važne, zašto njih rado percipiramo u prostoru (i kao sukreatori i kao supotražitelji).

Literatura

- Assman, Jan. 2006. Kultura sjećanja. *Kultura pamćenja i historija* [ur. Maja Brkljačić i Sandra Prlenda]. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga, 45-78.
- Badurina, Lada, Matešić, Mihaela. 2008. Govor na kušnji: Istraživanja govorenog diskursa: zamke i izazovi. *Između redaka: Studije o tekstu i diskursu*. Zagreb – Rijeka: Hrvatska sveučilišna naklada – Izdavački centar Rijeka, 140-158.
- Batinić, Ana. 2011. Sjećanje i pamćenje u ogulinskim predajama i legendama: Prostor oblikovanja lokalnog identiteta. *Dani hvarskog kazališta*. Građa i rasprave o hrvatskoj književnosti i kazalištu. Vol. 37/1, 135-144.
- Ben-Amos, Dan. 2010. Prema definiciji folkloru u kontekstu. *Folkloristička čitanka*. [ur. Marijana Hameršak i Suzana Marjanić]. Zagreb: AGM, Institut za folkloristiku i etnologiju, 121-137.
- Bošković-Stulli, Maja. 1997. *Usmene pripovijetke i predaje*. [prir.] Stoljeća hrvatske književnosti. Zagreb: Matica hrvatska, 500 str.
- Bošković-Stulli, Maja, Marks, Ljiljana. 2002. Usmene priče iz Župe i Rijeke dubrovačke. *Hrvatska književna baština*. knj. 1. [ur. Dunja Fališevac, Josip Lisac, Darko Novaković]. Zagreb: Ex libris, 441-527.
- Brković, Ivana. 2011. *Semantika prostora u dubrovačkoj književnosti 17. stoljeća*, doktorski rad, Zagreb: Filozofski fakultet, 256 str.
- Certeau, Michel de. 2003. *Invenција svakodnevice*. [prev. Gordana Popović]. Zagreb: Naklada MD, 343 str.
- Craig, Mike. 2008. Putovanje/Turizam. *Kulturna geografija: Kritički rječnik ključnih pojmova*. [ur. David Atkinson et. al.]. [prev. Damjan Lalović]. Zagreb: Disput, 63-70.
- Hubbard, Phil. 2008. Prostor/Mjesto. *Kulturna geografija: Kritički rječnik ključnih pojmova*. [ur. David Atkinson et. al.]. [prev. Damjan Lalović]. Zagreb: Disput, 71-79.
- Jelinčić, Daniela Angelina. 2008. *Abeceda kulturnog turizma*. Zagreb: Meandarmedia, Meandar, 347 str.
- Jelinčić, Daniela Angelina. 2010. *Kultura u izlogu: kratki vodič za upravljanje kulturnim dobrima*. Zagreb: Meandarmedia, Meandar, 127 str.
- Kalsbeek, Janneke. 1998. *The Čakavian Dialect of Orbanici near Žminj in Istria*. Ed. Studies in Slavic and General Linguistics, Vol. 25, Amsterdam-Atlanta: Edition Rodopi, 608 str.
- Lozica, Ivan. 2008. Inscenacija običaja kao kazališna predstava. *Predstavljanje tradicijske kulture na sceni i u medijima*. [ur. Aleksandra Muraj i Zorica Vitez]. Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku i Hrvatsko etnološko društvo, 241-249.
- Löw, Martina. 2001. *Raumsoziologie*, Frankfurt: Suhrkamp., 307 str.

Löw, Martina. 2008. The Constitution of Space Through the Simultaneity of Effect and Perception. *European Journal of Social Theory* 11, 1, 25-49.

Marjanić, Suzana. 2011. Mitološka i mitotvorna priča o poveznici perunika – Perun, Perunovo koplje. [ur. Andrej Pleterski, Tomo Vinšćak]. Ljubljana: Institut za arheologiju ZRC SAZU, Založba ZRC, 2011, Zbirka Studia mythologica Slavica, Supplementa, 109-120.

Marks, Ljiljana. 1998. Čudesni konavoski svijet: izbor priča. *Dubrovnik*, 9/1, 230-272.

Nikočević, Lidija. 2008. Zaštita i predstavljanje nematerijalne kulturne baštine. *Predstavljanje tradicijske kulture na sceni i u medijima*. [ur. Aleksandra Muraj i Zorica Vitez]. Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku i Hrvatsko etnološko društvo, 145-151.

Rudan, Evelina. 2006. Authentication Formulae in Demonological Legends. *Narodna umjetnost: hrvatski časopis za etnologiju i folkloristiku*, 43./1, 89-111.

Rudan, Evelina. 2010. *Nadnaravna bića i pojave u usmenim predajama u Istri*, doktorski rad. Zagreb: Filozofski fakultet, 631 str.

Rudan, Evelina, Tomašić, Josipa. 2011. Proizvodnja folklor ili kako se predaja iz 17. stoljeća, probudila u 21. stoljeću. *Balkanski folklor jako kod interkulturowy*. [ur. Joanna Rękas]. Poznań: Wydawnictwo naukowe, 539-555.

Schama, Simon. 1996. *Landscape and Memory*. New York: Vintage Books, 672 str.

Zebec, Tvrtko. 2008. Izazovi primijenjene folkloristike i etnologije. *Predstavljanje tradicijske kulture na sceni i u medijima*. [ur. Aleksandra Muraj i Zorica Vitez]. Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku i Hrvatsko etnološko društvo, 271-286.

Internetski izvori:

Kirshenblatt-Gimblett, Barbara. 2004. Intangible heritage as metacultural production http://www.nyu.edu/classes/bkg/web/heritage_MI.pdf (pregledano: 10. studenoga 2011.).

Šišović, Davor, bookaleta.blog.hr (pregledano: 12. veljače 2012.).

swirl.blogger.hr (cvergla blog) (posljednji pregled: 13. ožujka 2012.).

www.visitcroatia.net/turisticke-zajednice/turisticka/turisticka-zajednica-opcine-lastovo (pregledano: 12. veljače 2012.).

<http://www.visitcroatia.net/kultura/mitovi-i-legende> (pregledano: 12. veljače 2012.).

www.viganj.org/dalmatin (pregledano: 12. veljače 2012.).

<http://blog.valamar.com/istra/top-5-istarskih-legendi/> (pregledano: 12. veljače 2012.).

www.gdenamore.com/Hrvatska/Pula/Dejana (pregledano: 12. veljače 2012.).

www.legendfest.hr (14. veljače 2012.).

VERBAL FOLKLOR AND ITS (RE)PRESENTATION

Summary

Verbal folklore is used in different ways in the tourism presentation. This article presents forms of verbal folklore used in contemporary presentations of Croatian culture and explores how such forms become part

of tourism presentation. It will be researched different ways of spatial denotations with special emphasis on the symbolic component. Furthermore, in this research we will try to displays different reactions of local community to verbal folklore presentations.

Ključne riječi: verbalni folklor, priče, predaje, turizam, prostor

Key-words: verbal folklore, narratives, legends, tourism

