

Etnološka biblioteka

Knjiga 39

Urednik
Miroslav Niškanović

Recenzenti
Dr Dragana Antonijević
Dr Bojan Žikić

*Recenzentska komisija Filozofskog fakulteta
Univerziteta u Beogradu*

Prof. Dr Vesna Vučinić
Dr Ljiljana Gavrilović, viši naučni saradnik
Dr Mladena Prelić, naučni saradnik

Uređivački odbor

Prof. dr Mirjana Prošić-Dvornić (Northwood University Midland, SAD), prof. dr Ivan Kovačević (Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu), prof. dr Dušan Drljača, Beograd, prof. dr Mladen Šukalo (Filološki fakultet Univerziteta u Banja Luci, RS, BiH), prof. dr Bojan Žikić (Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu), dr Petko Hristov (Etnografski institut s Muzej, BAN, Sofija, Bugarska), dr Mladena Prelić (Etnografski institut SANU, Beograd), dr Miroslava Lukić-Krstanović (Etnografski institut SANU, Beograd), prof. dr Dimitrije O. Golemović (Fakultet muzičke umetnosti, Beograd)

Štampanje publikacije finansirano je iz sredstava Ministarstva nauke i zaštite životne sredine Republike Srbije

Ivan Kovačević

URBANE LEGENDE

Ogledi iz američkog folklora



Beograd 2009

Proučavanje američkog folkloru u Srbiji¹

Uvod. Antropološki "drugi"

Do pre samo nekoliko decenija o tome ko će koga proučavati odlučivao je kvantitet. Kvantitet ljudi i para. Samo brojne, finansijski moćne i politički stimulisane antropološke naučne zajednice bile su u mogućnosti da se bave proučavanjem planete. To znači da je svaki kutak Zemlje, svaki njen stanovnik, bio u planu i programu nekog istraživanja. Antropologija, kao naučna disciplina, imala je, kao svoj etablirani zadatak, upravo takvo, potpuno pokrivanje svih "kultura". Izvršavala ga je u skladu sa ljudskim i materijalnim resursima. Onako kako su ti resursi skalirani bila je skalirana i količina proučavanih "drugih". Jedni su bili u mogućnosti da, na nivou naučne zajednice, proučavaju sve druge "druge", dok su neki bili tradicionalno orijentisani na samo neke, koji su im bili poznati iz nedavne prošlosti. Interes za "sve druge" najprisutniji je u američkoj antropologiji, ali i u sovjetskoj etnografiji i u nemačkoj "Volkerkunde", dok su britanska i francuska antropologija prevashodno orijentisane na teritorije bivših imperija. U zemljama koje su imale jednu koloniju antropologija je ostala specijalno fokusirana na tu teritoriju (slučaj Belgije i Konga). Specifične političke okolnosti su uticale da su neke antropološke naučne zajednice kojima je proučavanje sopstvene kulture bio prevashodni cilj, ali su ga ljudskim re-

1 Ova knjiga je nastala kao rezultat rada na projektu "Antropologija u XX veku: teorijski i metodološki dometi" koji finansira Ministarstvo nauke i tehnološkog razvoja Srbije (MNTR RS 147037).

sursima prevazilazile, mogle svoje proučavanje "drugih" da potraže isključivo u politički prihvatljivim sredinama, kao što je slučaj sa poljskom mongolistikom. Vlast marksističko-lenjinističkih partija u nekim zemljama Afrike kratko je trajala da bi se za to vreme razvila neka bugarska ili češka afrikanistika na osnovu proučavanja Angole ili Mozambika. U drugim slučajevima, veličina države u demografskom smislu i iz toga proizašla nevelika brojnost naučne zajednice, a u uslovima neograničenih političkih i solidnih finansijskih mogućnosti, dovela je do situacije u kojoj proučavanje "drugih" ima karakter pojedinačnih "ekspedicija" baziranih na ličnim interesovanjima, kao što je bio slučaj u Švedskoj. I na kraju dolazimo do onih malih i finansijski nemoćnih društava koja ne mogu da obezbede nikakvo proučavanje "drugih", a pogotovo proučavanje koje podrazumeva klasično antropološko terensko istraživanje.

1. Amerika i Srbija

Ovakva slika antropološkog proučavanja sveta trajala je praktično do pred sam kraj dvadesetog veka. U odnosu koji nas interesuje, odnosu Amerike i Srbije, to je značilo da postoje američki antropolozi koji proučavaju Srbiju i to tako da im je Srbija, ako ne jedini, ono bar važan ili najvažniji "teren" u antropološkoj karijeri.² Nativni antropolozi su prema ovim istraživačima mogli biti predusretljivi ili kritički preosetljivi što nije moglo, u suštini, promeniti njihov bazični odnos – odnos antropologa koji proučava "druge" i nativnog antropologa. Kada se radi o etnografskom prikazu jedne lokalne zajednice³ razliku između antropološkog pogleda "sa strane" i onog nativnog skoro da nije mogu-

2 Najpoznatiji američki antropolozi koji su proučavali Srbiju u drugoj polovini dvedesetog veka su J. M. Halpern i E. A. Hammel.

3 J. M. Halpern, *A Serbian Village*, Columbia University Press, 1958.

će naći, jer se u oba slučaja radi o obesmišljenoj etnografiji koja je sama sebi svrha, pri čemu su, za krajnji rezultat, irelevantne razlike američkog i srpskog puta takvog obesmišljavanja. Međutim, jednakost etnografskih proizvoda na srpskom "materijalu" i jednaka ne/korist od takvih proizvoda nikako ne znači da je uspostavljen znak jednakosti između američkih i srpskih antropologa, s obzirom na potpunu nemogućnost reciprociteta. Naime, srpski etnografi nisu imali nikakvu mogućnost da, makar i potpuno obesmišljeno, etnografski prouče i opišu neki gradić ili selo u Severnoj Karolini ili Luizijani. Za to nisu postojali strateški, kadrovski, materijalni, pa ni politički uslovi. Mali i siromašni narodi i njihove male i siromašne naučne zajednice nisu imale mogućnost da stvore strategiju proučavanja "drugih", obzirom da su se tradicijom orijentisane i egzistencijalno uslovljene iscrpljivale u bavljenju sopstvenom kulturom. Čak i kada je obavljena unutrašnja idejna transformacija⁴, kojom su ukinuta strateška ograničenja i kada su nestale prepreke proizašle iz tradicijom izazvanog stanja vegetiranja, i dalje su ostale one razlike koje su činile nemogućim i najmanje istraživanje "drugog" kao začetak recipročnosti u odnosu srpske i američke antropologije. Dostupnost knjiga, periodike, izvora i svega što bi omogućavalo ozbiljno naučno proučavanje Amerike još uvek je bilo daleko van domašaja srpskog antropologa. Slučajna putovanja, praćena turističkim posetama muzejima i indijanskim rezervatima zadovoljavala su radoznalost antropološkog putnika, ali po svojoj prirodi nisu mogla predstavljati začetke antropološke amerikanistike u Srbiji. Pojedinačni odlasci srpskih antropologa, sa i bez povratka, u Ameriku i Kanadu tokom poslednje decenije dvadesetog veka bili su rezultat emigra-

4 I. Kovačević, Iz etnologije u antropologiju. Srpska etnologija u poslednje tri decenije 1975-2005, u: *Etnologija i antropologija: stanje i perspektive*, Zb. EI SANU, 21. Beograd, 2005. Takođe i u I. Kovačević, *Tradicija modernog*, Beograd, 2006. 47-61.

cije ili ciljanog proučavanja srpske dijaspore. Antropološko proučavanje Amerike je moralo još da sačeka. Jedino bi se, i to sasvim uslovno, istraživanjem američke popularne kulture mogao nazvati jedan manji broj analiza nekog elementa koji se, nastavši u Americi, raširio po svetu i tako stigao do Srbije, kao što je analiza fejklor-nih legendi o nastanku blue jeans-a⁵ ili komparacija dečijih lutaka nastalih u Americi i Srbiji – lutke Barbi i lutke Lepa Brena.⁶

2. Nove tehnologije

Ipak, u poslednjoj deceniji dvadesetog veka dogodile su se određene promene koje se odražavaju i na širenje mogućnosti proučavanja "drugog" u najrazličitijim smerovima. Te promene su se odigrale u oblasti informatičke tehnologije, prvenstveno uspostavljanjem interneta kao globalne mreže koja koristi i objedinjuje dosadašnje mreže i prenosnike informacija kao što su telefon, kablovska televizija i satelitski prenos podataka. U kolokvijalnom govoru ili u žargonu kvazinaučnih publicista ta promena se naziva "informatička revolucija", stvaranje "sajber prostora", "novi virtualni svet"⁷ i

5 I. Kovačević, Blue jeans kao element masovne kulture, *Etnološke sveske*, II, Beograd, 1980.

6 M. Šešić-Dragičević, Uticaj američkog duha na novo-komponovani model – ili, kako učiti od Las Vegasa: susret Barbi-lutke i Lepe Brene, N. Pavković (Ur.), *Susret dva sveta (1492-1992)*, Centar za etnološko-antropološka istraživanja Filozofskog fakulteta u Beogradu, Beograd, 1997.

7 Kao primer kvaziumnog raspravljanja o internetu vidi M. Poster, Kiberdemokracija. Internet i javna sfera u R. Senjković – I. Pleše (Ur.), *Etnografija interneta*, Zagreb, 2004. U velikoj količini izmišljenih pitanja, na silu formulisanih problema, koji su to samo zarad autorskog pisanja, centriranja nevažnog i periferije, proglašavanja za nevažno svega što je suštinsko, jasno i visoko posledično, sve je potpuno na tragu "virtualnog", ali poznatog "metabletanja" (E. Gellner, *Postmoderni-*

tako dalje, a zapravo se radi o novoj tehnologiji dopremanja informacija do krajnjeg korisnika. Veliko povećanje dostupnih informacija i brzina njihovog pribavljanja doveli su do promena u naučnom radu koje se mogu opisati kao povratak kabinetskog rada ("return of the armchair scholar")⁸. Zahvaljujući digitalizaciji sada su svakom potencijalnom antropološkom korisniku lako dostupne dve vrste važnog materijala. Prvo, to je relevantna literatura o predmetu interesovanja u knjigama i periodici koji su dostupni preko baza knjiga i časopisa⁹ i drugo, digitalizovane¹⁰ arhive istorijske, etnografske i folklorističke građe. To znači da su otvorene velike mogućnosti naučnog rada koji više ne iziskuje skupa i retka putovanja radi "rada u svetskim bibliotekama", mukotrpan put nabavke knjiga i sl. Za antropologa ili folkloristu nova situacija može imati jedno ograničenje: neke teme zahtevaju terenska istraživanja. To je tačno, kao što je tačno da neke teme ne zahtevaju terenska istraživanja i kao što je tačno da se neka prikupljanja podataka mogu izvršiti i na internetu i kao što

zam razum i religija, Zagreb, 2000. 55). Da je moguć i drugačiji pristup, s kojim vredni razmenjivati misli o antropologiji u svetu interneta, vidi se iz drugog teksta u istom zborniku. Vidi A. Wittel, Etnografija u pokretu: od terena do mreže i interneta, u R. Senjković – I. Pleše (Ur.), op. cit.

8 S. Shoiocck Roff, The Return of Armchair Scholar, *Journal of Scholarly Publishing*, Vol. 36. Is.2. 2005. 49-57.

9 Temeljna razmatranja digitalizacije periodike ukazuju na ubrzani proces nastajanja časopisa u elektronskoj formi i pojavljivanja elektronske forme časopisa koji i dalje izlaze i u papirnom obliku, tako da elektronski obrađeni časopisi predstavljaju između trećine i polovine ukupnog broja. Vidi C. Tenopir, Online Scholary Journals: How Many?, *Library Journal*, No. 2. 2004.

10 Primer kojim se ilustruje ovakva digitalizacije je arhiva od 30.000 američkih balada koje su na jednom mestu dostupne svakom ko želi da ih proučava. S. Shoiocck Roff, op. cit. 51.

je tačno da su dostupni podaci iz velikog broja elektronskih arhiva sakupljeni u najraznornaznije svrhe, pa i u antropološke.

3. Američki folklor u Srbiji

Na ovaj način stvorene su svuda u svetu, pa i u Srbiji, pretpostavke za intenzivno i obavešteno proučavanje američkih kultura. Međutim, svakome dostupna visoko komunikativna tehnička opremljenost savremene nauke tek je jedan od pokretača proučavanja američkih kultura, o čemu je reč u ovoj knjizi. Drugi pokretač je sama priroda urbanih legendi glavnog "predmeta" ovog, srpskog, istraživanja američke savremene kulture. Bez obzira na raznolikost mogućih "porekla", urbane legende su element američke kulture *par excellence*. Čak i kada je nepobitno utvrđena starija, evropska varijanta neke priče, urbana legenda je baš u Americi "eksplozirala" u smislu rasprostiranja, masovnosti i medijske prisutnosti. Ta eksplozija je, potom, globalizacijskom snagom zapljusnula sve kontinente tako da urbane legende stvorene, transformisane ili elaborirane u Americi brzo postaju i "naše", što otvara još jedan moguć aspekt proučavanja – recepciju. Ipak, uz ukazivanje na potencijalna istraživanja tog aspekta, ovog puta ćemo se zadržati na analizi "izvornih" američkih formi uz moguća "putovanja" suprotna od smera primarne difuzije.

Analiza folklornog materijala, kakva je zamišljena u ovoj knjizi o urbanim legendama, ne bi bila moguća da već pomenuta promena u dostupnosti naučnih publikacija ne omogućava uvid u najraznolikije pristupe u dosadašnjim pokušajima analize i tumačenja legendi s jedne strane, i uvid u celinu socijalnog života američkog društva i to ne samo aktuelnog, već i u neophodnoj istorijskoj perspektivi, s druge strane. Ova, druga, povoljnost je takođe rezultat pristupa glavnim publikacijama koje objavljuju rezultate istorijskih proučavanja, ali i globalizacijsko-medijskih spoznaja o američkom društvu, čija "sociologija" postaje deo opštih znanja o savremenom

svetu. Na taj način moguće je interpretiranje legende u bilo kom relevantnom kontekstu budući da je moguće steći pouzdane podatke o njemu. Rezultati velikog broja istraživanja izuzetno brojne naučne zajednice u okviru socijalne istorije¹¹, popularne kulture¹² ili ekonomske istorije¹³ su na raspolaganju u trenutku kada analiza teksta usmeri potragu za značenjem u određenom socijalnom pravcu. Primer kojim se može ilustrovati izneseni stav proizašao je iz prikupljanja folklorne i istorijske građe za proučavanje američkog folklornog/ fejklnog junaka – Pitsburškog "čoveka od čelika" Džoa Magarca.¹⁴ Poznavanje socio-ekonomskog konteksta folklornog nastanka ili literarnog konstrukta Džoa Magarca, istorije Pitsburga i Pensilvanije krajem 19-og i početkom 20-og veka, moguće je, zahvaljujući Univerzitetu u Pitsburgu i obimnoj prezentaciji preko pet stotina radova, pretežno knjiga, o istoriji Pitsburga u tom periodu, koje su u celini dostupne u elektronskoj formi.¹⁵ Osim ovako specijalizovanih baza elektronskih knjiga, istraživaču američke istorije, kulture i ekonomije na raspolaganju su i one opštije poput baze "History E-book Project" koju je napravila organizacija "American Council of Learned Societies", ili baza "Making of America" u kojoj se nalazi 12.000 američkih časopisa i knjiga iz

11 Npr. u časopisu "Social Science History" kao i mnogim drugim časopisima iz američke istorije ili socijalne istorije.

12 Npr. u "Journal of Popular Culture" ili "Journal of American Culture".

13 Npr. u "Explorations in Economic History" ili "Business and Economic History".

14 Osnovne informacije o dosadašnjem proučavanju Džoa Magarca mogu se naći u J. Gilley, S. Burnett, Deconstructing and Reconstructing Pittsburgh's Man of Steel: Reading Joe Magarac against the Context of the 20th-century Steel Industry, *Journal of American Folklore*, Vol. 111. No. 442. 1998.

15 <http://digital.library.pitt.edu>. Na sajtu se nalazi tačno 521 tekst o istoriji Pitsburga.

devetnaestog veka, zatim i one najopštije baze knjiga kao što su "Ebrary", "Net-Library" i "Questia", koje se stalno uvećavaju, ili najnovija, u nastajanju, u okviru projekta "Google-Michighen", koja će po namerama osnivača biti ubedljivo najveća i obuhvatati 7 miliona knjiga iz biblioteke Univerziteta Mičigen i još toliko iz drugih univerzitetskih biblioteka.¹⁶

Neophodno je napomenuti da američka folkloristika (ili antropologija folklora) nije pretrpela krajem dvadesetog veka tako teške udare destruktivnih ideja postmodernizma kao sama antropologija. To je i logično budući da se u folkloristici "sakupljački" deo posla nije mogao prezentirati kao naučni opis kulture, dok je etnografija u antropologiji bila smatrana delom naučnog rada. Iz toga proizlazi da je folklorista nužno razvijao interpretativne postupke tumačenja folklornih tvorevina ukoliko nije želeo da bude zapisničar sa preslušavanja snimljenih magnetofonskih traka. Istovremeno, dekonstruktivistički pristup malim, srednjim, velikim, mega, giga i meta naracijama je u folkloristici/antropologiji folklora bio sasvim uobičajena procedura dekonstrukcije legendi, bajki, mitova itd. Za to vreme antropolog je, publikujući proste etnografske radove, sticao akademska zvanja i naučnu karijeru i postao laka meta postmodernističke galame. I dok je američka antropologija u postmodernizmu prošla kroz destrukciju i rekonstrukciju, završivši ponovo u renoviranoj etnografiji, folkloristika tj. antropologija folklora, imajući interpretativnu strategiju, nije previše trpela od zastupničkih priča postmodernista. To je čini komunikativnijom za razmenu informacija o analizi urbanih legendi i prijemčivijom za plodnu diskusiju o pojedinim tumačenjima. Ipak, to ne znači da je u

16 Vidi R. J. Donia, Death of the Book: An Historian View of the Digital Revolution, u: *The Balkans from Outside*, First international convention of Slavistics librarians in Sarajevo, Sarajevo 22-24. april 2005. <http://www.openbook.ba/icsl/>

Americi svo pisanje o urbanim legendama orijentisano ka objašnjavanju, tumačenju, utvrđivanju značenja. Naprotiv, veliki deo je, koristeći popularnost urbanih legendi, komercijalno usmeren i kao takav prezentiran tržištu, kako od strane samih folklorista, tako i od specijalizovanih pisaca popularnih knjiga. I takve knjige, pogotovo ako su akribične u navođenju izvora, mogu biti od koristi u formiranju korpusa zapisa pojedine legende ili grupe legendi, ali se naučni nivo komunikacije o tumačenju urbanih legendi, praktično, može ostvariti samo u vodećim američkim folklornim časopisima.¹⁷

17 Vodeći američki folkloristički časopisi "Journal of American Folklore", "Journal of Folklore Research", "Western Folklore", raniji "Southern Folklore", "Folklore Forum" pristuni su u elektronskim bazama.

Urbane legende u antropologiji folkloru

1. Urbane legende

Proučavanje urbanih legendi se na samom početku suočava sa dva problema prisutna u svakoj klasičnoj potrazi za tumačenjem nekog kulturnog fenomena. Radi se o predmetnom određenju i o izboru i/ili konstruisanju analitičkog aparata kojim se pristupa predmetu koji je prethodno određen. Veliki broj radova pa čak i čitave polemike su vodjene oko toga koja književno-formalna odrednica najbolje karakteriše "novi" fenomen. Ipak, interpretacije urbanih legendi, a i mnogih drugih pojava pokazuju da nije neophodno, a ni svrsishodno, upuštati se u epistemološke rasprave o postojanju ili nepostojanju predmeta istraživanja, nametnute od strane interpretativno impotentnih. Takođe, teorijsko-literarna edukacija velikog broja folklorista nametnula je kao prethodno i nezaobilazno pitanje određenje i definiciju žanra. Takav žanrovski pristup, prisutan u raspravama o urbanim legendama, predstavlja trošenje intelektualne energije u pravcu u kome su rezultati ili sasvim arbitrarni ili se od njih ima sasvim skromna korist u analitičkom pristupu samom fenomenu. Osim toga, žanrovsko-formalističke definicije urbanih legendi ulaze u, folkloristima slabije poznatu, socijalno-psihološku materiju granične zone urbane legende i glasine.¹

¹ Doktorska disertacija Dejvida Olporta Birda o odnosu glasina i folkloru rađena je prvenstveno sa stanovišta socijalne psihologije, bez obzira što je odbranjena na najpoznatijem odseku za folkloristiku u Americi univerziteta Indijana u Blumingtonu. Vidi D. Olport Bird, Rumor as Folklore: An Interpretation and Inventory, 1977. Integralni tekst doktorata dostupan je u elektronskoj bazi podataka ProQuest In-

Umesto rasprava o graničnim zonama urbanih legendi prema glasinama ili prema sadržajima popularne kulture, ili prema tradicionalnim legendama, umesto besplodnih diskusija o samom nazivu fenomena i ubeđivanju da je, na primer, termin "savremene legende" adekvatniji od pojma "urbana legenda", uputnije je utvrđivati značenje i funkcije proučavanih tekstova, bez obzira da li je istraživač do njih došao lično slučajnim ili usmerenim saznanjem, "terenskim radom", čitajući novine ili pretražujući Internet. Uočena nezavisnost samog teksta od njegovog izvođenja čini izlišnim interpretaciju koja se zasniva na teoriji performansa i pokazuje da je takav pristup rezultat bespuća američke terensko-deskriptivne folkloristike koja je, iscrpši istorijsko-geografsku kontekstualizaciju i nemajući adekvatna interpretativna sredstva, našla utočište u objašnjavanju folklornog čina. Taj pokušaj marginalizacije samog teksta za račun postavljanja čina u centar pažnje rezultirao je "originalnim" radovima koji liče na opisivanje izgleda novina i rasporeda rubrika u njima, bez ulaženja u sadržaj samih tekstova zbog čega takvom posmatraču ostaju nepoznati i kvalitet i orijentacija pregledanih novina.

Mogućnost istraživanja značenja narativa van narativne situacije ne znači da se narativ dekontekstualizuje. Ovaj stav, primenjen na urbane legende, znači da narativna situacija, eventualno, ukazuje na osnovni socijalni kontekst u kome se mogu tražiti kodovi koji dekodiraju značenja legende. Detaljisanje same narativne situacije priliči nekome koga interesuje dramaturgija i pisanje najraznovrsnijih scenarija, ali ne omogućuje interpretaciju ispitivanog teksta. S druge strane, narativna situacija, uključujući aktere i njihov socijalni položaj, in-

formation and Learning (<http://proquest.umi.com/login/user>) u okviru servisa on line doktorskih teza "Interdisciplinary–Dissertations & Theses".

dicira na koju sferu socijalnih odnosa može referirati legenda i gde treba tražiti uže interpretativne kontekste koji tumače samu legendu i vode ka razotkrivanju poruke sadržane u njoj i vrednosnog sistema s kojim se cirkularno konstituiše.

2. Kreacija i recepcija

Prva dva velika teorijsko-istraživačka sistema u antropologiji iz devetnaestog i s početka dvadesetog veka – evolucionizam i difuzionizam, na specifične načine potenciraju kreaciju i recepciju kulturnih fenomena. Bez obzira na to što je jedan od tih idejnih pravaca prevashodno metafizičkog i polazišta i ishodišta, dok se drugi, uz mitomansku panvavilonsku ili panegipatsku sekciju, ispoljava u obimnom poslu sređivanja podataka radi migratornih zaključaka male relevancije ili opšte poznatih mesta istorije kultura, bazični interes za otkriće nastanka nekog fenomena ili za razloge njegove recepcije opstaje tokom više vekova antropologije. U antropologiji folkloru taj interes se pogotovo ispoljava u proučavanju urbanih legendi – fenomena koji, na primer, za razliku od bajki, nastaje i kreće se pred očima istraživača. Urbane legende, pogotovo, u "zlatno doba" pedesetih i šezdesetih godina dvadesetog veka, nastajale su velikom brzinom i kako starim, tako i novim, kanalima difuzije premrežavale Ameriku i dobar deo planete. Stoga je pristup folklorista uključivao oba istraživačka pravca – proučavanje nastajanja i širenja urbanih legendi. U skladu sa strategijom proučavanja nastanka urbanih legendi nastajali su i pojedinačni pokušaji izgradnje metodološkog aparata, kojim se nastojalo da utvrdi šta urbane legende saopštavaju i koje poruke u sebi nose. Ti pojedinačni, češće aplicirani nego postulirani, metodički postupci generisani su iz psihoanalize, sociologije i socijalne psihologije, kao i Levi-Strosove strukturalne antropologije i Piježeove razvojne psihologije. Psihoana-

litički uticaji, što direktni, što kroz delo poznatog američkog folkloriste Alana Dandesa, ostavili su trag u proučavanju urbanih legendi.² Socijalna psihologija i sociologija su kroz radove Gerija Alana Fajna usmerile tumačenje urbanih legendi ka socijalnom kontekstu koji Fajn naziva socijalnom strukturom, a sastoji se iz klasne strukture, strukture pripisanih polnih, rasnih, etničkih obeležja i institucionalne strukture.³ Iz socijalno-psihološkog edukativnog procesa stigao je i celovito izrađen metodološki predlog za tumačenje urbanih legendi zasnovan na strukturalnoj analizi i razvojnoj psihologiji. Takav pristup, koji kao veoma važnu komponentu tumačenja urbanih legendi ističe sistem vrednosti sadržan u njima, može se naći u doktorskoj disertaciji Beverli Krejn i jednoj manjoj aplikaciji tog predloga na urbanu legendu o "ubistvu cimerke".⁴ Ovaj

2 M. Carroll, *The Sick Old Lady who is a Man. A Contribution to the Psychoanalytic Study of Urban Legend*, *Psychoanalytic Study of Society*, Vol. 13. 1988. 133-142; M. Carroll, *Allomotifs and Psychoanalytic Study of Folk Narratives: Another Look at 'Roommate's Death'*, *Folklore*, Vol. 103. No. 2. 1992. 225-234; M. Carroll, *"Boyfriend Death"*, *The Psychoanalytic Study of Society*, Vol. 18: *Essays in Honor of Alan Dundes*, 1993.

3 Vidi D. Antonijević, *Treći pravac u folkloristici; sociološki pristup Gerija Alana Fajna*, *Etnoantropološki problemi*, n.s. god. 1. br. 2. Beograd, 2006. 125-156; D. Antonijević, *Merkantilne legende postindustrijskog društva*, u S. Nedeljković (ur.), *Antropologija savremenosti*, Srpski genealoški centar, knj. 23, Beograd, 2006. 76-91.

4 Doktorska teza Beverli Krejn (Beverly Crane) *"Structure and Value: Theoretical Foundations for a Diachronic Structural Analysis in the Study of a Myth"* odbranjena je 1975. godine i dostupna je u elektronskoj bazi podataka ProQuest navedenoj u napomeni 1. ovog poglavlja. Metodološki sažetak i primena na legendu o "ubistvu cimerke" nalazi se u B. Crane, *The Structure of Value in "Roommates Death": A Methodology for Interpretative Analysis of Folk Legends*, *Journal of Folklore Institute*, Vol. 14. 1977. 133-149.

"interpretativni upad" u folkloristički zabran, logična je posledica bazičnog edukativnog puta većine folklorista koji su, budući školovani na odsecima za književnost ili engleski jezik i književnost, u folkloristiku doneli literarno-kritički i esejistički stil slobodnog i neutemeljenog zaključivanja. Nemogućnost takvog "naukovanja" gurnula ih je u folklorografiju, s jedne strane, i minuciozno traganje za izvorima i "najstarijim pomenima" pojedinačne legende,⁵ s druge strane. Veristički pristup urbanim legendama prisutan je kod folklorista još od Dorsonovog⁶ pokušaja da utvrdi poreklo legende o "smrdljivom automobilu" u istinitom događaju koji se, navodno, dogodio u malom mestu, nastanjenom crnačkim stanovništvom, Mekosta u državi Michigan. Međutim, već je Brunvand u ranoj knjizi "The Study of American Folklore", inače posvećenoj Dorsonu, ukazao da su "kasnija proučavanja pokazala postojanje ranijih prototipskih elemenata".⁷ Početkom osamdesetih godina, prvim simpozijumima o urbanim ili savremenim legendama u organizaciji "Međunarodnog društva za proučavanje savremenih legendi"⁸,

5 Primeri takvog traganja za prvim pisanim pomenima/izvorima pojedinačne urbane legende mogu se naći u tekstovima o novinskom poreklu legende o aligatorima u njujorškoj kanalizaciji ili o stvarnom izlivanju betona iz mešalice na parkirani automobil. Vidi L. Coleman, Alligators in the Sewers: A Journalistic Origin, *Journal of American Folklore*, Vol. 92. 1979. 335-338; L. W. Attebery, It Was a DeSoto, *Journal of American Folklore*, Vol. 83. No. 330. 1970. 454.

6 R. Dorson, *American Folklore*, University of Chicago Press, Chicago, 1961. 250-252.

7 J. H. Brunvand, *The Study of American Folklore*, W. W. Norton & Comp. New York – London, 1968. 208.

8 Prvi simpozijum je održan 1982. i rezultirao je prvom u nizu publikacija pod naslovom *Perspectives on Contemporary Legend*. U narednim zbornicima pod istim naslovom takođe su, tokom osamdesetih godina, objavljivani radovi sa simpozijuma.

kao i pojavom Brunvandovih knjiga⁹ folkloristi polako prepuštaju veristički pristup amaterskom zanimanju za urbane legende.¹⁰ U postmodernističkom bunilu, koje je zahvatilo deo američke antropologije, javio se novi veristički pristup samo obrnutog smera. Naime, određene urbane legende, poput legende o krađi organa, smatraju se verodostojnim svedočanstvima o počinjenim zločinima, a folkloristi se optužuju za njihovo prikriivanje,¹¹ iako se suprotstavljenost jedino može odvijati na sasvim drugom nivou – u polemici s vladinim činovnicima i ekspertima koji su po službenoj dužnosti istraživali "istinu" i na osnovu toga negirali trgovinu ljudskim organima.¹² I iz

9 Prva Brunvandova knjiga o urbanim legendama izašla je 1981. godine: J. H. Brunvand, *The Vanishing Hitchhiker. American Urban Legends and their Meanings*, W. W. Norton. New York – London, 1981.

10 Potraga za "istinom" i dokazivanje da su urbane legende netačne ("debunking") postali su naročito popularni razvojem Interneta i mnogobrojnih sajtova posvećenih dokazivanju neistinosti urbanih legendi. S druge strane, pojedini folkloristi su počeli da "opovrgavanje" urbanih legendi tretiraju kao deo folkloru i da ga proučavaju zajedno s urbanom legendom koja se "opovrgava". Vidi npr. P. Donovan, *No Way of Knowing: Crime, Urban Legends, and the Internet*, Routledge, New York, 2004.

11 U tom smislu je interesantna polemika između "militantne antropologinje" Nensi Šeper-Hjuz i folkloristkinje Veronik Kampion-Vensan. Vidi. N. Sheper-Hughes, *The Global Traffic in Human Organs*, *Current Anthropology*, Vol. 41. No. 2. 2000. 191-224; V. Kampion-Vincent, *On Organ Theft Narratives*, *Current Anthropology*, Vol. 42. No. 4. 2001. 555-558.

12 Takvu istragu je vršio Tod Levental iz USIA (United States Informative Agency) za potrebe Specijalnog izvestioca Ujedinjenih Nacija za trgovinu decom, dečiju prostituciju i dečiju pornografiju. Vidi T. Leventhal, *The Child Organ Trafficking Rumor: A modern 'Urban Legend'*, *United States Information Agency Report*, December 1994. 1-44.

ovog primera se jasno može sagledati da neoveristički pristup ne pripada domenu naučnih analiza već poslovima političkih profesionalaca i aspiranata.

Nepodesnost urbanih legendi za proučavanja koja teže da otkriju i lokalizuju difuziju kulturnih elemenata pokazao je Fajn uočavajući poligenetsko poreklo legende o mišu pronađenom u flaši "koka-kole", koristeći se klasičnim folklorističko-difuzionističkim pristupom.¹³ Stvaranje jedinstvenog komunikacijskog prostora na nacionalnim teritorijama, još pre uspostavljanja globalne komunikacijske mreže, učinilo je besmislenim klasičan postupak utvrđivanja pravaca i kanala difuzije. Razvoj fizičkog prenosa stvari i prenosne mreže informacija (telegraf i telefon) i saobraćaja koji je stotruko umnožio prostornu pokretljivost, uz eksploziju radija i televizije, u Americi je već do polovine dvadesetog veka stvorio nov komunikacijski sistem. U takvom sistemu je nemoguće čak i zamisliti kako bi izgledao pokušaj da se utvrde geografski kanali kojima putuju urbane legende, poput ranijih nastojanja da se definišu istorijske trase kojima su bajke stizale u Ameriku.¹⁴ Recentna, pretežno medijska, difuzija folklorne tvorevine, u ovom slučaju urbane legende, je klasičnog folkloristu dovela u položaj da uobičajenim tehnikama terenskog rada ne može da utvrdi "poreklo" pojedinačne legende. S druge strane, analogije koje sežu u dalju prošlost ostale su privilegija istoričara, prevashodno istoričara književnosti. Primarni poznavaoци klasičnih jezika, umetnosti i književnosti ranijih perioda, klasičari i medijevalisti mogli su da uočā-

13 G. A. Fine, Cokelore and Coke Low: Urban Belief Tales and the Problem of Multiple Origins, *Journal of American Folklore*, Vol. 92. No. 366. 1979.

14 F. L. Utley, The Migrations of Folktales: Four Channels to the Americas, *Current Anthropology*, Vol. 15. No. 1. 1974. 5-13.

vaju sličnosti antičkih¹⁵ ili srednjovekovnih¹⁶ tekstova sa savremenim urbanim legendama. S obzirom na to da je utvđivanje analogije vremenski udaljenih tekstova još uvek veoma daleko od bilo kakve genetske veze, potrebno je stalno upozoravati temporalne specijaliste na nemogućnost preskakanja vekova i milenijuma i njihove rezultate tretirati komparativno, a ne kontinualno.

3. Urbane legende u Srbiji: strane, a naše ili samo naše

Ni istočnonemački socijugendovci koji su okretali antene usmerene prema Zapadnom Berlinu na smer prema emisionom tornju državne televizije, ni mladi islamisti koji demontiraju satelitske antene sa teheranskih krovova nisu uspeeli niti će uspeti da spreče globalnu emisiju informacija. Ta emisija je, uz mnogo političkih, ekonomskih, kulturnih i inih posledica, obesmisllila pitanja odakle i kojim putem stigoše "ovde", kod bilo kojih "nas", neke priče, koje se još i nazivaju urbane legende.

Kanali difuzije nikada nisu ni bili suština proučavanja kretanja kulturnih elemenata, mada je složenost njihove rekonstrukcije dovela do potenciranja utvrđivanja kanala i načina difuzije potpuno potiskujući suštinska pitanja koja je trebalo da glase: zašto je neka kultura X iz kulture Y preuzela kulturni element A, a nije preuzela

15 Analogije s antičkim tekstovima pronađene su, na primer, za legendu o dobermanu koji su guši kao i za još neke urbane legende. Vidi A. Mayor, *Ambiguous Guardians: the "Omen of the Wolves"* (A.D. 402) and the "Choking Doberman" (1980s), *Journal of Folklore Research*, Vol. 29, 1992; B. Ellis, *De Legendis Urbis: Modern Legends in Ancient Rome*, *Journal of American Folklore*, Vol. 96. No. 380. 1983. 200-208.

16 Vidi S. Marchalonis, *Three Medieval Tales and Their Modern Americans Analogues*, *Journal of the Folklore Institute*, Vol. 13. 1976. 173-84.

kulturni element B i zašto je kultura X preuzeti kulturni element A transformisala u kulturni element A1. To znači da, u modernom, globalizacijski ustrojenom poretku, ranije hipostazirana rekonstrukcija difuzionih kanala, usled toga što bi ukazivanje na njih bilo na nivou opšteg mesta, nužno ustupa mesto proučavanju recepcije.

Ni teorija recepcije ni metodologija proučavanja prihvatanja/neprihvatanja/transformisanja importovanih kulturnih elemenata nisu razvijeni u meri u kojoj bi takva istraživanja mogla da odgovore na teorijski i životno važna pitanja. Potrebno je polje na kome bi se metodi konstruisali, oprobali, korigovali, a urbane legende izgledaju jedno takvo, sasvim pogodno ogledno polje. To znači da se proučavanje, lišeno gubljenja energije u pronalaženju kanala difuzije, može koncentrisati na komparativno-receptivni nivo i krenuti ka utvrđivanju uzroka recepcije ili odbijanja, kao i načina i obima transformacije.

Primerica recepcije i njenih modaliteta ima mnogo, a moguće je, s obzirom na apsolutnu komunikacijsku prozirnost, postaviti pitanje za svaku urbanu legendu koja postoji u globalnom fundusu, a nije akceptirana i registrovana u Srbiji, zašto se nije "primila" i koji su to sadržaji koji su sprečili njeno širenje.

Kada je reč o manjim modulacijama, kao primer koji bi predstavljao jednu mogućnost, može se navesti legenda o "Meksičkom ljubimcu" koja je nostrifikovana isključivo kroz lokaciju, jer je sredinom osamdesetih godina dvadesetog veka pričana i objavljena kao legenda o ljudima iz Srbije koji su doneli kućnog ljubimca prilikom povratka sa dugogodišnjeg poslovnog boravka u Maleziji.¹⁷

Drugi primer bi govorio o većoj transformaciji i promenama koje bi se, na nivou hipoteze, mogle pripisati socio-kulturnom miljeu. U vreme kada se u Americi širila legenda o medicinskoj intervenciji kojom je tamošnjem poznatom glumcu iz rektuma odstranjen manji

17 Legenda je prvo prenošena klasičnim, usmenim putem (1986-87. godine) da bi potom bila objavljena u listu "Politikin zabavnik".

glodar, u Srbiji je poznatom ovdašnjem pevaču pripisana hirurška intervencija kojom je sanirana povreda istog dela tela. Detaljna analiza koja bi obuhvatila sve legendarne detalje, od okolnosti pod kojima je došlo do povrede i lekarske intervencije do medijskih i popularnih predstava o liku konkretnog glumca/pevača, mogla bi dosta da kaže o sistemu vrednosti koji se ne iskazuje na manifestnom nivou, ali motivije primaoc/pričaoc da transformišu priču.

Ne poričući mogućnost nastanka autohtone urbane legende¹⁸ koja će biti specifična reakcija na specifičnosti date sredine, ovih nekoliko primera grubo ilustruje dijapazon recepcije koji se kreće od odbijanja preko transformacije do prihvatanja sa manjim modulacijama. Konkretna istraživanja urbanih legendi registrovanih u Srbiji, u neprestanoj komunikaciji s američkim i globalnim fundusom, mogu mnogo toga reći o kulturnom miljeu, vrednosnom sistemu i društvenim relacijama u samoj Srbiji, jer legenda koju svi pričaju sve govori o njima samima.

18 Autohtonim urbanim legendama mogu se smatrati priče o sticanju bogatstva koje, kroz više od jednog veka, prate socijalno ekonomski razvoj društva i sa njim respondiraju. Prisutnost tzv. internacionalnih motiva, poput iskopavanja zakopanog blaga, nema relevanciju koju takvim prisustvima pripisuju "tragači" po indeksima motiva. Takva potraga za motivima rezultira i iscrpljuje se ukazivanjem na to da se u nekoj legendi javlja motiv koji je u nekom indeksu motiva označen nekim brojem. Pitanje je koliko takvo indeksiranje uopšte pomaže interpretiranju legende koju je potrebno kontekstualno protumačiti da bi se utvrdilo njeno značenje. O različitim vrstama legendi o nastanku bogatstva vidi I. Kovačević, *Semiologija mita i ritula. Savremeno društvo*, Beograd, 2001. 25-49; I. Kovačević, *Tranziciona legenda o dobitnicima, Etnoantropološki problemi*, n.s. God. 1. Br. 2. Beograd, 2006. 11-25; I. Kovačević, *Legenda o poštaru – lopovu i biznismenu, Antropologija*, 1. Beograd, 2006. 9-18.

Betonirani "kadilak"

1. Građa – folkloristički zapisi

Jedna od najpopularnijih urbanih legendi kako u folklorističkoj literaturi, tako i na internet sajtovima o urbanim legendama je legenda o betoniranom "kadilaku". Javlja se u dve osnovne varijante koje imaju svoje podvarijante. Osnovna dva oblika se mogu nazvati "Sumnjičavi muž i štedljiva žena" i "Neverna žena". Budući da oblik "Neverna žena" ima dve podvrste one će, prema opisu trećeg lika u legendi biti nazvane "Neverna žena i pogrešni ljubavnik" i "Neverna žena i stvarni ljubavnik".

1. Sumnjičavi muž

Najpotpuniji primer prvog oblika daje J. H. Brunvand kao priču koju je lično čuo i naknadno zabeležio. U toj legendi radi se o vozaču kamiona s mešalicom za beton koji je "isporučivao svež beton na adresu u sopstvenom komšiluku što ga je navelo da svrati kući i pozdravi svoju ženu (ili da nešto uzme iz kuće). Kada mu je kuća bila u vidokrugu primetio je novi, sjajni "kadilak" parkiran ispred kuće i, potom, parkirao kamion sa svežim betonom pored "kadilaka", te krenuo iza kuće da istraži šta se zbiva. Čuo je glasove iz kuhinje i kada je pogledao kroz prozor video je svoju ženu kako razgovara sa lepo obučenim, nepoznatim čovekom. Bez dalje provere i bez ikakvog davanja znaka prisustva, vozač kamiona je spustio prozor na "kadilaku" i ispraznio sadržaj mešalice napunivši betonom cela kola. Kada se uveče vratio s posla uplakana žena ga je obavestila da je novi "kadilak", sada napunjen stegnutim betonom, njegov, da ga je ona kupila nakon dugotrajne i naporne štednje, da

je stranac u kući bio lokalni prodavac "kadilaka", koji je upravo tada doterao kola i sa ženom sređivao papire o vlasništvu."¹

U prvom, i do sada najobimnijem, sakupljanju folklorističke građe o betoniranju "kadilaka" folklorista Ber Tolken, početkom 60-ih godina, sakupio je 43 zapisa u kojima se javljaju i dva koja pripadaju podvrsti "Sumnjičavi muž", ali imaju drugačiji rasplet. Naime, u verziji iz Jute lepo obučeni čovek je bio iz kompanije u kojoj radi vozač kamiona i došao je da ga pozove na proslavu koja se upriličuje za radnike koji su već dugo verni firmi, dok je u verziji iz Masačuseca žena kupila "kadilak" od novca dobijenog na lutriji.²

U najnovijim i tehnološki drugačijim prikupljanjima urbanih legendi varijanta "Sumnjičavi muž", u obliku koji je zabeležio Brunvand, postala je osnovni oblik u Americi da bi se u nekim slučajevima, posle osnovnog oblika, navodili i evropski primeri varijante "Neverna žena". O tome govori tekst iz "Los Angeles Tajmsa" (1988) u kome se kao nečija najomiljenija urbana legenda navodi cela priča u varijanti "Sumnjičavi muž". Dominaciju podvrste "Sumnjičavi muž" potvrđuje i način na koji je postupljeno na najposećenijem sajtu o urbanim legendama Urban Legends Reference Pages gde naslovno određenje legende glasi:

"Čovek koji radi kao vozač kamiona s mešalicom za beton primetio je nepoznata kola parkirana ispred svoje kuće i posumnjao da vlasnik tih kola ima ljubavni odnos s njegovom ženom; za osvetu je napunio auto betonom, da bi kasnije saznao da su ta kola bila namenjena njemu kao poklon od žene."³

1 J. H. Brunvand, *The Vanishing Hitchhiker. American Urban Legends and Their Meanings*, W. W. Norton, New York – London, 1981, 126.

2 B. Toelken, *The Return of Cement Truck Driver*, *Oregon Folklore Bulletin*, 1. No.2. 1961; L. W. Attebery, *It Was a DeSoto*, *Journal of American Folklore*, Vol. 83. No. 330. 1970. 454; J. H. Brunvand, op. cit. 127.

3 www.snopes.com/love/revenge/concrete

Tek posle ovakvog osnovnog određenja, sledi podela na varijante "Sumnjičavi muž" i "Neverna žena" s primerima i jedne i druge varijante. Na nekim drugim, manje detaljnim, sajtovima o urbanim legendama, koji takođe odražavaju novije stanje urbanog folklora navodi se samo varijanta "Sumnjičavi muž".⁴ Dve decenije posle pojavljivanja prve Brunvandove knjige u kojoj se pominje "betonirani kadilak", a skoro četiri decenije od prve zabeležene priče, sam Brunvand u knjizi iz 1999. godine navodi kao jedinu varijantu "Sumnjičavi muž", što samo potvrđuje tezu da je ova varijanta postala dominantna forma.⁵

2. Neverna žena

Varijanta "Neverna žena" je dominantna varijanta u evropskim javljanjima legende o betoniranom automobilu. Bilo da je reč o legendi objavljenoj u novinama (Norveška) ili usmeno prepričavanoj (Engleska), evropska varijanta se svodi na stvarno neverstvo žene i pokušaj muževljeve osвете koja je usmerena ili na stvarnog ljubavnika ili na pogrešnu osobu. To znači da varijanta "Neverna žena" ima dve podvrste koje se mogu nazvati "Neverna žena i pogrešni ljubavnik" i "Neverna žena i pravi ljubavnik" u zavisnosti da li je muževljev gnev realizovan na potpuno pogrešnoj osobi tj. slučajno parkiranom automobilu, ili na poznatom automobilu poznatog čoveka koji se javlja u novoj ulozi ženinog ljubavnika. Druga relevantna razlika između norveške i engleske verzije je zamena automobila. U norveškoj verziji se umesto luksuznog sportskog automobila javlja starija

4 Kao primer vidi sajtove: [www.wintersteel.com.Urban legends](http://www.wintersteel.com.Urban%20legends) i www.warphhead.com/urbanlegends/ (iz 2002. godine).

5 J. H. Brunvand, *To Good to be True: The Colossal Book of Urban Legends*, W. W. Norton, New York – London, 1999.

"Folksvagenova" kabriolet "buba", dok je u engleskoj i dalje prisutan novi luksuzni sportski auto ("trijumf"), ali njegov vlasnik nije ljubavnik žene vozača kamiona.

A) Neverna žena i pogrešni ljubavnik – Engleska

Jedna od evropskih verzija varijante "Neverna žena" je engleskog porekla i u njoj dolazi do obrta izazvanog zabunom, pa muž kažnjava pogrešnog čoveka smatrajući ga ljubavnikom svoje žene.

"Prijatelj mog prijatelja koji je vozač kamiona s mešalicom za beton sumnjao je u vernost svoje žene. Jednoga dana, kada je uverio ženu da ima isporuku kilometrima daleko, dovezao se ispred kuće. Zavesa na prozoru spavaće sobe su bile navučene, a ispred kuće je bio parkiran novi kabriolet "trijumf". Zgrožen zvucima iz spavaće sobe došao je u trenutku do sjajne ideje – dovezao je kamion i pripremio istovar betona. Pokrenuo je mehanizam i napunio "trijumf" betonom. Kada se spremao da pođe, iz kuće je izašao omanji čovek lisičijeg lika koji je uzjahao bicikl i veselo okrećući pedale otišao u suprotnom pravcu."⁶

B) Neverna žena i pravi ljubavnik – Norveška

"Jedan žitelj Bergena, koji je pre nekoliko dana vozio kamion sa svežim betonom, čime se honorarno bavio, prolazeći pored svoje kuće primetio je parkirani auto, sa pokretnim krovom, vlasništvo njegovog prijatelja. Zaustavio je kamion i krenuo u kuću da se pozdravi. Međutim, zvuci iz spavaće sobe su mu jasno pokazali da prijatelj nije svratio da ga poseti, već je to učinio zbog njegove žene. Bez uznemiravanja para u spavaćoj sobi, čovek se vratio napolje. Otvorio je pokretni krov na automobilu i približio kamion sa svežim betonom. Tada je uključio uređaj za istovarivanje i napunio auto sa dva kubika betona. Kada je ljubavnik došao

6 R. Dale, *The Tumour in the Whale*, London 1978. 40. Navedeno i u J. H. Brunvand, *Choking Doberman and Other "New" Urban Legends*, W. W. Norton, New York – London, 1986. 220.

do svog automobila bio je potpuno uništen. Kasnije tokom večeri auto je uklonjen, a slučaj nije prijavljen policiji. ⁷

Nakon osnovnog "izveštaja", objavljenog u lokalnim novinama, "vest" su preneli i norveški nacionalni listovi u kojima je "precizirano" da se u incidentu u Bergenu radilo o "Folksvagenu" iz 1966. godine. Konkurentske lokalne novine istražile su slučaj i pokazale da se ništa slično u Bergenu nije dogodilo što je dovelo do priznanja da se radi o "međunarodnoj novinarskoj šali". Ipak je događaj, koji se, zapravo, dogodio samo na stranicama lokalnih novina, bio prikazan u karnevalskoj povorci povodom norveškog dana nezavisnosti kao "folksvagen" pun betona. ⁸

Varijanta "Neverna žena" zabeležena je i u Americi. ⁹ Čak bi se Tolkenov tekst mogao protumačiti i kao dominacija ove legende u korpusu od 43 pristigla opisa o kojima piše 1962. godine. Međutim, izgleda da ni Tolken, odnosno ni njegovi informanti, nisu pravili razliku između različitih načina i rezultata provere bračnog neverstva. U jednom slučaju radi se o uverenju da je neverstvo počinjeno bez ikakve provere i takve slučajeve Tolken konstatuje, ali nema diferenciranja između različitih provera kao što su npr. a) "pogledao kroz prozor i video ženu kako razgovara sa nepoznatim" i b) "pogledao kroz prozor i video ženu u krevetu sa nepoznatim" ili čak samo "otišao iza kuće i pogledao kroz prozor" bez preciziranja šta je video tj. da li je zaključak o neverstvu donet na osnovu posrednog zaključka ili direktnog i neporecivog uvida. Potrebno je naglasiti da su odzivi na Tolkenov poziv stigli na osnovu objavljene legende u kojoj se bračno neverstvo smatra utvrđenim, pa su stoga mogli biti i tome saglasni. Nedostupnost Tolkenove građe, budući da je publikovan samo rezime, unosi ne-

7 J. H. Brunvand, *The Vanishing Hitchhiker. American Urban Legends and Their Meanings*, W. W. Norton, New York – London, 1981. 130.

8 J. H. Brunvand, op. cit. 131-2.

9 J. H. Brunvand, op. cit. 127; L. W. Attebery, op. cit.

jasnoću u pitanje dominacije jedne ili druge verzije. Već za prvu Tolkenovu verziju Brunvand konstatuje da "ironičan ton zamenjuje kritikom ženinog ponašanja i delimično govori o njenom kažnjavanju".¹⁰ Iz Brunvandove primedbe da se u najvećem broju verzija pominje konkretni lokalni prodavac automobila može se zaključiti da je njegov stav da varijanta "Sumnjičavi muž" dominira u odnosu na varijantu "Neverna žena". To potvrđuje i G. A. Fajn jer interpretira obrt u legendi, obrt ljubavnika u prodavca automobila koji postoji samo u varijanti "Sumnjičavi muž".¹¹

2. Betonirani "kadilak" u američkoj folkloristici

Legenda o betoniranom "kadilaku" bila je predmet tipološkog svrstavanja i parcijalnog tumačenja u radovima američkih folklorista Jana Harolda Brunvanda¹² i Gerija Alana Fajna¹³.

1. J. H. Brunvand

Jan Harold Brunvand je poglavlje pod naslovom "Ljubakanje, golotinja i noćne more" knjige "Autostoperka koja nestaje" započeo legendom o betoniranom "kadilaku".¹⁴ Opisujući svoj prvi kontakt s legendom, Brunvand piše da ju je čuo šetajući obalom jezera Mičigen u društvu porodice i prijatelja kada je sused njegovih roditelja započeo priču o neobičnom incidentu u kome je uče-

10 J. H. Brunvand, loc. cit.

11 J. H. Brunvand, op. cit.129; G. A. Fine, Goliath Effect: Corporate Dominance and Mercantile Legends, *Journal of American Folklore*, Vol. 98. No. 387. 1985. 79.

12 J. H. Brunvand, op. cit. 125-132.

13 G. A. Fine, op. cit.

14 J. H. Brunvand, op. cit.125.

stvovao vozač kamiona s mešalicom za beton. Brunvand je, kao sveži doktor folkloristike, registrovao priču, ne usudujući se da odmah zaključi kako je reč o legendi, da bi već istog leta u časopisu "Oregon Folklore Bulletin" pročitao belešku folkloriste Bera Tolkena koji je pozvao kolege i studente da mu pošalju sve priče sličnog sadržaja. Od tada, Brunvand prati razvoj folklorističkih saznanja o betoniranom "kadilaku" kroz Tolkenov rezime 43 pristigle legende, kao i izveštaj folkloriste Ateberija o konkretnom događaju koji se dogodio u Dalasu i u kome je jedan od učesnika izručio više tona betona u automobil marke "DeSoto" iz 1946. godine, da bi, na kraju, pažnju posvetio norveškoj verziji koja se javila u dnevnim novinama norveškog grada Bergena

Uz napomenu da Brunvandova knjiga predstavlja, u najvećoj meri, presek i sažetak folklorističke građe o legendama na koje se odnosi, potrebno je napomenuti i nekoliko njegovih zaključaka o betoniranom "kadilaku", koji mogu biti predmet osporavanja ili dalje razrade. Objašnjavajući kontinuiranu popularnost legende o betoniranom "kadilaku", Brunvand smatra da ona proizlazi iz "zadovoljavajućeg primera kako neverna žena i muž koji je neprovereno sumnjiči – jedanput – dobijaju šta su zaslužili. Tako se vozač kamiona, koji na početku izgleda kao odlučni junak, na kraju pokazuje kao impulsivna budala kažnjena zbog pogrešnog sumnjičenja. Druga moguća poruka priče pokazuje kako se radnik, vozač kamiona, obračunao s bogatim čovekom i njegovim skupim kolima."¹⁵ Brunvandova konstatacija da se radi o kažnjavanju nevernog bračnog partnera potpuno je pogrešna, jer žena ni u jednoj varijanti nije objekt muževljeve osvete. Nasuprot, ona je potpuno izuzeta iz dalje radnje, a osveta je usmerena na rivala što taj motiv dovodi u vezu sa najraznoražnijim pričama o "borbi za ženu", tako da je nemoguć

15 J. H. Brunvand, op. cit.129.

zaključak da popularnost legende proizlazi iz toga da se radi o tome da je žena "dobila šta zaslužuje".

Komentarišući norvešku varijantu legende, Brunvand pretpostavlja da je zamena, koja se javlja u norveškoj verziji, "kadilaka" ili nekog drugog skupog automobila "Folksvagenovim" kabrioletom posledica "različitih životnih stilova i ekonomskih uslova". Uz to, dodaje Brunvand, ova zamena uklanja mogućnost da evropska legenda šalje poruku o mogućnosti obračuna s bogatašem.¹⁶

2. G. A. Fajn

Gerri Alan Fajn je o betoniranom "kadilaku" pisao u tekstu "Golijat efekat: korporacijska dominacija i merkantilne legende", gde je čitavoj podvrsti urbanih legendi, koje se odnose na biznis, dao naziv "merkantilne legende". U pionirskom radu, kojim je postavljena osnova za tumačenje velikog broja legendi u čijoj se osnovi nalaze priče o proizvodima velikih korporacija, G. A. Fajn je napravio izvesne propuste koji se upravo odnose na legendu o betoniranom "kadilaku" kao i na još jednu legendu iz "automobilskog ciklusa". Za razumevanje osnovnog pojma "merkantilne legende", ideje o "Golijat efektu" kao i za obrazloženje mogućih zamerki, kada su automobilske priče u pitanju, potrebno je nešto detaljnije navesti Fajnov tekst:

"Legende, koje folkloristi karakterišu kao "urbane" često imaju kao centralno dešavanje ili aktera biznis ili korporaciju. Izabrao sam naziv "merkantilne legende" da bih označio ovu podklasu urbanih verovanja.

Merkantilne legende tipično govore o vezi korporacije i neke štetne situacije ili događaja. Najpoznatije od njih su "Kentaki pečeni pacov", "Miš u koka-koli" i "Mrtvac u automobilu". Ostale merkantilne legende

16 J. H. Brunvand, op. cit.132.

uključuju priče o crvima u "McDonalds" hamburgerima, paukova jaja u žvakaćim gumama "Bubble Yum", smrtonosne eksplozije bombona "Pop Rock", zmije u odeći "K Mart" ili gaće "Jokey" koje uzrokuju sterilitet. Ove merkantilne legende se mogu posmatrati kao mini dokumentarne drame u kojima se nešto strašno desilo nevinim žrtvama: osoba kupuje jeftin proizvod ali otkriva da je on zastrašujuće neispravan. Čak i legenda "Mrtvac u kolima", gde se nedostatak ne može pripisati pohlepi ili nebrizi proizvođača, sledi ovaj obrazac. U ovom slučaju kola su jeftina kao rezultat smrti nepoznate osobe, smrti koja nije nigde ni notirana, što je karakteristika modernog života."¹⁷

G. A. Fajn, dalje, uočava tri osnovna tipa negativnih karakteristika velikih kompanija koje u merkantilnim legendama mogu biti:

1. Kompanije zla. Slučaj kada je vrh kompanije povezan sa nekim ideologijama zla (satanizam, nacizam) i sasvim namerno nanosi štetu.

2. Kompanije prevare. Kompanije koje svesno i namerno konstantno koriste štetne ili neprimerene materije u izradi svojih proizvoda, i

3. Kompanije nemara. Kompanije kojima se jednokratno ili povremeno dešava da usled nedovoljne pažnje njihov proizvod bude kontaminiran ili štetan.¹⁸

Istražujući merkantilne legende G. A. Fajn je tokom 1981. i 1982. godine sproveo istraživanje o poznavanju tih priča i naziva kompanija koje se u legendama pominju.¹⁹ Od 12 legendi koje su bile ponuđene, studenti su u procentu većem od 10 znali za 6 legendi među kojima je, na 6. mestu, legenda o mrtvacu u kolima. Distribucija marke automobila se razlikovala od distribucije u preostalih 5 legendi jer se u njima skoro 90% ispitanika složilo da se radi o jednoj, najpoznatijoj kompaniji, dok su se u slučaju automobila

17 G. A. Fine, op. cit. 64.

18 G. A. Fine, op. cit. 64-65.

19 G. A. Fine, op. cit. 65-72.

mešali i "ševrolet" (4 ispitanika) i "kadilak" (6 ispitanika). Odstupanje od ostalih merkantilnih legendi nije navelo G. A. Fajna da posumnja u pripadnost ove legende podvrsti već je postojeće grupisanje potkrepio stavom, koji malo šta dokazuje, da se radi o dve prestižne kompanije. I pored toga što smrt vozača u automobilu nema nikakve veze sa nemarom kompanije i samim tim se ne radi o merkantilnoj legendi, u daljoj analizi Fajn pristupa legendi o mrtvacu u automobilu drugojačije, uočavajući prestižni karakter samog proizvođača tj. automobila bio on "ševrolet" ili "kadilak":

"U nekoliko priča o luksuznim predmetima nedostupnim širokim slojevima potrošača postoji ambivalentnost između želje za tim proizvodom i straha od njegovog posedovanja. Ovo je očigledno u priči "Mrtvac u automobilu", legendi čiji se cilj menja u predstavu o sticanju prestiža. Vrsna sportska kola su prodana za smešno malu svotu zato što je neko umro u njima i što se miris smrti ne može otkloniti. Na primer:

"Da li ste čuli o novom "tanderbirdu" koji je prodat za samo 200 dolara? Neko je umro u njemu i telo nije pronađeno više nedelja tako da sada strašno smrdi i smrad se ne može otkloniti, tako da je prodat za 200 dolara." (Zabeležio Fajn septembra 1979 na radio programu u Tander Beju, država Ohajo, gde je legendu ispričao voditelj koji je priču prvi put čuo kao srednjoškolac početkom 1960-ih godina).

Ljudsko iskustvo sadrži psihološku tenziju između zavisti prema onome ko ima skupa kola i nesvesnog prepoznavanja činjenice da bogatstvo ne čini život večnim. Miris iz automobila nije samo od mrtvaca već i od nečasne zarade. Prestižna kola simbolizuju bogatstvo; legenda sugerise da je jedini način da prosečni radnik poseduje takav proizvod da taj proizvod bude defektan – drugim rečima da smrdi."²⁰

Već tipologija G. A. Fajna pokazuje da legenda o jeftino prodanom automobilu u kome se oseća miris mrtvaca ne pripada ni jednom tipu, jer se na osnovu legende ni "kadilak" ni "ševrolet" ne mogu svrstati ni u "kompanije zla", niti u kompanije "prevare" ili "ne-

mara". Proizvođači ne učestvuju u radnji legende pa čak ni kao "prestižne" kompanije. Stav da smrt o kojoj niko ništa ne zna, kojoj niko ne poklanja pažnju i koja nije notirana čak ni u novinama predstavlja obeležje modernog života je po sebi tačan ali nema nikakve logičke veze sa pripadnošću legende o "mrtvacu u kolima" merkantilnim legendama. U legendi o automobilu sa mirisom smrti, što i sama Fajnova analiza potvrđuje, radi se o skupom, kvalitetnom i prestižnom proizvodu, a ne o prestižnoj kompaniji.

G. A. Fajn u merkantilne legende uključuje i legendu o betoniranom "kadilaku". Smatrajući Golijat efekat univerzalnim, Fajn odbacuje Brunvandov stav da zamena "kadilaka" malim "folkswagenom" u norveškoj verziji odražava različite životne stilove dvaju zemalja. On navodi da ima i usmeni podatak od folkloristkinje Linde Dež o javljanju "folkswagena" ne samo u Norveškoj već i u američkoj verziji legende, i zastupa stav da priča nije priča o automobilu per se, već da je njegova marka bitna i simbolična tj. označava veliku kompaniju. Povezujući obe legende Fajn piše:

"Slična tema se javlja u legendi o betoniranom "kadilaku". Kao i "korveta" ili "tanderbird", "kadilak" nije najprodavaniji auto, ali ima oreol prestiža. I naratori i publika prihvataju da je vlasnik "kadilaka" nemoralni preljubnik kao i da je prava osveta muža, vozača kamiona s mešalicom za beton, da mu napuni auto betonom. (...) Veza "kadilaka" i kamiondžije reflektuje Olrikov zakon kontrasta (1909), ovde izražen kao kontrast zavodnika i rogonje, kontrast čoveka dokolice i radnog čoveka, imućnog čoveka i najamnog radnika, vozača sopstvenih skupih kola i vozača kamiona u tuđem preduzeću (Sanderson 1980: 381). Svakako tekst legende upozorava da se ne oslanjamo previše na ovu opoziciju. Na kraju, muž je uništio sopstveni "kadilak", a čovek koji je razgovarao s njegovom ženom je takođe najamni radnik – prodavac automobila."²¹

21 G. A. Fine. op. cit. 79. Fajn aplikaciju Olrikovog zakona kontrasta, koju komentariše, preuzima od britanskog folkloriste Stjuarta San-

Fajnov tekst o merkantilnim legendama predstavlja spoj opservacija i zaključaka koji su definisali neka veoma važna polja istraživanja urbanih legendi, zatim podsticajnih ideja koje mogu poslužiti kao usmerenje u daljoj analizi pojedine legende i potpuno pogrešne klasifikacije i to upravo legende koja je predmet analize u ovom radu. Pojam "merkantilnih legendi", kao što je već rečeno, predstavlja Fajnovu inovaciju i utire put, kako formalnoj klasifikaciji, tako i interpretaciji tog tipa legendi. Fajn to čini definišući i analizirajući "Golijat efekat" kao karakteristiku tih legendi.

U razmatranju pojedinačnih priča, pogotovo legendi o "Mrtvacu u kolima" i o "Betoniranom kadilaku", Fajn čini osnovnu klasifikatorsku grešku jer te legende nemaju baš nikakve veze s merkantilnim legendama, shvaćenim onako kako ih je definisao sam Fajn, i ne mogu biti svrstane ni u jednu od podvrsta tih legendi (legende o kompanijama zla, o kompanijama prevare i o kompanijama nemara). Prestižni karakter marki i tipova automobila koji se pominju u ove dve legende je svakako od velikog značaja za njihovu analizu, ali nije dovoljan razlog za njihovo svrstavanje u tipove kojima ni sadržajno ni značenjski ne pripadaju.

Kada je konkretno reč o legendi o "Betoniranom kadilaku", Fajn odbacuje Brunvandovu hipotezu da razlika u automobilu između Amerike i Norveške odražava različite životne stilove. S druge strane, već u raspravljanju o legendi "Mrtvac u automobilu" Fajn uključuje socijalno-značenjski aspekt pretpostavljajući da fizički smrad skupog automobila može značiti socijalni smrad nečasno stečenog bogatstva i da poruka koju legenda šalje može, zapravo, biti obaveštenje siromašnom radniku da do skupih stvari može doći samo ako su defektne tj. "ako smrde".

persona koji se u dva navrata bavio automobilskim folklorom: S. Sanderson, *The Folklore of Motor-Car*, *Folklore*, Vol. 80. No. 4. 1969. i S. Sanderson, *Why Was it a DeSoto*, u V. J. Newall (ed.), *Folklore in the Twentieth Century*, 1980.

Fajn, takođe, u razmatranju legende o "Betoniranom kadilaku" uključuje socijalnu optiku navodeći Sandersonovu primenu "zakona kontrasta". Naime, "zakon kontrasta" danskog folkloriste Aksela Olrika primenjen na legendu o "Betoniranom Kadilaku" ukazuje na "kontrast zavodnika i rogonje, kontrast čoveka doko-lice i radnog čoveka, imućnog čoveka i najamnog radnika, vozača sopstvenih skupih kola i vozača kamiona u tuđem preduzeću". Međutim, Fajn, uočavajući da insistiranje na kontrastu ne može objasniti legendu u celini, ne ide dalje od "saveta" da se na ovu opoziciju ne treba previše "oslanjati". Interesantno je njegovo objašnjenje u kome pominje da je radnik uništio sopstveni auto i da se konfrontirao sa prodavcem automobila, dakle sa nekim ko je u istom socijalnom položaju – položaju najamnog radnika. Iz ovoga se vidi da Fajn nije razumeo dve stvari koje predstavljaju političku i ideološku osnovu legende. Prvo, da je nesvesno uništenje sopstvene imovine kazna za ponašanje koje, u krajnjoj liniji, vodi nasilnom menjanju socijalno-imovinske strukture društva i drugo, da u legendi, sasvim očigledno, ne postoji svesna konfrontacija dva najamna radnika, jer nije logično smatrati uništenje već prodatog "kadilaka" nanošenjem štete prodavcu automobila.

3. Analiza

Za sagledavanje sadržaja svih varijanti legende o betoniranom "kadilaku" potrebno je raščlaniti sve varijante i podvrste na sastavne delove – legendeme. U svakoj varijanti i podvrsti izdvojićemo aktere, uzročnika sumnje, način provere sumnje, nameravani objekt osvete, nanetu štetu i završni status glavnog aktera. Na osnovu ovakvog izdvajanja osnovnih sastavnih jedinica legende moguće je sačiniti sledeću tabelu koja opisuje sve varijante i podvrste.

<i>Varijanta</i>	<u>Neverna žena i pravi ljubavnik</u> Evropska varijanta	<u>Neverna žena i pogrešni ljubavnik</u> Engleska varijanta	<u>Sumnjičavi muž i štedljiva žena</u> Američka varijanta
Akteri 1. pretpostavljeni status 2. realan status (naknadno otkriven ili spoznat)	<u>MUŽ</u> 1. sumnjičavi muž 2. osvetnik, prevareni muž	<u>MUŽ</u> 1. sumnjičavi muž 2. budala, prevareni muž	<u>MUŽ</u> 1. sumnjičavi muž 2. budala, nije prevaren
	<u>ŽENA</u> 1. neverna žena 2. neverna žena potvrđeno neverstvo	<u>ŽENA</u> 1. neverna žena 2. neverna žena potvrđeno neverstvo	<u>ŽENA</u> 1. neverna žena 2. štedljiva žena nepotvrđeno neverstvo
	<u>LJUBAVNIK</u> 1. osumnjičeni ljubavnik - vlasnik folksvagena 2. stvarni ljubavnik, prijatelj - vlasnik skromnog automobila	<u>LJUBAVNIK</u> 1. osumnjičeni ljubavnik - vlasnik prestižnog, luksuznog automobila 2. stvarni ljubavnik - vlasnik bicikla	<u>LJUBAVNIK</u> 1. osumnjičeni ljubavnik - vlasnik prestižnog kadilaka 2. prodavac automobila koji nije ženin ljubavnik
Uzročnik sumnje	skromni auto	luksuzni auto	luksuzni auto
Provera	potpuna provera	nepotpuna provera	bez provere ili nepotpuna provera
Nameravani objekt osvete	stvarni ljubavnik poznata osoba, prijatelj	stvarni ljubavnik nepoznata osoba	osumnjičeni ljubavnik, nepoznata osoba
Naneta šteta	nameravanoj osobi	pogrešnoj osobi	samom sebi

Tabela elemenata iz kojih su sastavljene legende pokazuje da varijanta nazvana "Neverna žena i pogrešni ljubavnik" predstavlja prelaznu, transformacijsku varijantu između dva osnovna tipa koji se kao takvi pokazuju tek na osnovu analitičke tabele. Transformacijska priroda ove varijante se iskazuje na način na koji su elementi "pozajmljeni" iz osnovnih varijanti. Iz tipa "Sumnjičavi muž i štedljiva žena" u medijacijskoj formi se nalaze sledeći elementi: sumnjičavi muž, osumnjičeni ljubavnik, luksuzni automobil, objekt osvete, i završni status – budala. Iz tipa "Neverna žena i stvarni ljubavnik" u medijacijskoj formi nalaze se elementi neverna žena i stvarni ljubavnik. Ovaj oblik ima i dva prelazna elementa: nepotpunu proveru i štetu nanetu pogrešnoj osobi. Nepotpuna provera je prelazni element u odnosu na odsustvo provere i potpunu proveru, dok je šteta naneta trećoj pogrešnoj osobi prelazni oblik u odnosu na šteta naneta samom sebi i štetu nanetu stvarnom ženinom ljubavniku. U engleskoj legendi,²² gde je na sceni engleski automobil (sportski kabriolet marke "trijumf"), sumnja u bračno neverstvo postoji od ranije i u naraciji je indirektno potvrđena (spuštene zavese u spavaćoj sobi, uverljivi zvuci i izlazak iz kuće nepoznatog čoveka čiji boravak u kući ostaje bez nekog drugog objašnjenja). Međutim, nepotpunost provere dokaza o neverstvu omogućuje grešku u otkrivanju i kažnjavanju drugog krivca za bračno neverstvo – ljubavnika, što liči na verziju "Sumnjičavi muž", ali samo u delu o neopravdano osumnjičenom saučesniku.

Iz ovog poređenja može se zaključiti da legenda o betoniranom "kadilaku" ima dve varijante nazvane "Sumnjičavi muž i štedljiva žena" i "Neverna žena i pravi ljubavnik" dok je transformacijska verzija "Neverna žena i pogrešni ljubavnik" vremenska, prostorna ili samo logička kopča koja povezuje ove

22 R. Dale, loc. cit.

dve osnovne varijante. Stoga će se dalja analiza usmeriti na osnovne varijante, njihovo poređenje i uključivanje u ideacione sisteme kao idejne kontekste uz medijacijsku formu kao posrednu.

Legende treba posmatrati u tri relevantna značenjska nivoa. Same legende u svim varijantama u prvi plan postavljaju bračni odnos muža i žene, u emotivnom, seksualnom i socijalnom smislu, kao osnovni odnos i stoga što je taj nivo prvi pri utvrđivanju značenja koje legende nose. Sve varijante eksplicitno govore o ekonomskom položaju aktera i to veoma potencirano kada suprotstavljaju aktere različitih ekonomskih položaja, ukazujući i na osnove takvog položaja. Konstatcija G. A. Fajna²³ da prestižna kola u legendi o "Mrtvacu u automobilu" simbolišu bogatstvo i sugerišu da je njihova defektnost jedini način da ih prosečan radnik poseduje, usmerava pažnju tom pravcu i u analizi priča o betoniranom "kadilaku". Neke od varijanti legende govore i o načinima uspostavljanja i promene odnosa između različitih društvenih grupa, govoreći na taj način o političkim odnosima, što im daje direktno ili indirektno političko značenje. Na ove elemente, kao elemente konfrontacije radnika i bogataša ukazao je Brunvand²⁴, ne ulazeći u suštinu značenja legende, pa samim tim nije ni osvetlio kakvu poruku legenda nosi. To znači da je potrebno sagledati šta varijante legende govore, kada je reč o socijalnom odnosu na nivou braka i porodice, zatim šta govore o ekonomskom položaju i opštem ekonomskom sistemu i, na kraju, šta govore o relacijama velikih i ekonomskim položajem definisanih društvenih grupa tj. sagledati politički značenjski nivo.

23 G. A. Fine, loc. cit.

24 J. H. Brunvand, op. cit. 129, 132.

Varijanta	<u>Neverna žena i pravi ljubavnik</u>	<u>Neverna žena i pogrešni ljubavnik</u>	<u>Sumnjičavi muž i štedljiva žena</u>
Socijalni nivo	Brak kao emotivno-seksualna zajednica zasnovana na posedovanju	Brak kao emotivno-seksualna zajednica zasnovana na posedovanju	Brak kao emotivno-seksualna i socio-ekonomska zajednica
Eko- nomski nivo			Otvorena mogućnost sticanja – rad i štednja
Politički nivo		Negacija seksualno-ekonomskog rivaliteta – nesuprotstavljanje socijalno i imovinski različitih kategorija.	Ugledanje umesto suprotstavljanja. Negiranje nasilnog menjanja socijalno-ekonomske strukture.

Neverna žena i pravi ljubavnik – evropska legenda

Evropska varijanta "Neverna žena i pravi ljubavnik" pripada čitavom spletu manje ili više neobičnih priča o bračnom neverstvu i osveti muža ljubavniku svoje žene. Ona govori o braku kao o posedovanju bračnog partnera i iz takvog posedičkog odnosa proizlazi suprotstavljanje i osveta spram onog koji na neki način pokuša da preotme bračnog partnera. Karakteristika ove legende je osveta upravljena na rivala, a ne na ženu, što može govoriti o stavu da je žena nemoćna da se odupre muškoj želji i da stoga svaki kontakt bez prisustva muža može lako da se izrodi u preljubu. Stoga je žena "zatvorena" u kući i svaki ulazak u taj prostor je nasilje ili zloupotreba nekog postojećeg socijalnog odnosa ("prijateljstvo"). Tačna je Brunvandova opaska da varijanta "Neverna žena i pravi ljubavnik" uklanja mogućnost evropskoj legendi da

šalje poruku o obračunu s bogatašem²⁵ i da samim tim pripada drugoj socijalnoj sferi, sferi porodičnih tj. bračnih odnosa. Ona ništa ne govori o društvenoj diferencijaciji, o raslojavanju, o preporučenom ili ismejanom načinu odnošenja društvenih slojeva.

Američka recepcija evropske humorističke priče o bračnom neverstvu, poznata kao priča o prikradanju kući ("Sneaking-Home Tales"), ima obeležje etničkog humora jer kao likove često uzima Fince, Skandinavce ili Italijane.²⁶ Folkloristička istraživanja dovode ovaj motiv u vezu sa rudarskim pričama iz Kornvola koje su sa rudarima iz kornvolskih rudnika stigle u Ameriku.²⁷ Medjutim, prikradanje sosptvenoj kući kao element naracije koji "obeležava" ovu folklornu formu može prikriti različite semantičke sadržaje, jer se kao ljubavnik uhvaćen na delu javljaju i nepoznati čovek, stranac i kolega s posla i šef. To bi značilo da je ova folklorna forma samo narativni nosilac priče, koja se potom semantički razgranava i to kako u standardnoj formi koju je istraživao A. Grin, tako i u slučaju betoniranog automobila.

Neverna žena i pogrešni ljubavnik – medijacijska forma

S druge strane, varijanta "Neverna žena i pogrešni ljubavnik", u kojoj je socijalni odnos bogati – siromašni iskazan kroz automatsku i ničim proverenu sumnju da je bogataš zapravo zavodnik i kradljivac žena i to eksplicitno u engleskoj varijanti,²⁸ a samo hipotetički

25 J. H. Brunvand, op. cit.132.

26 A. Green, Boss, Workman, Wife. Sneaking-HomeTales, *Journal of American Folklore*, Vol. 106. No. 420. 1993.

27 W. D. Hand, California Miner's Folklore: Below Ground, *California Folklore Quarterly*, Vol. 1. No. 2. 1942. 135-136; W. D. Hand, The Folklore, Customs, and Traditions of the Butte Mine, *California Folklore Quarterly*, Vol. 5. No. 1. 1946. 18-19; C. Bancroft, Folklore of the Central City District Colorado, *California Folklore Quarterly*, Vol. 4. No. 4. 1945. 331-332.

28 R. Dale, loc. cit.

u američkim medijacijskim formama o kojima nemamo dovoljno jasnu sliku,²⁹ otvara pitanje uspostavljanja odnosa između socijalnih slojeva. Ova legenda pravi "budalu" od sumnjičavog i prevarenog muža, jer se kao pravi vinovnik njegovog "rogonjstva" ne javlja bogati dokoličar u sportskom "trijumfu" već je to "mali čovek lisičijeg lica" koji se dovezao i odvezao biciklom. To bi značilo da se pretpostavljeni "kontrast čoveka dokolice i radnog čoveka, imućnog čoveka i najamnog radnika, vozača sopstvenih skupih kola i vozača kamiona u tuđem preduzeću" unutar legende transformiše u sukob oko žene, koji se odigrava između dva čoveka identičnog socijalnog položaja. Vozač skupih sportskih kola nije automatski bogati, amoralni preljubnik, pa se njegovo bogatstvo kao izvor sumnje pokazuje neprimerenim. Klasne nejednakosti ostaju u sferi socijalnih i ekonomskih odnosa i ne transponuju se na emotivno-seksualnu sferu. Bez obzira na početnu sumnju, rasplet pokazuje da te dve sfere ostaju razdvojene, kao što i socijalne kategorije zasnovane na materijalnom bogatstvu i na njemu pretpostavljenoj ulozi u procesu rada ostaju razdvojene bez mogućnosti transcendiranja.

Sumnjičavi muž i štedljiva žena

I u ovoj varijanti brak je predstavljen kao emotivno-seksualna zajednica što se očituje u napadu ljubomore izazvanom parkiranim luksuznim kolima ispred kuće. Međutim, to nije jedini oblik veze između bračnih partnera o kojoj govori ova varijanta legende. Naime, kao i u svim drugim varijantama muž je taj koji zarađuje kao vozač kamiona sa mešalicom za beton, ali se u ovoj verziji i žena javlja kao učesnik u ekonomskim poslovima domaćinstva kroz stvaranje uštedevine "dugotrajnom i napornom štednjom". To znači da je brak opisan i kao ekonomska zajednica u kojoj oba partnera učestvuju u ekonomskim aktivnostima.

29 G. A. Fine, loc. cit.

Opisivanje braka kao ekonomske zajednice daje osnovu za ključno razlikovanje ove varijante od obe koje govore o "nevernoj ženi". Istovremeno na istoj osnovi je i krucijalni element za razumevanje varijante i celine njenog položaja u odnosu na značenja druge dve varijante. Taj element se sastoji iz tvrdnje da brak, kao ekonomska zajednica, radom i štednjom omogućuje sticanje dobara, pa čak i onih dobara koja se mogu smatrati prestižnim. "Kadilak" je nesporno prestižna marka luksuznih automobila, kao i sportski automobili Ševroletova "korveta" ili Fordov "tanderbird"³⁰, kao i luksuzni automobil marke "Oldsmobil" koji se javlja u jednoj zabeleženoj verziji.³¹ Upravo takva, prestižna kola, kaže ova varijanta legende, dostupna su i porodici vozača kamiona s mešalicom za beton ukoliko se porodica ponaša složno i ekonomski racionalno.

Realna radna osnova socijalnog položaja vozača kamiona s mešalicom za beton je, dokle god se bavi tim poslom, nepromenljiva i determiniše i socijalni ugled i društvenu moć, kao i materijalno bogatstvo koje može steći. Sva ta statična obeležja društvenog položaja ne mogu se menjati izuzev promenom radne osnove, ali je preraspodelom unutar stečene vrednosti moguće neki od statusnih simbola zameniti prestižnim. To znači da je stariji, neprestični model porodičnog automobila moguće, zahvaljujući naporenoj štednji, zameniti prestižnim "kadilakom" i na taj način pokazati da je i radna osnova vozača kamiona kompetitivna kada je reč o prestižnim automobilima. Ako je tačno Fajново tumačenje, da legenda "Mrtvac u kolima" sugerise kao jedini način kojim prosečni radnik može steći takav proizvod da taj proizvod bude defektan,³² onda je jasno da legenda o betoniranom "kadilaku" u varijanti "Sumnjičavi muž i štedljiva žena" govori suprotno. Sandersonova primena Olrikovog zakona kontrasta opozicionira rad-

30 G. A. Fine, loc. cit.

31 L. W. Attebery, loc. cit.

32 G. A. Fine, loc. cit.

nog čoveka, najamnog radnika i vozača tuđeg kamiona s imućnim čovekom dokolice, vlasnikom skupih kola³³, dok Brunvand smatra da legenda tu konfrontaciju razrešava obračunom radnika, vozača kamiona s bogatim čovekom i njegovim skupim kolima.³⁴ Ako primarna konfrontacija proizlazi iz same legende u delu gde ona govori o socio-ekonomskim razlikama, budući da kontrast zavodnik – rogonja postoji samo na početku i razrešava se u savim drugom pravcu, onda legenda daje drugačije razrešenje suprotstavljanja od onog o kome govori Brunvand. Naime, nema nikakvog "obračuna" već onaj koji se "obračunava" ispada "budala" što je konstatovao i Brunvand, ne uviđajući povratni značaj raspleta priče na priču u celini. Umesto suprotstavljanja legenda insistira na kompetitivnom ugledanju, koje znači nastojanje da se socijalne razlike iskazane u prestižnim simbolima dostignu sopstvenim naporima, a ne uništavanjem onoga što i nije nedostižno. Na opštijem ideološkom i političkom nivou poruka legende o sumnjičavom mužu i štedljivoj ženi negira nasilno menjanje socijalno-ekonomske strukture i insistira na iluziji vertikalne socijalne pokretljivosti oličene u mogućnosti pribavljanja prestižnih simbola.

4. Hipotetički zaključci

Ako do sada učinjena analiza pretenduje na tačnost utvrđivanja značenja unutar tri varijante legende o betoniranom "kadilaku", kratka završna razmatranja imaju hipotetički karakter uz osnovanu sumnju realnih mogućnosti definitivnog dokazivanja.

Etnopolitička predstava o polit-ekonomskoj razlici Evropljana i Amerikanaca koja kaže da kada siromašni Evropljanin vidi bogatog u luksuznom automobilu odmah počinje da planira socijalnu revoluciju, dok siromašni Amerikanac u istoj situaciji počinje da planira

33 G. A. Fine, loc. cit.

34 J. H. Brunvand, op. cit 129.

kako da zaradi novac za kupovinu takvog automobila, dobrim delom se realizuje u različitim varijantama legende o betoniranom "Kadilaku". U evropskim varijantama, bar u onima dostupnim analizi, nema štedljive žene i mogućeg sticanja prestižnih simbola; evropske legende to jednostavno ne razmatraju. S druge strane, dualizam varijanti u Americi je po svemu sudeći razrešen u korist varijante "Sumnjičavi muž i štedljiva žena" što govori o njenoj uklopljenosti u američku popularnu ideologiju socijalnih odnosa i navodi na hipotezu o difuziji legende. Nasuprot pretpostavci norveškog folkloriste Kvidelanda da se poreklo legende nalazi u Americi i da je potom importovana u Evropu³⁵, može se pretpostaviti da je legenda u varijanti "Neverna žena" iz Evrope stigla u Englesku i Ameriku i tamo transformisana u varijante "Neverna žena i pogrešni ljubavnik" i "Sumnjičavi muž i štedljiva žena". U tom slučaju evropska legenda se prelama kroz popularne političke predstave o strukturi i odnosima u engleskom i američkom društvu, gde se englesko društvo doživljava kao čvrsto strukturirano bez međuslojne komunikacije³⁶, a američko kao otvoreno za vertikalnu pokretljivost, mada pretežno na simboličnom nivou.

35 J. H. Brunvand, op. cit. 132.

36 Jedna takva predstava sadržana je u drugoj automobilskoj legendi, doduše zabeleženoj u Srbiji a ne u Engleskoj. Radi se o priči da "rols-rojs" ne može kupiti svako ko sakupi novac da plati cenu automobila, već samo onaj ko dokaže stalnost visokog prihoda, uz objašnjenje da kompanija neće prodati auto nekom kockaru, koji je ostvario veliki dobitak, jer će on, u slučaju narednog gubitka i kockarskih dugova, "rols-rojs" prodati ispod cene što sramoti kompaniju. Ovu legendu u obliku priče, koja nije imperativno istinita, autor ovog rada je čuo od svog oca oko 1960. godine, a odnosila se na vreme pre Drugog svetskog rata. Interesantno je da ove priče nema među desetak folklornih zabeleški o "rols-rojsu" navedenih u radu Stjuarta Sandersona: S. Sanderson, *The Folklore of Motor-Car*, *Folklore*, Vol. 80. No. 4. 1969. 246-247.

"Porše" i kolači

Advokatski advertajzing ili etnojurisprudentski saveti

Uvod

U knjizi američkog folkloriste J. H. Brunvanda, prvoj u lukrativnoj seriji njegovih knjiga o urbanim legendama, pod naslovom "Autostoperka koja nestaje",¹ navedene su i dve legende nazvane "Philanderer's Porsche" i "Red Velvet Cake". Brunvand je te legende svrstao u različite kategorije. Legenda o jeftino kupljenom "poršeu" nalazi se u poglavlju "Klasične automobilske legende", dok se priča o skupo plaćenom receptu za kolač nalazi u poglavlju "Udari biznisa". Analiza ove dve legende pokazaće da li je osnovano ovakvo svrstavanje.² Obe legende imaju vremenske, geografske i predmetne varijacije. Tako legenda o "porše"-u, koji je preko oglasa prodat za svega 50 \$, ima varijacije u kojima se radi o drugom skupocenom automobilu marke "Rolls-Royce" ili "Chevrolet" i ima američku i englesku varijantu, koje se razlikuju upravo u tipovima skupocenog automobila. Najrasprostranjenijem obliku druge legende koji govori o hotelu "Waldorf Astoria" kao prodavcu recepta (od 1960. godine), prethodi varijanta u kojoj je se kao prodavac javlja železnica tj. sektor vagona za ručavanje (oko 1950 godine), da bi je nasledile priče o kolačima "Mrs. Fields" (oko 1980. godine) i kolačima restorana u okviru firme "Neiman-Marcus" (posle 1990. godine). Za razliku od proizvođača automobila i

1 J. H. Brunvand, *Vanishing Hitchhiker. American Urban Legends and their Meanings*, W. W. Norton & Co. 1981.

2 J. H. Brunvand, op. cit. 1981. 22-24, 41, 154-160. i 171-172.

proizvođača kolača koji mogu biti zainteresovani za pominjanje ili nepominjanje njihovih firmi u urbanim legendama, folkloristička analiza nije zainteresovana za pojedinačne aktere priče već za priču uopšte.³ U tom smislu neka zajednička karakteristika svih pomenutih proizvođača automobila i kolača može biti legitiman predmet folklorističkog proučavanja, kao što je to bio slučaj u analizi negativnih mitova o velikim kompanijama američkog folkloriste Gerija Alana Fajna.⁴ Stoga će za dalja razmatranja ove dve legende biti važno da se radi o skupocenom automobilu, a nevažno da li se radi o "poršeu", "rols rojsu" ili "korveti", kao što će biti nevažno da li je u pitanju kolač nazvan "Red Velvet" ("Crveni somot") iz "Valdorf Astorije" ili kolač "Najman Markus" nazvan po firmi u čijem restoranu je naplaćen recept. No, pre bilo kakvog analitičkog postupka potrebno je izneti relevantnu građu tj. onoliko legendi koliko je dovoljno da se uoči njihova osnovna struktura.

1. Legendografija

Legenda o "poršeu" – Engleska verzija

Starija – S. Sanderson (1969)

"Prodaja automobila u korist muževljeve ljubavnice. Čovek pročitava oglasima o polovnim automobilima da se prodaje auto za veoma ma-

3 Ovakav analitički pristup u folkloristici prisutan je još od Propove morfologije bajki iz 1928. godine. Vidi. V. Prop, *Morfologija bajke*, Beograd, 1982.

4 G. A. Fine, The Goliath Effect: Corporate Dominance and Mercantile Legends, *Journal of American Folklore*, Vol. 98. No. 387. 1985 63-84. O multigenezi ovakvih legendi vidi G. A. Fine, Cokelore and Coke Law: Urban Belief Tales and a Problem of Multiple Origins, *Journal of American Folklore*, Vol. 92. No. 366. 1979. 477-482.

lu svotu novca. Pošto je otišao na adresu naznačenu u oglasu utvrdio je da žena prodaje auto jeftino jer joj muževljev testament nalaže da novac od prodaje prosledi njegovoj ljubavnici. Ovu priču sam prvi put čuo, i u nju poverovao, u Edinburgu krajem 1948. ili početkom 1949. godine. Ispričao mi je jedan rođak, koji ju je čuo od jednog advokata, koga smo obojica poznavali.

U toj verziji radi se o udovici, ljubavnica je bila muževljeva sekretarica, auto je "Riley 9" iz 1937. godine i cena je bila 50 funti. Varijante priče su se javile ponovo 1962. godine u Lidsu, Bredfordu i Notingemu, sa cenom od 10 funti u jednoj verziji, da bi se neočekivano pojavila u štampanoj verziji 23. oktobra 1969. u časopisu "The Autocar" kao "Rover 2000" sa cenom od 10 šilinga.

Dok sam pisao ovaj tekst obavешten sam od jednog novinara iz Bredforda da je priča istinita. On tvrdi da je 1948. godine intervjuisao ženu, koju je muž ostavio, otišao sa drugom ženom, da bi joj potom pisao i tražio da proda njegov auto i pošalje mu novac od prodaje. Žena je za auto "Standard 9" tražila svega 5 funti. Taj novinar me je obavestio da je priča objavljena u Vejkerfildskim večernjim novostima iz kojih su je preuzeli i nacionalni dnevници. Ukoliko se ovo proveri to bi značilo da je ovo prva legenda kojoj bi se utvrdila tačka nastanka."⁵

Novija – J. Train (1996)⁶

Erl od Moubertija je opisao doživljaj svog prijatelja, oficira Kraljevske mornarice, koji je u "Tajmsu" video oglas u kome se prodaje "rols-rojs", u dobrom stanju, za 5 funti. Oficir je odmah telefonirao na broj iz oglasa. Javio mu se prvo batler, da bi mu se potom javila gospođa ("Ladyship"), koja mu je sasvim prijatnim tonom objasnila da stvarno prodaje auto i da slobodno dođe da ga vidi. Oficir je to i učinio. "Rols-rojs" je bio u odličnom stanju, uglancan kao ogledalo, a na komandnoj tabli je stajalo da je prešao manje od 10.000 milja.

5 S. Sanderson, The Folklore of the Motor-Car, *Folklore*, Vol. 80. No. 4. 1969. 249.

6 J. Train, *Crazy Quilt*, New York: Harper Collins, 1996. 24-25.

Vlasnica "rols-rojsa" je bila sredovečna žena dobrog raspoloženja bez ikakvog znaka žalosti. Posle potpisivanja papira o vlasništvu, isplata i preuzimanja automobila, oficir je zapitao zbog čega je cena tako niska. Gospođa je odgovorila da je joj je nedavno umro muž i da joj je novijim dodatkom njegovog testamenta, čiji je ona izvršilac, naloženo da proda "rols" i da novac od prodaje prosledi izvesnoj Dejzi, na adresu u Ist Endu u Londonu, što ona sada i čini.

Legenda o "poršeu" – Američka verzija

Pismo čitaoca – J. H. Brunvand (1981)⁷

"Jedan čovek iz Kalifornije video je oglas u novinama da se prodaje "skoro nov" "porše" u savršenom stanju za izvanrednu cenu – 50 dolara. Bio je ubeđen da se radi o štamparskoj greški, ali je i mogućih 5000 dolara predstavljalo povoljnu cenu, pa se žurno uputio na adresu navedenu u oglasu. Na vratima se pojavila žena lepog izgleda i potvrdila da je dala oglas. Cena je stvarno 50 dolara. "Kola su u garaži i možete ih pogledati" – rekla je. Čovek je bio potpuno zbunjen. U garaži je stajao predivan "porše", skoro sasvim nov baš kao što je pisalo u oglasu. Zapitao je da li može malo da ga proveze. "Svakako", rekla je žena i pošla sa njim. "Porše" je išao kao u snu. Gotovo bojažljivo isplatio je zatraženu cenu. Žena mu je predala papire i auto je postao njegov. Na kraju, novi vlasnik više nije mogao da se uzdrži, morao je da sazna zašto je žena prodala auto za smešno malu svotu. Njen odgovor je bio jednostavan: "Moj muž je pre nekoliko dana pobegao sa svojom sekretaricom i ostavio mi pismo u kome mi nalaže da prodam kola i kuću i da mu pošaljem novac"."

⁷ J. H. Brunvand, op. cit. 1981. 22-23, prema Landers, Ann. "Ann Landers", *Chicago Tribune* 4 November 1979. Brunvandova verzija je prihvaćena na jednom broju sajtova o urbanim legendama. Npr. <http://urbanlegendsonline.com/porsche.html>

Folk balada – J. McCutcheon (1989)⁸

Prodaja automobila "korveta" za 65 dolara tema je pesme "Crvena Korveta" poznatog američkog folk pevača Džona Mek Kačiona. U poslednjoj strofi pesme u kojoj se objašnjava niska cena skupocenog automobila žena, koja ga prodaje, kaže kako ju je muž ostavio posle 30 godina braka i otišao s mladom devojkom. "Ali sa zaboravljenim kreditnim karticama znala sam da neće stići daleko. Prošle noći zvao me je telefonom sa Floride i rekao: Treba mi novac. Draga prodaj auto."

Legenda o receptu

1. Vagon restoran – knjiga recepata iz 1948.⁹ – U knjizi recepata "Stara i nova masačusecka pravila kuvanja" iz 1948. godine nalazi se recept za kolač nazvan "Prevara od 25 dolara" uz koji je dato i objašnjenje zašto se kolač tako zove: žena je morala da plati 25 dolara za recept poslastičara sa železnice. Pošto joj se kolač u vagon restoranu dopao zatražila je recept. Recept je dobila zajedno s računom, za koji joj je njen advokat rekao da mora da ga plati. Ona je potom recept razdelila svim prijateljicama nadajući se da će uživati u dobrom kolaču.

2. Waldorf-Astoria 1960-1980.¹⁰ – "Naša prijateljica je jednog jutra ušla u autobus u San Hozeu i neposredno potom u isti autobus je ušla žena koja je, prolazeći između sedišta, delila papir sa receptom za

8 J. McCutcheon, *Red Corvette* (1989). Verzija u kojoj je zahtev za prodaju automobila iznesen u telefonskom razgovoru nalazi se i na jednom od nekoliko iscrpnijih sajtova o urbanim legendama: <http://urban-legendsonline.com/porsche.html>

9 Massachusetts Cooking Rules. Old and New, 1948. Navedeno prema J. H. Brunvand, *The Truth Never Stands in the Way of a Good Story*, University of Illinois Press, 2000. 68.

10 Brunvand navodi još nekoliko primera vezanih za "Waldorf Astoriju". J. H. Brunvand, op. cit. 1981. 154-160.

"Crveni somotski kolač". Objašnjavala je da je prilikom skorašnjeg boravku u Njujorku večerala u hotelu "Valdorf Astorija" i jela taj kolač. Po povratku u San Hoze napisala je pismo hotelu u kome je zamolila da joj kažu ime majstora – poslastičara koji je kreirao kolač i, ako je moguće, da joj pošalju recept. Posle nekog vremena stigao je poštom recept i račun od majstora na 350 dolara. Obratila se advokatu. Njegov savet je glasio da mora da plati, jer prethodno nije pitala da li se ta usluga naplaćuje i, u slučaju da se naplaćuje, koja je cena. Zbog toga ona smatra da je ovo deljenje recepta pravi način da izravna račune sa majstorom – poslastičarem."

3. Mrs. Fields 1980-1990 i Neiman-Marcus 1990 – U poslednje dve decenije XX veka legenda je pripisivana firmi koja pravi kolače "Mrs. Fields" i restoranima "Neiman-Marcus". Obe firme su demantovale legendu, ali na različite načine. Iz "Mrs.Fields" je rečeno da se recepti ne prodaju i da su strogo čuvana poslovna tajna, dok je "Neiman-Marcus" dao objašnjenje da oni rado svakom, besplatno, daju recept njihovih kolača.¹¹ Legende vezane za ove firme su identične kao i za "Valdorf Astoriju" uz jednu izmenu. Izmena koja je u legendi vezanoj za "Neiman-Marcus" glasi¹²:

"Ćerka i ja smo završile salatu u "Neiman-Marcus" kafeu u Dalasu i odlučile se za mali slatkiš. Pošto se u našoj porodici obožavaju slatkiši poručili smo specijalitet kuće "Neiman-Marcus kolač". Bio je tako dobar da sam zatražila da mi daju recept i uz malo mrštenje kelnerica je odgovorila da to nije moguće. Tada sam pitala da li bi mi prodali recept. Uz osmeh mi je rekla da je to moguće. Na pitanje koliko to košta odgovorila je dve i po ("Two fifty"). Zahvalno sam odgovorila da to pridruži mom računu.

Trideset dana kasnije u izveštaju o potrošnji sa moje VISA kartice stajalo je da je račun u "Neiman-Marcus" kafeu 285 dolara. Pogledala

11 <http://www.snopes.com/business/consumer/cookie.asp>. Urban Legends Reference Pages © 1995-2005 by Barbara and David P. Mikkelson.

12 A. Dingus, Living Legends, *Texas Monthly*, October 2002.70-74.

sam ponovo i setila se da su dve salate bile 9,95 dolara i igla za kravatu, koju sam kupila u njihovoj robnoj kući oko 20 dolara. Tada sam videla u dnu izveštaja: "Račun za recept kolača" 250 dolara. Bila sam uzrujana. Pozvala sam računovodstvo "Neiman-Marcus" i rekla im da mi je kelnerica rekla "dve i po" i da nisam shvatila da je njen odgovor značio dve i po stotine. "

2. Struktura i značenje

Ni jedna od zabeleženih verzija obe legende nema detaljno razrađen narativni kontekst. Konteksti pričanja ili prenošenja legendi mogu biti usmeni ili medijski:

Legenda	Kupovina "poršea" (Muška priča)	Recept za kolače (Ženska priča)
Istorija legende	Istorija legende 1. <u>Engleska verzija</u> ("Riley" 9, "Standard" 9, "Rollce-Royce", "Rover" 2000) 2. <u>Američka verzija</u> ("porše", "ševrolet korveta")	Istorija legende 1. 1948 Vagon restoran u vozu 2. 1960 "Waldorf Astoria" 3. 1980 "Mrs. Fields" 4. 1990 "Neiman Marcus"
Narativni kontekst (usmeni i medijski)	Svet muških priča o automobilima uključujući i auto-moto štampu i druge automobilske legende ("Death Car", "Elvisov motor", "Vanishing Hitchhiker")	Svet ženskih priča o receptima uključujući i žensku štampu, kolumne o kuvanju, receptima, knjige recepata tj. "kuvare" ("Cookbooks").
Tema	Jeftino plaćena skupa stvar	Skupo plaćena bezvredna stvar

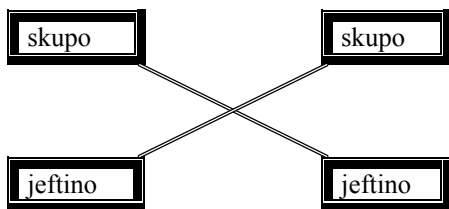
U slučaju jeftine prodaje skupog automobila 3 verzije su vezane za štampane medije (automobilski časopis, rubriku "pisma čitalaca" dnevnog lista i lokalne novine), jedan pripada autorskoj umetničkoj tvorevini (folk balada), jednom je kontekst nepoznat, a jedini usmeni o kome postoje podaci je direktno vezan za advokatsku profesiju kao izvor. Brojne zabeležene verzije legende o skupo plaćenom receptu za kolač se takođe često ili skoro isključivo javljaju u štampanim medijima kao što su ženski časopisi, ženske strane novina, udžbenici domaćinstva, kuvari itd. Stoga je teško u potpunosti rekonstruisati narativni kontekst već je moguće dati samo hipotetički opis dva konteksta u kojima se "pričaju" ove priče:

Muške priče o automobilima – Legenda o jeftino kupljenom "poršeu" ili "rolsu" je deo sveta muških priča o automobilima, maštarija o skupim i elegantnim kolima, svet dobrih poznavalaca svih osobina automobila koje su videli samo na slici ili u prolazu, svet redovnih čitalac auto-moto magazina i gledalaca specijalizovanih TV emisija i kanala o automobilizmu. U tim muškim razgovorima o automobilima svoje mesto imaju i druge legende vezane za kola i putovanja kao što su "Death car" (jeftina kola sa mirisom mrtvaca), "Autostoperka koja nestaje" ili "Elvisov motorcicl" (stari motor kupljen u bescenje za koji se potom saznaje da je bio Elvisov i vrednost mu dobija milionske iznose).

Ženske priče o receptima – Legenda o skupo plaćenom receptu je deo sveta ženskih priča o receptima i kolačima, deo prepričavanja pročitnog na stranicama ženske štampe, ili ženskim stranicama standardnih dnevnih i nedeljnih listova. To je svet kome su namenjene knjige "kuvari" najraznorodnijih vrsta – od knjige receptata raznih nacionalnih kuhinja do knjiga koje donose jelovnike i recepture poznatih ličnosti iz sveta politike i šou-biznisa. U

mnogim tzv. ženskim štampanim medijima, koji donose recepte, njih prate i priče o poreklu pojedinog kolača ili načinu na koji je osoba, koja donosi dati recept, do njega došla.

Obe legende govore o opoziciji jeftino – skupo i obe govore o njenom logičkom narušavanju.



Veoma skupoceni automobil, koji je kupljen po niskoj ceni dovoljna je "početna tema" puna kontrarnosti, kao što su jeftino – skupo i siromaštvo – bogatstvo, isto kao i narušavanja "logički" ispravne strukture, po kojoj siromašni imaju (kupuju) jeftine stvari, a bogati imaju (kupuju) skupe, pri čemu se ovde ne radi o definisanom siromaštvu, već o folklornom određenju ne-bogatog tj. onog kome nisu dostupne skupe stvari. Negacija takve strukture se očituje tako što je do skupog automobila došao i neko ko u uobičajenim situacijama može o takvom automobilu samo da mašta. Legenda ne govori o nekom njegovom "poduhvatu", kojim bi to ostvario i koji bi bio "poučni medijator" pojedinačnog prevazilaženja kategorija, već o vrlo prostom načinu dolazanja do "predmeta želja" kroz čitanje oglasa i običan kupoprodajni odnos. To znači da je poruka upućena negde drugde. S druge strane, legenda o skupo plaćenom receptu govori o prinudi da se nešto veoma jeftino, skoro bezvredno, skupo plati. Recept za kolače može biti bez ikakve cene izražene u novcu kada se dobije u razmeni ili veoma jeftin, ako bi se kao cena uzeo

njegov mali udeo u ceni ženskog časopisa ili "kuvara" tj. knjige recepata. To što je njegova, u legendi, plaćena cena, protivrečna uobičajenom shvatanju njegove vrednosti, govori takođe o logičkom narušavanju tržišno uspostavljenog sistema cena po kome se jeftina roba jeftino plaća, a skupa roba skupo. Legenda o skupo plaćenom receptu je narativno asimetrična u odnosu na legendu o jeftino plaćenom automobilu jer, za razliku od te legende, koja nije usmerena na način kako je neko zaslužio da jeftino plati skupu stvar, ona se bavi "krivicom" osobe koja je skupo platila jeftinu stvar.

ŠTETA

	Porše	Recept
Akter nanošenja štete	Pokojni muž, odbegli muž i njegova ljubavnica	Poslastičar i firma za koju radi (železnica, "Valdorf Astorija", "Mrs. Fields" i "Neiman-Marcus").
Objekt nanošenja štete	Žena (napuštena žena, udovica)	Žena (porodična žena)
Šteta – nanošenje štete	<p><u>A. varijanta odbegli muž</u> Ženi čiji muž je pobjegao je nanela dvostruka šteta: ostala je bez muža tj. stekla neželjeni status "ostavljena žena" i bez materijalnih dobara (kuća, auto)</p> <p><u>B. varijanta pokojni muž</u> Udovica je dvostruko oštećena: 1. <u>Emotivno</u>. Saznanjem da je muž imao ljubavnicu tj. da je naknadnim saznanjem imala neželjeni status "varana žena". 2. <u>Materijalno</u>. Testamentom su određena dobra ostavljena nekom drugom.</p>	Plaćanje visoke cene za recept

OSVETA

	Porše	Recept
Akter osvete	Žena (napuštena žena, udovica)	Žena (porodična žena)
Objekt osvete	U varijanti A. <u>odbegli muž</u> je primarni objekt osvete. U varijanti B. <u>pokojni muž</u> objekt osvete je njegova ljubavnica.	"Šef" (glavni poslastičar, kreator kolača) i sama firma u kojoj radi poslastičar)
Osveta–vršenje osvete	U obe varijante osveta se sastoji iz namernog umanjivanja dobiti ostvarene prodajom automobila. Prodaja predmeta ispod cene znači nanošenje materijalne štete vlasniku.	Besplatno deljenje skupo plaćenog recepta

DOBITNIK

	Porše	Recept
Krajnji korisnik	Kupac koji je izuzetno jeftino kupio skupoceni automobil	Čitaoci novina u kojima se recept objavljuje, prijateljice i rođake kojima se deli u prigodnim prilikama, slučajni prolaznici

Likovi u nanošenju štete, akter i objekt nanošenja štete, u vršenju osvete menjaju mesta i objekt nanošenja štete postaje subjekt vršenja osvete, dok subjekt nanošenja štete postaje objekt osvete.

		AKTER	
		subjekt	objekt
šteta	A	B	
osveta	B	A	

U legendi o jeftino prodatom skupocenom automobilu akter nanošenja štete je odbegli ili pokojni muž, koji u toj akciji ima saučesnika – ljubavnicu. Objekt nanošenja štete je žena koju je napustio ili udovica. Nanošenje štete se, u slučaju odbeglog muža, sastoji u socijalnom i ekonomskom smislu. Žena čiji je muž pobjegao, uz nedostatak prouzrokovan muževljevim napuštanjem, stiče i socijalno nepoželjan status "napuštena žena" i, istovremeno, ostaje bez materijalnih dobara (kuća, auto). U slučaju udovice, ekonomsko oštećenje je prisutno i aktuelno, dok emotivno-socijalno deluje samo retroaktivno kroz naknadno saznanje da je imala status "prevarene žene".

U drugom segmentu narativne strukture – osveta – uloge su promenjena. Žena se sveti odbeglom mužu i njegovoj ljubavnici ili, u slučaju muževljeve smrti, samo njegovoj ljubavnici kao saučesniku u nanošenju štete. U oba slučaja osveta se vrši prodajom automobila daleko ispod njegove stvarne cene, na osnovu ovlašćenja iz testamenta ili pisane beleške.

U legendi o skupo plaćenom receptu za kolač subjekt nanošenja štete je na prvom mestu kreator recepta za kolač, koji to čini uz pomoć ostalih zaposlenih u kompaniji i kompanije u celini. Objekt nanošenja štete je žena, porodična žena, koja je želela da uveća svoje znanje pravljenja kolača. Nanošenje štete se sastoji u prinudnoj naplati računa za poručeno autorsko pravo na recept.

Osveta se sastoji u obnarodovanju skupo naplaćene "poslovne tajne" tj. autorskog prava koje otkupom prelazi na ženu, poručio- ca recepta, i samim tim joj omogućuje da sve druge potencijalne žrtve učini imunim na ovu prevaru tako što će ih upoznati i s receptom i s načinom na koji je recept platila.

Poslednje karike narativne strukture su dobitnici, kupac skupocenog automobila i dobitnik recepta koji se, unutar legendi, javljaju i kao "naratori". Samim tim je definisana i njihova uloga u strukturi legende.

Za sagledavanje celine narativne strukture potrebno je razmotriti sredstva nanošenja štete i sredstva vršenja osvete i dovesti u vezu narativnu strukturu obe legende.

	SREDSTVO nanošenja štete	SREDSTVO vršenja osvete
Porše	<u>Raspologanje imovinom</u> (uzimanje, odnošenje ili otuđivanje sopstvene imovine, isključenje žene iz imovine testamentom ili razvodom)	<u>Nepotpun testament ili uputstvo</u> (određenje žene kao izvršioca testamenta ili uputstva)
Kolač	<u>Nepotpuni ugovor</u> (zahtev bez saznanja o statusu tražene stvari tj. da li je besplatna ili ne i, ako nije besplatna, koliko košta)	<u>Raspologanje imovinom</u> (besplatno deljenje kupljene stvari, objavljivanje patenta za koji je plaćeno autorsko pravo)

U legendi o jeftino kupljenom skupocenom automobilu muž (odbegli ili pokojni) raspolaže svojom imovinom tako što je ostavlja kome hoće testamentom ili što želi da je koristi u zajednici s drugom osobom. On, određujući bivšu ženu ili udovicu za izvršioca, sačinjava uputstvo (testament, pismenu

ili usmenu poruku) koje je ili nepotpuno ili omogućuje sprovođenje suprotno njegovoj nameri. U legendi o skupo plaćenom receptu za kolače sredstvo nanošenja štete i sredstvo vršenja osvete su zamenili mesta u odnosu na legendu o skupocenom automobilu. Zahtev za slanje recepta je nepotpun i sastavljen na osnovu nepotpune informacije o tome da li se recept prodaje i koliko košta, dok se osveta vrši na osnovu raspolaganja imovinom tj. skupo plaćenim receptom

	Sredstvo	
	Porše	Recept
Šteta	Raspolaganje imovinom	Nepotpuni ugovor
Osveta	Nepotpuni ugovor	Raspolaganje imovinom

Analize pojedinačne narativne strukture obe legende i dovođenje u vezu tih analiza pokazuje da se priča u obe legende bazira na kontrastiranju pravno definisane i pravno nedefinisane akcije. Teško je zamisliti legendu koja bi se zasnivala na pravno definisanim aktima raspolaganja imovinom, tj. u konkretnim slučajevima, "legendu" koja bi govorila o brakorazvodnoj parnici u kojoj je imovina podeljena na zakonski način, niti "legendu" u kojoj bi vredna domaćica sopstveni recept želela da podeli sa širokom čitalačkom publikom nekog ženskog lista. To znači da je nepotpuni ugovor odnosno, posledica koju je proizveo, okosnica "legendarnosti" priče, što opet govori da je neophodno detaljno sagledati njegovu pravnu strukturu i položaj legendi u celini pravnog sistema.

Pravna struktura nepreciznog ugovora

	Porše	Recept
Pravna forma	Testament, usmena ili pismena poruka	Pismeni zahtev, usmeni ugovor
Nepreciznost, nepotpunost ugovora	<p>Pismena poruka, testament, usmena poruka</p> <p><u>A) Pismena poruka</u> Poruka je nepotpuna, ali pravno validna. <u>Nepotpunost</u> se ogleda u tome što se u poruci <u>ne</u> kaže da se kola i kuća prodaju npr. na aukciji ili na bilo koji drugi način koji bi obezbedio realnu cenu</p> <p><u>B) Testament</u> Testament je nepotpun, ali pravno validan. <u>Nepotpunost</u> se ogleda u tome što testamentom nije za izvršioca određena osoba koja će testament sprovesti nepristrasno (advokat i sl.)</p> <p><u>Usmena poruka</u> (posredstvom telefona) nema apsolutnu pravnu valjanost za razliku od nepotpunog testamenta ili pisane poruke, ali je moguća pravna procedura ocenjivanja. S druge strane, ova forma uputstva za prodaju skupocenog automobila je data u autorskoj narativnoj formi koja je najdalja od folklor.</p>	<p>Pismo ili usmeni ugovor</p> <p><u>Pismo</u> Objašnjenja advokata 1. "Advokat je savetovao da mora da plati zato što nije unapred pitala dali se ta usluga naplaćuje i ako se naplaćuje kolika je cena"¹³ 2. "...bila je šokirana (računom od 300\$-I.K.), ali odlazak kod advokata nije bio od koristi; pismeno je tražila uslugu i oni su joj je prodali."</p> <p><u>Usmeni ugovor</u> U poslednjoj zabeleženoj legendi ("Neiman-Marcus") umesto nepotpunog pismenog ugovora javlja se usmeni ugovor sa nesporazumom na štetu poručioaca. Iako je šteta poručioaca nastala iz nerazumevanja cene koju je dao prodavac, suština je ista. U osnovi ostaje nepotpuni ili nepotpuno shvaćeni ugovor.</p>
Pravni sistem	Implicitno prisustvo suda i advokata pri otvaranju testamenta u ostavinskoj raspravi.	Advokat – pravni savet ¹⁴

13 J. H. Brunvand, op. cit. 1981. 154.

14 J. H. Brunvand, op. cit. 1981. 157. Brunvand smatra da objašnjenja koja daje advokat variraju od legende do legende (J. H. Brunvand, op. cit. 1981. 155). Ovo pokazuje da Brunvand nije uočio o čemu se u legendi radi, pa nije naveo varijacije smatrajući ih nevažnim, po-

3. Paralele

Folkloristička istraživanja legende o "poršeu" su ukazala na srednjovekovnu paralelu. Na paralelu sa pedeset petom pričom u "Heptameronu" Margarete od Navare (1492–1549) ukazala je Džilijan Benet¹⁵. U "Heptameronu", koji je prvi put objavljen nepunih deset godine posle njene smrti, Margareta od Navare piše o udovici trgovca iz Saragose kojoj je muž ostavio u amanet da proda njegovog konja i sav novac pokloni jednom siromašnom monaškom redu. Snalažljiva žena je konju pridodala i mačku te ih zajedno procenila na sto dukata, pri čemu je za mačku tražila 99, a za konja samo jedan dukat, a kupca usloвила da mora da kupi obe životinje. Tako je jedan dukat pripao monasima, a 99 udovici.¹⁶ Gal de Vos¹⁷ navodi sličnu priču koja se odnosi na austrijskog pobožnog siromašnog seljaka koji je na smrti rekao ženi da proda jedinu kravu i novac da crkvi, što je žena izbegla uz pomoć zajedničke prodaje krave i petla.

Međutim, srednjovekovne ili antičke paralele, čak i kada bi imale kontinualnu genetsku vezu sa savremenom, ubanom legendom, zahtevale bi kontekstualnu analizu koja jedina može ukazati na značenja i funkcije pojedine folklorne tvorevine

gotovo što objašnjenja i variraju (na formalno-pravnom) i ne variraju (na sadržinskom nivou). Na drugom mestu Brunvand navodi još nekoliko varijacija, uključujući i deo priče po kome je i advokatski savet imao priličnu cenu (J. H. Brunvand, op. cit. 2000. 62-75).

15 G. Bennett – P. Smith, *Urban legends: a collection of international tall tales and terrors*, Greenwood Press, Westport, Connecticut, 2007.

16 *The Heptameron of Margaret, Queen of Navarre* by Marguerite de Navarre (d'Angoulême) Duchesse d'Alençon (1492–1549). London: Published for the trade, n. d. Translated by Walter K. Kelly.

17 G. de Vos, *Tales, Rumors, and Gossip: Exploring Contemporary Folk Literature in Grades 7-12*, *Libraries Unlimited*, Westport CT & London, 1996. 116-117.

4. Kontekst

Obe legende se mogu i moraju protumačiti u kontekstu. Ali u kom? Gledano pojedinačno, legenda o jeftino plaćenim dobrim i skupim kolima posmatrana u kontekstu automobilske civilizacije ne govori ništa što elementi tog idejnog sklopa ne govore u svojim najeksplicitnijim formama. To da su "porše", "rols-rojs" i drugi automobili pomenuti u legendi "dobri" i "skupi" opšte je mesto. Sa drugom legendom je stvar još jednostavnija. Jedan recept više ili manje u kulinarskom umeću neke domaćice ili njenoj čitavoj biblioteci kulinarskih knjiga nije tema vredna folklorno-legendarnog pregnuća, što će reći da kulinarski kontekst nije okruženje koje će dati smisao postojanja legende o skupo plaćenom receptu.

Socijalno-ekonomski kontekst, koji je prisutan u legendi o jeftino plaćenom automobilu, kao što je već rečeno ne ukazuje na mogućnosti transverzije socijalno-ekonomskih kategorija ("siromašni" – "bogati") što je inače tema mnogih folklornih tvorevina, bez obzira o kom smeru promene se radi. Stoga, sticanje jednog jedinog predmeta, koji pripada drugom socijalnom statusu, nije praćeno opisom poduhvata, kao što je slučaj u američkim pričama o uspehu, gde se baš u opisu poduhvata krije sistem vrednosti koji legenda "propagira". S druge strane, legenda o skupo plaćenom receptu uopšte ne dotiče ove relacije budući da jedan udarac po kućnom budžetu, kakav je plaćanje "odštete" kulinarskom kreatoru, neće suštinski promeniti socijalno-ekonomski status aktera. To znači da ni socio-ekonomski kontekst u kome bi se odigrala neka folklorna transverzija kategorija nije mesto gde će se dobiti značenje obe legende.

Moguće je posmatrati obe legende i u vrednosnom tj. moralnom kontekstu, s obzirom na to da obe eksplicitno razmatraju osvetu kao reakciju na nanošenje štete. Čitanjem legendi u moralnom kodu uviđa se da obe osvetu posmatraju kao legitimno

sredstvo reakcije na ničim izazvano nanošenje štete, opisano kao "prevara" ili "obmana" kroz zatajivanje. Pri tome, osveta nije nužno u istoj pojmovnoj ravni s nanošenjem štete, jer se šteta iskazuje kao "moralna" a osveta kao finansijska, i obrnuto, što može biti drugi sadržaj dekodiran moralnim kodom. Međutim, oba sadržaja pročitana čitanjem sistema vrednosti sadržanog u legendama daju tek završnu sliku posude u kojoj se servira jelo.

U svetu vožnje i automobila, kao muškom, i svetu kuhinje i kulinartva kao ženskom mediju, priča započinje medijacijom kategorija "skupo i jeftino" da bi se završila zadovoljstvom oštećenog kroz učinjenu osvetu. Kroz ta dva medija istom atrakcijom šalje se jedna te ista poruka, poruka koja postaje jasna u kontekstu pravnog sistema.

Pravni sistem u kome su nastale obe legende je anglosaksonski sistem "Common Law" ili precedentnog prava. Jurišički edukovanim čitaocima bi to bio sasvim dovoljan naziv pravnog konteksta, ali budući da srpski¹⁸, kao i evropski, folkloristi i antropolozi koji su, primarno, očekivana publika ovog teksta, u svojim edukativnim procesima nisu informisani o pravnim teorijama i, na njima zasnovanim, pravnim sistemima potrebno je u najkraćem, a praćeno popularakulturnim primerima, ocrtati suštinu anglosaksonskog pravnog sistema.

Osnovna karakteristika precedentnog prava je odsustvo zakonskih akata kao glavnog dela pravnog sistema. Umesto sistema zakona koje donosi zakonodavac, odnosno u modernim društvima parlament, u anglosaksonskom pravnom sistemu glavni izvor prava je celokupni fond ranije donesenih sudskih odluka,

18 Ovo se odnosi i na pravne etnologue formirane u tradiciji istorijske škole prava i usmerene na proučavanje "pravnih običaja" ili, u situaciji kada je pozitivno pravo redukovalo "pravne običaje", na traženje obradujuće mrvice "običajnog prava" u zakonskim aktima srednjeg veka.

počevši od prve zapisane odluke koju je neki sudija doneo u nekom konkretnom slučaju. Presuda koja se donosi na osnovu analogije sa nekim ranijim slučajevima obavezuje sve učesnike u procesu da budu obavješteni o svim mogućim presedanima. Nasuprot tome, evropski sistem je zasnovan na malom broju zakonskih akata i učesnici u pravnom procesu nisu u obavezi da poštuju ništa više od "slova" objavljenog zakona. U krivičnim procesima u Americi svi akteri, tužilac, odbrana i sudija mogu se pozvati na bilo koji proces vođen u datoj američkoj državi, koji može pomoći u rasvetljavanju slučaja i donošenju adekvatne presude. Ovako konstruisan pravni sistema stvara jednu popularnokulturnu posledicu, koja će pomoći u ilustraciji, i jednu etnojurisprudentsku, koja će dati kontekst za interpretaciju obe legende.

Nestrukturiranost i precedentnost prava predstavlja podlogu za gradnju literarno-dramskih predložaka, scenarija za brojne i izuzetno uspešne TV serije sa sudskim procesom kao osnovom dramske radnje¹⁹. Jedna od najuspešnijih serija te vrste je "Law and Order" koja se velikim delom odvija u sudnici. Serija traje više od 15 sezona, od 1990. godine sa snimljenih preko 350 epizoda i ima nekoliko spin-off serijala od preko 100 i 150 epizoda. U središtu osnovne serije "Law and Order" su tužioci, kao i u seriji "Phily", dok je u drugim serijama sudskog žanra u centru događaja grupa advokata kao što su serije "L. A. Law" (1986–1994) sa 170 epizoda i "Practice" (1997–2004) sa, takođe, preko 170 epizoda. Slična TV produkcija postoji u Velikoj Britaniji gde je reprezentativna serija "Judge John Deed", u produkciji BBC (2000–2005) sa sudnicom kao centralnim mestom događanja i sudijom kao glavnim likom. Neretko i u TV serijama koje

19 Sve informacije o trajanju pojedinih serija američke i britanske produkcije, broju epizoda, pa i njihovom sadržaju, moguće je naći na - <http://epguides.com/> i <http://www.tv.com/>.

su "policijskog" žanra, kao npr. "NYPD Blue" (od 1993, preko 250 epizoda), jedan od važnih sporednih likova je tužilac a sudnica mesto epiloga kriminalnih slučajeva. Ni u jednoj zemlji sa drugačijim pravnim sistemom, a među njima ima i onih sa bogatom televizijskom produkcijom, nema ni jedne dugovečne "pravno-sudske" serije poput navedenih. Jednostavno, pravni sistem zasnovan na zakonskim korpusima ne daje mogućnost dramaturških zapleta koji bi se isključivo ili pretežno odigravali u sudnici. Ti zapleti se najčešće baziraju na pravničkom (tužiocem, advokatovom ili sudijskom) znanju slučajeva iz viševjekovne sudske prakse koji mogu biti od presudnog značaja za aktuelno suđenje.

Različita podložnost dramskoj obradi evropskog i anglosaksonskog pravnog sistema je tek uvod u razliku na jednom drugačijem polju koji se može nazvati etnojurisprudencija. U standardnom značenju jurisprudencija je pravna veština i pravno znanje kojim vladaju za to obučeni ljudi – pravnici. U skladu s tim, etnojurisprudencija bi bila "narodno" znanje o pozitivnom pravu ili poznavanje pravnog sistema svih drugih kategorija stanovništva osim obučavanih. Različiti pravni sistemi, o kojima je reč, proizvode i različite etnojurisprudencijske situacije. Zapravo fond jurisprudencijskih znanja, u pravnoj tradiciji pisanih zakona, omogućuje da građanin neke evropske države, osim Velike Britanije, poseduje značajnu količinu informacija o velikom broju pravnih grana, obligacionom pravu, naslednom pravu, krivičnom pravu itd. Jedan ili tek nekoliko zakona koji regulišu pojedinu oblast, zajedno s tumačenjem na nivou univerzitetskog, znači profesionalnog obrazovanja, staju u jedan ili najviše dva udžbenika. Tokom života veliki broj pojedinaca dolazi u dodir sa tako ograničenim fondom informacija tako da je "narod" veoma pravno obrazovan. To se pogotovo odnosi na one ljude koji se profesionalno bave poslovima značajno regulisanim zakonima, kao i na one koji se profesionalno bave njihovim krše-

njem²⁰. Ovakav pravni sistem čini mogućom instituciju "drvenog advokata" ili "advokata amatera" koji u blizini suda nudi svoje usluge po znatno manjoj tarifi od advokatske.

S druge strane, anglosaksonski sistem precedentnog prava, koji odlučivanje po pravnim pitanjima crpi iz izuzetno velikog broja pojedinih slučajeva, onemogućuje "običnog" građanina da se upušta u raspravu pravnih stvari, jer ne poseduje ni delić za to potrebnih informacija. Informacije o sudskim slučajevima koji služe za izvođenje postupka i samu presudu nalaze se u velikom broju zbornika svih presuda donetih u određenoj državi, koji predstavljaju osnov znanja profesionalnih pravnika, sudija, tužilaca, advokata. Jednom rečju, "Common Law" skoro u potpunosti onemogućuje etnojurisprudenciju.

5. Značenje u kontekstu

Kada se pravna struktura obe legende sagleda u kontekstu anglosaksonskog precedentnog prava jasno je da nepotpuni ugovor predstavlja osnov na kome legende grade svoje značenje. Bez obzira da li se radi o pismenoj poruci, pismu, testamentu, usmenoj poruci ili usmenom ugovoru nastalom u običnom trgovačkom postupku svi oni su invalidni, odnosno nepotpuni ili neprecizni. Sva ta akta, sa pravnom posledicom po sebe, učinili su ili sačinili obični ljudi, koji raspolažu etnojurisprudencijom malog ili nikakvog obima. U jednom slučaju zatražena pravna pomoć eksperta dolazi kasno, a u drugoj legendi njena uzaludnost čini i da se, skoro, i ne pominje.

20 O dobrom poznavanju zakona, kako njegovih odredbi tako i "zakonskih rupa" od strane profesionalnih kriminalaca piše M. Milosavljević u knjizi "Između neslobode" koja je nastala kao rezultat istraživanja kriminalaca-povratnika vršenog u niškom zatvoru krajem 1960-ih. M. Milosavljević. *Između neslobode*, Beograd, 1975. 103-105.

Međutim, upravo to i znači da obe legende imaju etnojuri-sprudencijski sadržaj, koji, naravno, ne može dostići nivo "drve-nog" advokata pa ni prosečnu pravnu upućenost Evropljanina, ali bar savetuje običnog Amerikanca da ne preduzima nikakve radnje koje mogu imati pravne posledice bez prethodne konsul-tacije s advokatom. Ovakav epilog posmatranja strukture u kon-tekstu može sugerisati i zaključak nagovešten u naslovu ovog teksta, da obe legende predstavljaju vešt advokatski advertaj-zing, što bi ih iz folklora transferovalo u zonu "fejklora". Kon-kretnih dokaza za to nema, pa se treba zadržati na onome što proizlazi iz prethodne analize, a to je da legenda o jeftino ku-pljenom skupom automobilu i legenda o skupo plaćenom recep-tu za kolače predstavljaju etnojurisprudentski savet koji pokriva oba polna segmenta i koji je u potpunosti saglasan s važećim pravnim sistemom.

Tek nakon uspostavljanja značenja legendi o skupo plaće-nom receptu i jeftino plaćenom, a skupom, automobilu moguće je kontekstualizovati obe legende, tako što će se posmatrati kao nekonstruisani društveni problem.²¹

Društvena napetost ili "loše društveno stanje" proizlazi iz međuodnosa ekonomskog i pravnog poretka, s jedne strane i društvene strukture, odnosno raspodele materijalnog bogatstva, s druge strane. Naime, pravni i ekonomski poredak čini nužnim stupanje u pravne odnose (obligacione, nasledno-pravne) dok veliki deo stanovništva sa donjeg dela društvene strukture nije u

21 Analizu urbanih legendi zasnovanu na konstrukcionističkim po-stavkama predložio je Džoel Best, polazeći od Blumerove definicije dru-štvenih problema kao proizvoda širenja uverenja kojim se pažnja ljudi privlači na određene društvene uslove i predlažući da se urbane legend-e posmatraju kao "nekonstruisani društveni problemi". J. Best – G. T. Horiuchi, *The Razor Blade in the Apple: The Social Construction of Urban Legends*, *Social Problems*, Vol. 32. No. 5. 1985. 495.

stanju da sebi obezbedi kvalitetnu pravnu uslugu usled visokih cena advokatskog ceha. Oblik društvene organizacije, u kojoj se ispoljava ova napetost, stvaraju pojedinci koji su, u nepravilnim vremenskim razmacima, od jedne do druge životne situacije, izloženi nevoljama usled nemogućnosti korišćenja skupih advokatskih usluga. Ti, sporadično pogođeni, pojedinci nisu nikakvim društvenim okvirom ili vezama međusobno povezani, tako da predstavljaju potpuno heterogen skup atomiziranih individua koje samo u retkim i ograničenim prilikama mogu da izraze nezadovoljstvo svojim položajem u pravnom sistemu.

Konkretni kanali širenja obe legende su uzani i spori – ograničeni su na ženska druženja u malim i relativno zatvorenim grupama i na slučajno pominjanje u ženskoj štampi, baš isto kao i na muška tematska okupljanja (automobili, sport, lov, ribolov itd), dok se priča retko javljala u relevantnom mediju (automagazini). Ovakva društvena organizacija, sastavljena iz velikog broja malih grupa koje su u minimalnim međusobnim kontaktima, pogodovala je sporom širenju legendi, a samim tim i sporom širenju svih sadržaja, uključujući i potencijalno etabliranje raskoraka između nužnosti pravnog postupanja i finansijskog ograničenja koje rezultira nemogućnošću angažovanja kvalitetne pravne službe.

Putevi konstruisanja društvenog problema su zatvoreni usled nepostojanja agensa širenja uverenja o potrebi reforme pravnog sistema koji bi bio razumljiviji/dostupniji običnom, pravno neudukovanom građaninu. Organizacije koje bi se u Americi zalagale za reformu pravnog sistema i uvođenje evropskog modela zakonodavstva i pravne prakse nisu takav zahtev uspešno konstruisale kao društveni problem. S druge strane organizovano širenje ideje o zaštiti potrošača od advokatskog monopola u određivanju cena advokatskih usluga iscrpljuje se u sudaru s američkim pravnim sistemom kao celinom, u kome su precizno definisane uloge od školovanja do advokatskih komora. Kao lateralna

prepreka konstruisanju problema tj. problematizovanju stanja na tržištu pravnih usluga javlja se državna pravna pomoć na koju pojedinac ima pravo u slučaju da ima nevoljna pravna posla sa samom državom.

U takvim uslovima pojedinac je izložen stvarnoj pretnji koja se sastoji u mogućem lošem rezultatu po njega ukoliko pravnoj stvari pristupi bez skupog pravnog servisa, ili u velikom finansijskom izdatku u slučaju neophodnosti pravne pomoći. Takva, stvarna pretnja se u legendama pretvara u slučajeve u kojima se bezvredna stvar skupo plaća ili skupa stvar prodaje za besmisleno malu svotu novca, ostajući, za razliku od masovnih histerija gde se stvara lažna pretnja, u okvirima stvarne pretnje, ali dovedene do jedva zamislivih oblika.

Rešenje stvarne pretnje na nivou konstruisanja društvenog problema i reforme američkog pravnog sistema je nemoguće i ta nemogućnost je glavni generator urbanih legendi o skupom receptu i jeftinom "poršeu". Individualno rešenje stvarne pretnje je praktično nemoguće jer bi se sastojalo iz dugogodišnjeg predanog proučavanja pravnog sistema tj. neke vrste jurisprudencijske autodidaktike, kojoj pribegavaju osuđenici na dugogodišnji zatvor, proučavajući pravnu materiju vezanu za presudu u cilju traženja revizije procesa ili pripreme za odbranu u procesima za izvršenje istih ili sličnih dela u povratu. Stoga legenda pomera rešenje na specijalni slučaj čije se posledice mogu preduprediti bez obzira na zanemarljivu verovatnoću da će se ikome dogoditi.

Coca-Cola - Fine and Best

Uvod - Cokelore

Bez obzira na šokantan sadržaj, narativi o štetnosti ili zagađenosti koka-kole nisu proizveli snažna osećanja i masovnu paniku već su ostali na nivou folklora nazvanog "Cokelore".¹ Narativi o mišu, njegovim delovima ili delovima nekog drugog glodara koji su "pronađeni" u flaši koka-kole nisu proizveli masovnu reakciju koja bi se sastojala u izbegavanju koka-kole na nacionalnom ili, barem, lokalnom nivou. Zajedno sa ostalim narativima koji govore negativno o koka-koli i "Koka-Koli" ta, klasična, priča o mišu u flaši zaokružuje sve elemente "Golijat efekta" o kome, analizirajući folklor postindustrijskog društva, govori američki folklorista Geri Alan Fajn². Naime, Fajn pod "Golijat efektom" podrazumeva čitav niz negativnih načina na koje javnost percipira velike korporacije. Oni oličavaju strah od veličine i prosperiteta što dovodi do toga da se najveći broj verzija i pojedinačnih tipova merkantilnih legendi odnose na najveću ili najprestižniju kompaniju u određenoj delatnosti. Te kompanije, koje su tema merkantilnih legendi, mogu se svrstati, pre-

1 M. L. Bell, Cokelore, *Western Folklore*, Vol. 35. No. 1. 1976. 59-65; G. A. Fine, Cokelore and Coke Law: Urban Belief Tales and a Problem of Multiple Origins, *Journal of American Folklore*, Vol. 92. No. 366. 1979. 477-482.

2 G. A. Fine, The Goliath Effect: Corporate Dominance and Mercantile Legends, *Journal of American Folklore*, Vol. 98. No. 387. 1985. 63-84. Vidi D. Antonijević, Merkantilne legende postindustrijskog društva. Proučavanja Gerija Alana Fajna, u S. Nedeljković (Ur.), *Antropologija savremenosti*, Beograd, 2006. 76-90.

ma, već pominjanoj, Fajnovoj klasifikaciji, u zle korporacije, korporacija nemara i korporacije prevare. Kompanija "Koka-Kola" se može pronaći u sve tri grupe, odnosno, različiti narativi pripisuju "Koka-Koli" sva tri kvalifikativa. Jedna legenda govori o tome da iza kompanije "Koka-Kola" stoje neke verske sekte sa svojim partikularnim/zlim/religijskim ciljevima, druga grupa legendi govori o štetnosti sastojaka samog napitka koji može da rastvori i najotpornije materijale, pa samim tim može da razara i unutrašnje organe, kao i da "izaziva iznurenost" ili "zavisnost", dok treća grupa, možda najpoznatiji deo "Cokelore", govori o nebrizi u punjenju flaša i miševima koji su usled te nebrige pronađeni prilikom konzumiranja koka-kole. To, sveukupno, znači da "Koka-Kola" igra jednu od najvažnijih uloga u merkantilnim urbanim legendama.³

Na osnovu Fajнове analize i klasifikacije uočavaju se ova tri tipa narativa, dok četvrti sklop pitanja proizlazi iz osnovne ideje "Golijat efekta" i to pitanje glasi: zašto baš "Koka-Kola", odnosno da li je veličina kompanije razlog postojanja tih narativa.

1) Kompanija zla – mormonsko vlasništvo kompanije

"Koka-Kola" kao "kompanija zla" je narativ u kome se tvrdi da je tajni vlasnik "Koka-Kole" jedna verska organizacija. Fajn ne pominje "Koka-Kolu" kao kompaniju zla već su, prema građi kojom je on raspolagao, to bile kompanije "Mek Donalds", čiji je predsednik navodno bio član "satanističke sekte", i kompanija "Proktor i Gembl" koja je u vlasništvu takve sekte ili saveza veštica.⁴ Međutim, drugi izvori sasvim eksplicitno dovode u vezu "Koka-Kolu"

³ Pojam merkantilne legende uvodi G. A. Fajn. Vidi G. A. Fine, op. cit. 64. i D. Antonijević, op. cit. 81-84.

⁴ G. A. Fine, Goliath Effect, 64.

sa mormonima,⁵ čime se i "Koka-Kola" svrstava u kompanije koje "imaju" tajne, religijski okvalifikovane vlasnike.

Na taj način je "Koka-Kola", koja proizvodi napitak u kome se nalazi kofein, sasvim paradoksalno povezana s religijskom organizacijom koja se u svom verskom učenju protivi konzumiranju cigareta, kafe i čaja zbog toga što sadrže nikotin, kofein i tein, mada to izričito ne zabranjuje ni svojim članovima. Sam narativ je neelaboriran i njegovo svrstavanje u narative koji govore o "korporacijama zla" je moguće samo uz "dopisivanje", odnosno pretpostavljanje da narativ može sadržati nešto čega u njegovoj redukovanoj formi nema. Naime, za razliku od nekih drugih narativa o "zlim korporacijama" čiji "tajni vlasnici" imaju "skrivenne planove", kao na primer da finansiraju palestinske teroriste ili su za vreme Drugog svetskog rata finansirali naciste,⁶ narativu o mormonskom vlasništvu "Koka-Kole" se moraju "dopisati" skriveni planovi. Tek ovako "dovršeni" narativ se može analizirati sa stanovišta konstruisanja društvenih problema.

Iz partikularnosti verskih zajednica i njihove pretenzije na apsolutnu istinu, što je karakteristika skoro svih verskih zajednica, pogotovo onog tipa kome pripada mormonska crkva, proizlazi "misionarstvo" ili "prozelitizam" te se može pretpostaviti da je narativ o kome je reč fragment šireg, ali implicitnog stava koji govori o prozelitskoj upotrebi profita stečenog vlasništvom nad akcijama "Koka-Kole". Međutim, samo u slučaju ovakvog "dopisivanja" narativa moglo bi se govoriti o tome da mormonsko vlasništvo "Koka-Kole" može ugrožavati druge veroispovesti ili "slobodu veroispovesti".

Sledeće pitanje koje se može postaviti u analizi legende o mormonskom vlasništvu "Koka-Kole" jeste zašto se kao "tajni

5 Podatak se može naći na najpoznatijem internet sajtu o urbanim legendama – www.snopes.com

6 G. A. Fine, loc.cit.

vlasnici" "Koka-Kole" javljaju baš mormoni. Odgovor bi se mogao tražiti u oceni stepena "drugosti" pripisivanog mormonima unutar hrišćanske Amerike. Pripadnika Mormona (Crkva Isusa Hrista svetaca poslednjeg dana) u Americi ima oko 2.000.000 što iznosi 1,5% populacije i etnotaksonomski od ostalih hrišćana odudaraju bračnim pravilima (mnogoženstvo)⁷. Postoje i druge hrišćanske verske zajednice koje svojom religijskom praksom i svakodnevnim životom takođe odudaraju od većine i imaju opazljivu "drugost", ali su daleko malobrojnije od mormona. Međutim, neelaboriranost samog narativa govori da su bazični principi američkog socijalnog i političkog ustrojstva, ne samo onemogućili da se "opasnost" od mormona konstruiše kao društveni problem, već su usloveli da i narativ o mormonskom vlasništvu "Koka-Kole" bude štur i nedorečen. To znači da bi svaki pokušaj konstruisanja "mormonske opasnosti" propao usled nemogućnosti da takav pokušaj čak i pokrene elemente konstruisanja socijalnog problema o kojima govori Blumer.⁸ Čak i ukoliko bi se našli pojedinci ili grupe koje bi ukazivale na prozelitsku opasnost od mormona, vrlo teško bi prošli fazu legitimisanja jer bi se u javnim arenama sudarili s etabliranom i ustavom zagarantovanom slobodom religijskog uverenja i velikim nedo-

7 O poligamiji i mormonskom identitetu vidi u O. K. White Jr. - D. White, Polygamy and Mormon Identity, *Journal of American Culture*, Vol. 28. No. 2. 2005. 165-177.

8 Osnovni elementi konstruisanja društvenog problema prema Blumeru su: 1) javljanje društvenog problema kroz društveno prepoznavanje; 2) legitimisanje društvenog problema kroz medije, društvene i građanske organizacije kao "arene javne diskusije"; 3) mobilisanje na akciju kroz sukobljavanje sa suprotstavljenim stavovima; 4) stvaranje zvaničnog plana akcije obično skopčano sa legislativnom delatnošću; i 5) implementacija zvaničnog plana tj. njegovo sprovođenje. H. Blumer, Social Problems as Collective Behavior, *Social Problems*, Vol. 18. No. 3. 1971. 298-306.

statkom dokaza o prozelitizmu kojima bi trebalo da potkrepe "opasnost" od mormonskog nametanja religijskih uverenja, ali i bračnih pravila. To znači da je moguće da prepoznata "drugost" mormona unutar hrišćanske Amerika stvara začetke narativa, ali se iz te drugosti ne može konstruisati društveni problem, pa se čak i narativ ne razvija lako u celovitu, zaokruženu i opštepoznatu urbanu legendu.

2) Kompanija prevare – razarajuće dejstvo koka-kole

Jedna od od dve najraširenije urbane legende o koka-koli govori o tom napitku kao tečnosti koja je u stanju da rastvori i najčvršće materijale. Unutar velikog broja varijanti pominje se i ljudsko telo, odnosno oštećenja koja koka-kola svojim dejstvom može izazvati na ljudskim organima, ali je daleko veći broj legendi koje govore o "rastvaranju" čvrstih materijala poput metala, drveta ili stakla. Spisak "dejstva" koka-kole je izuzetno dugačak i ilustracije radi treba pomenuti da legende govore o tome kako koka-kola može da rastvori eksere, klješta, kašike, aluminijumske kontejnere, metalni novac, mermer, emajl i lak za nokte, drvo, nameštaj, miševe, slepe miševe, pacove, muve, leševe, zube, proteze i plombe, meso, posebno hamburgere, šnicle, hotdog i slaninu, dok se od delova ljudskog tela pominju želudac i jezik. Takođe, koka-kola predstavlja izvrsno "sredstvo" za čišćenje te tako "može" čistiti šoferšajbne od prljavštine, skidati rđu s mašina, automobila, motora, pumpi za navodnjavanje, a čak može "poslužiti" i za dopunu istrošenih baterija.⁹ U velikom obimu i šarolikosti materijala koje koka-kola može rastvoriti skoro da se uopšte ne govori o direktnoj šteti koju koka-kola nanosi ljudskom telu. Osim pominjanja želuca u jednom slučaju i jezika u drugom narativu koji govori o

9 M. L. Bell, op. cit. 60-62.

prekomernom unosu koka-kole ("popijeno je celo pakovanje zbog koga se jezik pocepao na dva dela")¹⁰, svi ovi narativi o štetnosti koka-kole govore indirektno. To znači da primalac poruke treba sam da izvuče zaključak da koka-kola može oštetiti njegovo grlo, jezik, jednjak, želudac, stomak itd. s obzirom na to da rastvara metale, drvo, kosti ili meso. Narativi, takođe, ne govore o tome šta je to u koka-koli što dovodi do njenog razarajućeg dejstva na raznovrsne materije. S druge strane, uverljivost se postiže "eksperimentalnošću" jer veliki broj narativa sadrži deo o učinjenom eksperimentu kojim je potvrđeno da koka-kola rastvara meso ili drvo, te poziva slušaoca da i sam eksperimentom proveri njeno razarajuće dejstvo.

Koka-kola, pak, sadrži ono što piše na flaši. Od tih sastojaka šećer, kofein i ugljen-dioksid su predmet debate o štetnosti po ljudski organizam. Debate o štetnosti kofeina su se u Americi rasplamsale početkom 70-ih godina dvadesetog veka, a talas rasprava je pokrenut medicinskim istraživanjima.¹¹ U tim debatama je najčešće ukazivano da kofein može izazvati rak i srčana oboljenja, kao i da može dovesti do deformacija dece čije su majke tokom trudnoće konzumirale kofein. Protivnici konzumiranja kofeina su stvarali organizacije koje su se bavile propagandom ili su tu propagandu obavljale organizacije stvorene u cilju promocije naučnih rezultata o štetnoj/zdravoj hrani, kao što je "Centre for Science in the Public Interest" (CSPI) osnovan 1971. godine.¹² Rezimirajući anti-kofeinsku kampanju, Trojer i Markl konstatuju da anti-kofeinske grupe nisu uspele da u potpunosti dokumentuju zahteve i da pridobiju saveznike u drugim grupama, kao što su naučnici ili medicinska zajednica, čija

10 M. L. Bell, op. cit. 61.

11 R. J. Troyer – G. E. Markle, *Coffee Drinking: An Emerging Social Problem*, *Social Problems*, Vol. 331. No.4. 1984.

12 R. J. Troyer – G. E. Markle, op. cit. 409.

je podrška od krucijalnog značaja kada se radi o zdravstvenoj materiji. S druge strane, ne treba zanemariti i opoziciju sastavljenu od ugroženih grupa poput uvoznika i prerađivača kafe i proizvođača pića koja sadrže kofein, a koje su reagovala kontra-argumentima trudeći se da umanje udar inicijalnog zahteva.¹³ Ovaj zaključak Trojera i Markla može se dopuniti činjenicom da su kompanije koje proizvode kola-napitke reagovala još početkom 80-ih i izašle na tržište s proizvodima koji ne sadrže kofein. Naime, "Pepsi-Kola" je 1982. godine, a "Koka-Kola" godinu dana kasnije, proizvela svoje napitke bez kofeina, što je nesumnjivo rezultat antikofeinske kampanje započete desetak godina ranije. Ovakva reakcija dve vodeće kompanije za proizvodnju kola-napitaka, koji su sadržali kofein, doprinela je da se, uz razloge koje navode Trojer i Merkl, štetnost koka-kole ne konstruiše kao društveni problem.

Argumenti kojima su se služili zastupnici protivkofeinske kampanje pripadaju sferi društvenih napetosti budući da su karcinom i srčana bolest česti uzroci smrti i da je vezivanje kofeina za njihovo izazivanje eksplicitno prisutno u javnosti. Konstrukcionisti, poput Blumera, u pravu su kada kažu da se mnoga loša društvena stanja ne konstruišu kao društveni problem, ali ih samim tim priznaju kao realnost. Takvo društveno stanje, odnosno društvenu napetost, nije teško prepoznati u relaciji masovne proizvodnje i konzumiranja proizvoda koji sadrže kofein, s jedne strane, i visokog stepena smrtnosti od srčane bolesti s druge strane. Antikofeinska kampanja nije uspešno konstruisala društveni problem čije bi rešenje podrazumevalo zabranu proizvodnje i prodaje kafe i napitaka koji sadrže kofein, ili bar ispisivanje upozorenja da kofein ima štetno, ili čak smrtonosno dejstvo, poput natpisa na kutijama cigareta. To znači da nije došlo do konstruisanja društvenog problema kakvo je dovelo do prohibicije alkohola u

13 R. J. Troyer – G. E. Markle, op. cit. 412.

Americi (1920–1933. godine), do zabrane kanabisa ili drugih narkotika ili do velike restrikcije pušenja.¹⁴ Ipak, antikofeinska kampanja je dovela do reakcije glavnih proizvođača kola-napitaka jer su i "Koka-Kola" i "Pepsi" u veoma kratkom vremenskom roku ponudili tržištu svoje proizvode bez kofeina, što u određenom smislu daje za pravo nosiocima pokušaja konstruisanja problema, sprečavajući ujedno njegovo konstruisanje.

Sličan proces se dogodio i događa se kada je reč o štetnosti šećera. U pokušajima konstrukcije društvenog problema angažovane su mnoge društvene grupe, od lekara, nutricionista i organizacija poput CSPI, do dijetetičara i promotera estetizacije vitkosti ljudskog tela. Širenje uverenja o štetnosti šećera nije dostiglo sve faze konstruisanja društvenog problema, uključujući i stvaranje službenog plana akcije i akciju tj. sprovođenje plana. To znači da nema nikakve zakonske regulative koja bi sprečavala proizvodnju i stavljanje šećera u promet, bilo kao posebne namirnice bilo kao sastojka velikog broja prehrambenih proizvoda, prvenstveno konditorske industrije. Ipak, veliki broj grupa koje se na različite načine i s različitim motivima zalažu za smanjenje potrošnje šećera ili čak njegovo potpuno izostavljanje iz ishrane, pogotovo ishrane dece, kao i njihovo "savezništvo" s grupama koje se zalažu za "zdrav život" i "vitko telo" kao vrednosti po sebi, doprinele su da svi veliki proizvođači kola-napitaka nude i "diet" i "suger free" verzije. Tako je "Pepsi" još 1964. godine na tržište lansirala svoj dijet proizvod, dok je "Koka-Kola" to učinila 1982. godine što govori da su najveći proizvođači uočili uticaj grupa koje vode kampanju protiv upotrebe šećera u ishrani.

Nasuprot kofeinu i šećeru, ugljen-dioksid je sastojak kokakole koji je elaboriran u jednoj urbanoj legendi. U sasvim krat-

14 O počecima konstruisanja pušenja kao društvenog problema vidi G. E. Markle – R. J. Troyer, *Smoke Gets in Your Eyes: Cigarette Smoking as a Deviant Behavior*, *Social Problems*, Vol. 26. No. 5. 1979.

koj formi, legenda govori o studentu koji je popio previše koka-kole i umro ili se teško otrovao ugljen-dioksidom.¹⁵ Ova urbana legenda je izazvala reakciju kompanije koja eksplicitno demantuje "smrt studenta iz Delhija" i naglašava da nema nikakvog dokaza o štetnosti ugljen-dioksida.¹⁶

Ukoliko se operacionalizuje teza Džozela Besta da nekonstruisani društveni problemi postaju urbane legende, moguće je pratiti i mehanizme stvaranja urbanih legendi, odnosno, njihovu relaciju prema procesu neuspešnog konstruisanja društvenog problema. Iz primera urbanih legendi o razarajućem dejstvu koka-kole vidi se da ono što je bila tema neuspešnog konstruisanja društvenih problema, a to su štetnost kofeina i šećera, nije postalo "tema" urbanih legendi. Naprotiv, nema legendi koje bi govorile o dramatičnim poremećajima usled neumerenog konzumiranja koka-kole kao što bi bilo višednevno nespavanje, lupanje srca, velika gojaznost nezajažljivih potrošača i slično. Umesto toga, urbane legende su zadržale opšti stav o štetnosti koka-kole što govori o "zajedničkom poreklu" nekonstruisanog društvenog problema i urbane legende. Počeci postuliranja štetnosti koka-kole, koji su istovremeno i počeci pokušaja da se ta štetnost izdigne na nivo društvenog problema, prethode javljanju urbanih legendi o njenoj velikoj "rastvorljivoj moći", ali su istovremeno i počeci stvaranja društvene napetosti, koja se javlja u svakoj pojedinačnoj smrti od srčane bolesti kao moguće posledice preterane upotrebe kofeina, ili gojaznosti usled veće upotrebe šećera iz raznih proizvoda uključujući i koka-kolu. Društvena napetost, koja proizlazi iz vitalnog uloga i smrtnog ishoda, u sebe uključuje dozvoljenu proizvodnju i prodaju nečega što može proizvesti fatalne posledice. Takva napetost se kanališe u veliku opasnost koja pretila od velike

15 <http://www.snopes.com/cokelore/deadly.asp>

16 http://www.thecocacola.com/contactus/myths_rumors/packaging_delhi.html.

"moći rastvaranja" koju ima koka-kola, ali čija posledica po ljudski organizam nije detaljno opisana u legendama.

Prema tome, stvarna društvena napetost, koja se sastoji iz mogućeg smrtnog ishoda konzumiranja društveno dozvoljenog proizvoda, i što nije konstruisano kao društveni problem, emigrira u urbanu legendu, koja ne ponavlja elemente neuspešne konstrukcije društvenog problema, već svoj sadržaj izmešta na takav način da zaključak o opasnosti od koka-kole čini implicitnim ali proverenim ili proverljivim.

3) Kompanija nemara – miš u flaši

Narativ o pronađenom mišu u flaši koka-kole, Geri Alan Fajn je svrstao u merkantilne legende koje govore o "kompanijama nemara" koje, u trci za profitom, zapostavljaju kontrolu kvaliteta proizvoda što oštećuje potrošače njihovih proizvoda. Potrošači, usled nemara kompanije i njihovih zaposlenih, dobijaju štetne proizvode ili proizvode koji izazivaju gađenje ili, kao najmanju posledicu, proizvode koji ne odgovaraju deklarisanom kvalitetu. Razlika u odnosu na "kompanije prevare" se sastoji u tome što iskrivljavanje kvaliteta proizvoda nije plod namere u cilju povećanja profita, već nemara. Međutim, i taj nemar, kroz smanjenje ili odsustvo troškova za kontrolu kvaliteta, u krajnjoj liniji vodi uvećanju profita.

U slučaju miša u flaši koka-kole teško je izbeći "veristički" pristup koji vodi u 1914. i 1915. godinu i prve presude protiv punionica koka-kole u procesima vođenim od strane onih koji su u flašama pronalazili miševе. Fajn u tekstu o fokloru i pravu vezanim za koka-kolu ("Cokelore and Coke-Law")¹⁷ pominje brojne

17 G. A. Fine, Cokelore and Coke-Law. Urban Belief Tales and Problem of Multiple Origins, *Journal of American Folklore*, Vol. 92. No. 366. 479.

sudske procese koji su vođeni protiv franšiza u velikom broju država u Americi. Stručna pravna literatura je u Americi, neposredno po prvim presudama, posvetila pažnju ovoj vrsti pravne prakse na osnovu procesa vođenih u državama Misuri i Tenesi.¹⁸ Sudovi su pretežno presuđivali u korist tužilaca, a materijali s ovih procesa su uglavnom dostupni s viših sudskih, žalbenih instanci gde su, takođe, tužbeni zahtevi imali prevagu nad žalbama vlasnika franšiza.¹⁹ Fajn smatra da su franšize, posle prvih presuda viših sudova u korist tužilaca, vrlo rado sklapale nagodbu nastojeći da se dogadaj što pre skloni od tadašnje javnosti, prvenstveno štampe, pri čemu nije od značaja da li je sklapanje nagodbi bila politika centralne kompanije ili pojedinih franšiza.

Rani sudski procesi i presude u korist tužilaca, koju su regulisali kompanijski nemar i uveli zaštitu potrošača, govore da su nemar kompanije i posledice koje iz njega proističu prepoznati kao društveni problem i pre prvog miša zapakovanog u flašu koka-kole. Taj društveni problem je konstruisan u potpunosti na nivou pravnog sistema koji je kupcu garantovao nadoknadu u slučaju da druga strana u kupoprodajnom odnosu dovede do oštećenja kupca. U trenutku prvih sudskih sporova protiv "Koka-Kole", američki pravni sistem je već odavno predstavljao implementaciju službenog plana kao završnu fazu postojanja određenog društvenog problema.

Ukoliko se dosledno primeni postavka Džoela Besta, prema kojoj su urbane legende nekonstruisani društveni problemi, postavlja se pitanje šta je narativ o mišu pronađenom u flaši koka-kole, s obzirom na to da je društveni problem koji nastaje u odnosu proizvođač – potrošač davno konstruisan u celosti. To pitanje se osnažuje dugim "životom" narativa i njegovom velikom

18 J. B. W, Sales: Liability for Presence of Mice and Undercommon Things in Food, *Michigan Law Review*, Vol. 17. No. 3. 1919. 261-264.

19 G. A. Fine, op. cit.

zastupljenošću. Istražujući merkantilne legende tokom jedne decenije, Fajn je konstatovao da polovina ispitanika zna za priču o mišu u flaši koka-kole, i da je to, posle priče o pečenom pacovu u porciji brze hrane firme "Kantucky Fried Chicken", najzastupljeniji narativ o kontaminiranoj hrani (51%).²⁰ Odgovor na pitanje o dugom životu narativa o mišu u flaši koka-kole očito nije moguće tražiti u okviru konstruisanja društvenog problema već u nekom drugom aspektu priča koje je Fajn nazvao merkantilnim legendama usmerenim "Golijat efektom".

Verovanje u zatrovanost hrane koja se proizvodi "van kuće" prisutna je u ranijim vekovima²¹ i ne predstavlja inovaciju usled dvadestovekovnih lanaca brze hrane i nacionalnih proizvođača bezalkoholnih pića, dok stvarna oštećenost potrošača, kao što je već rečeno, predstavlja društveni problem koji je prošao sve faze konstruisanja uključujući i nadgledanje implementacije rešenja, odnosno, sankcije. Međutim, upravo način na koji se rešava socijalni problem, stvoren u odnosu između proizvođača i potrošača, predstavlja izvor novog čitanja narativa koji je u svom nastanku mogao biti samo izveštaj sa sudskog procesa. Naime, od 1914. godine sudskom presudom ili poravnanjem oštećeni potrošač dobija nadoknadu za štetu koju je pretrpeo usled konzumiranja koka-kole iz flaše u kojoj se, osim napitka, nalazio i miš. U narativima, koje je sakupio Fajn, značajno mesto ima završnica priče u kojoj se eksplicitno pominje nadoknada koju je kompanija isplatila oštećenom, što čini da ove priče, osim merkantilnih legendi o kompanijama nemara, istovremeno predstavljaju i priče o dobitnicima.

20 G. A. Fine, The Goliath Effect: Corporate Dominance and Mercantile Legends, *Journal of American Folklore*, Vol. 98. No. 387. 1985. 68-69.

21 J. Simpson, Modern Legends in The Pickwick Papers, *Journal of American Folklore*, Vol. 96. No. 382. 1983. 463-466.

Prema tome, narativi o mišu u flaši koka-kole predstavljaju i priče o iznenadnom bogatstvu i to podvrstu – priče o slučajnom bogaćenju. Priče o mišu u flaši koka-kole se mogu kontekstualizovati, na nivou opšte formule, drugim pričama o iznenadnom bogatstvu. Sažeto prikazane priče o iznenadnom bogatstvu²² se sastoje iz osnovne teme i formule: legenda o iznenadnom bogatstvu stečenom prema formuli "rad + sreća" je priča o seljaku koji je oruči njivu našao ćup zlata; zatim, legenda o nepoznatom ali bogatom rođaku iz dalekog sveta čijom smrću je nasleđeno veliko bogatstvo, sadrži formulu "srodstvo + sreća" i, treće, narativ koji ima formulu "sreća + sreća", je priča o detetu koje je, okrećući nasumice telefonski brojčanik, stupilo u vezu i prijateljno se s čovekom koji mu je, potom, poklonio veliku sumu novca. Sve ove priče o neočekivanom bogatstvu sadrže nužan element sreće, koja je omogućila realizaciju obogaćivanja, ali je ta sreća realizovana zahvaljujući nekoj primarnoj društvenoj vrednosti. U prvom slučaju rad je bazična vrednost društva koje se nalazi na prelazu iz seljačke, dominantno autarhične privrede u urbanu i tržišnu zanatsko-trgovačko-industrijsku ekonomiju. Srodstvo se kao vrednost javlja usled pomeranja stanovništva iz krajeva u kojima je to bio stožerni element tradicije u urbane sredine, u gradove čiji je modernizacijski proces prekinut, u slučaju Srbije, komunističkom diktaturom proletarijata, što čini da legenda dobija formu dvostruke ironije: prema došljacima, kojima srodstvo predstavlja centralni društveni odnos, i prema zatvorenom gulag-društvu iz koga je nemoguće otići da bi se konzumiralo nasleđeno bogatstvo u Americi. Treća legenda, čija formula sadrži dvostruku sreću, javlja se u poznom, krizama demitologizovanom socijalizmu u kome je propao ne samo proklamovani sistem društvenih vrednosti, već i realna perspektiva

22 I. Kovačević, *Semiologija mita i rituala. Savremeno društvo*, Beograd, 2001. 25-38.

višeg životnog standarda, te ne postoji ništa osim nadanja u голу sreću.

Kada se priče o mišu u koka-koli postave u kontekst sličnih priča koje se sastoje iz spojeva rada i sreće, srodstva i sreće, te sreće spojene sa samom sobom, vidi se da je pronalaženje miša u flaši koka-kole jedna podvrsta legendi o slučajnom obogaćenju koja se može svesti na jednostavnu formulu "potrošnja + sreća". Transformacija nesreće u sreću je glavni narativni pogon ovih priča jer se početno stanje, koje se može okarakterisati kao nevolja, gađenje i trovanje usled zagađenosti popijenog napitka, pretvara u sreću, koja nastupa usled pribavljanja značajnih finansijskih sredstava od odštete koju je sudskom presudom ili poravnanjem platila kompanija. Ta transformacija čini razliku između informativnog narativa o komšiji, poznaniku, kolegi i sl. koji je na zatvaraču flaše koka-kole pronašao kupon/oznaku i u okviru kompanijine nagradne igre dobio novac/kuću/automobil/pu- tovanje ili neku drugu nagradu. Dobitak u nagradnoj igri koju organizuje kompanija pretvara potrošača u dobitnika i daje model vrednosnog sistema u kome je potrošnja vrednost po sebi. Međutim, transformacija iz priče/prepričavanja o tome kako je neko postao dobitnik u nagradnoj igri, u priču/prepričavanje o tome kako je neko našao miša u flaši i potom dobio veliku odštetu, nužno zahteva proširenje osnovne formule priče. Stoga, formula narativa o mišu u flaši sadrži, osim potrošnje, tj. konzumiranja proizvoda kompanije "Koka-Kola", i pozitivno konotiran američki pravni sistem koji omogućuje ne samo zaštitu potrošača, već i njegovo obogaćivanje ukoliko ima tu nesreću/sreću da u flaši omiljenog napitka pronađe ostatke miša.

4) Golijat efekat

Gerri Alan Fajn je, uvodeći pojam "Golijat efekta", ukazao na činjenice da je najveći broj merkantilnih legendi usmeren na

velike korporacije koje su ili dominantne po pokrivanju tržišta ili su dominantne po prestižnosti svojih proizvoda i usluga. On smatra da "običan svet usmerava pažnju na onu korporaciju ili proizvod koji podstiče njegove strahove i nepoverenje", a to su korporacije koje izazivaju strah od veličine (velikih dimenzija i velikih količina).²³ Rezimirajući Fajnovu analizu merkantilnih legendi "kasnog" ili "korporacijskog" kapitalizma, Dragana Antonijević piše:

"Kompleksnost i neprozirnost organizacije, uslova i načina rada velikih korporacija, kao i nepoznavanje ljudi koji njima upravljaju izazivaju kod prosečnog sveta osećaj frustriranosti, sumnje, straha i otpora, istovremeno ih čineći zavisnim od njihovih proizvoda koje im svakodnevno nameću kroz reklame i druge oblike svoje moćne tržišne sveprisutnosti."²⁴

U pokušajima da objasni uzroke ovih strahova Fajn govori o odvajanju ljudi od sredstava za proizvodnju zbog čega "se smatra" da korporacije pre svega brinu o profitu, a tek uzgred o potrebama potrošača. Poverenje koje su ljudi ranijih vremena imali u male preduzetnike, koje lično poznaju, nestaje kada su u pitanju velike korporacije što daje za pravo tezi, koja je još uvek bila popularna 80-ih godina dvedesetog veka, da odvajanje ljudi od sredstava za proizvodnju u kapitalizmu dovodi do otuđenosti, a ta otuđenost pruža psihološku klimu u kojoj zastrašujuće legende mogu da bujaju.²⁵

Fajnova analiza upućuje na razmatranje nekonstruisanog društvenog problema koji bi se zasnivao na pomenutoj "odvoje-

23 G. A. Fine, op. cit. 65.

24 D. Antonijević, Merkantilne legende postindustrijskog društva. Proučavanja Gerija Alana Fajna, u S. Nedeljković (Ur.), *Antropologija savremenosti*, Beograd, 2006. 81.

25 G. A. Fine, op. cit. 80.

nosti" ljudi od sredstava za proizvodnju. Jednovekovno nastojanje komunističkih i drugih levičarskih organizacija da, šireći uverenja, otvore put za mobilisanje na akciju u cilju stvaranja službenog plana i njegovog sprovođenja, što je u marksističkoj varijanti značilo revolucionarno rušenje kapitalizma i uvođenje neograničene moći sveprisutne države i proletherske partije, nije donelo rezultat, već se "socijalistički" svet, posle skoro poluvekovne ekspanzije, urušio i nestao. Stoga se postavlja pitanje da li je baš "odvojenost od sredstava proizvodnje" ono loše stanje koje vodi nekonstruisanom društvenom problemu koji, pak, generiše urbane legende.

Strah od veličine, kao strah od nepoznatog, kontrastiran poznavanju i razumevanju poslovanja malog, lokalnog preduzetnika, o kome govori Fajn, upućuje na jedan drugi ugao posmatranja. Naime, pojedinac je jednako "odvojen od sredstava za proizvodnju" kojima upravlja i na kojima prihoduje i stiče profit njegov komšija bakalin ili mesar. On njima jednako ne upravlja i od njih ne prihoduje, kao što ne upravlja "sredstavima za rad" velikih kompanija niti, pak, od njih prihoduje. Stoga se "odvojenost od sredstava za rad" ili, oštrijom marksističkom terminologijom rečeno, vlasništva nad sredstvima za proizvodnju, može, zajedno sa ostalom marksističkom ili paramarksističkom retorikom, isključiti iz arsenala sredstava kojima se pokušava objasniti "Golijat efekat". Međutim, isključivanje marksističke frazeologije iz analitičkog postupka neće objasniti strah od korporacijskog biznisa koji se iskazuje u merkantilnim legendama zasnovanim na "Golijat efektu". Taj biznis i dalje ostaje kompleksan i neproziran, za razliku od sasvim prozirnog i prostog biznisa koji komšije mesar i pekar obavljaju na sopstvenim sredstvima za proizvodnju. Moguće je da velike kompanije svoje poslovanje čine neprozirnim zbog svoje bazične profitne prirode iz koje proizilazi nastojanje da se veličina profita sakrije od onih koji svojom potrošnjom omogućuju taj profit kompaniji. Među-

tim, mehanizam tržišta, mehanizam javne kontrole prihoda i njegovog oporezivanja, kao i opšti principi javnosti omogućuju da se kroz "zavesu" veoma dobro sagledaju svi važni elementi poslovanja kompanija. Od berze, preko stručne publicistike, državnog poreskog aparata, do medija željnih senzacija postoji čitav niz društvenih aktera koji se bave pitanjima kakva je organizacija u pojedinoj kompaniji, kakvi su uslovi i način rada, zaključno s podacima o prihodu kompanije ili njenih čelnih menadžera.

Frustrirajuća kompleksnost biznisa i organizacije velikih kompanija, kao što je "Koka-Kola", ne generiše se iz stvarnog nepostojanja informacija o "kompleksnosti" i organizaciji, jer su takve informacije dostupne javnosti. "Prosečan svet" ili "narod", o kome govori Fajn, u prilici je da se na mnogo načina upozna s organizacijom rada kompanija ukoliko ima interesovanje za tu vrstu spoznaje. Prema tome, Fajnova teza o frustraciji koju izaziva velika i složena kompanija može se preformulisati utoliko što složenost i kompleksnost poslovanja ne znače automatski i "neprozirnost", budući da velike kompanije nisu nikakve mistične organizacije čije je poslovanje poznato samo malom broju posvećenih. Naprotiv, mnogi elementi poslovanja su sasvim dostupni javnosti što Fajnov "običan svet" ili "narod" redukuje na one koji ništa o tome ne znaju zato što ih ne interesuje da saznaju, a ne zato što takva saznanja nisu dostupna.

S druge strane, veličina kompanije kontrastirana s preduzetnikom iz komšiluka dovodi do apsolutne pojedinačne nemogućnosti bilo kakvog uticaja na krajnji proizvod ili uslugu, jer kompanija reaguje samo na velike brojeve u kategorijama kao što su "pad prodaje" ili "pad profita". Nasuprot tome, korisnici usluga malog, porodičnog biznisa mogu, eventualno, svojim primedbama i nešto da promene u njegovom poslovanju.

Stoga se "Golijat efekt", izražen u merkantilnim legendama, može preformulisati/precizirati u odnosu na Fajnovе postavke na sledeći način:

Prvo, odvojenost od sredstava za proizvodnju se ne može тумачити devetnaestovekovnim marksističkim pojmovnim aparatom konstruisanim na ekonomiji prve industrijske revolucije. Odvojenost od sredstava za proizvodnju, u smislu vlasništva, jednaka je kada su u pitanju kompanija i "svima poznati" mali preduzetnik, ali odnos potrošača i proizvođača/davaoca usluga nije isti. Mogućnost direktnog uticaja potrošača je daleko veća u uslovima malog biznisa, odnosno, kada su u pitanju velike kompanije pojedinac nema nikakvu mogućnost da njihov proizvod/uslugu i najmanje prilagodi sebi, te mu je jedino moguć izbor između ponuđenog. Ta činjenica može biti generativna kada je "Golijat efekt" u pitanju.

Drugo, umesto "ontološke" neprozirnosti, složenost poslovanja velikih korporacija se može okarakterisati kao "gnoseološko" pitanje. Naime, nije nedostupno saznanje o tome kako posluju velike korporacije i ko su ljudi koji ih vode, već "običan svet" ili "narod" o tome ne zna ništa. Razlozi "ne-spoznaје" poslovanja velikih kompanija, bez obzira što леže u međuzavisnosti obrazovanja i interesovanja, ne umanjuju frustracije i strahove o kojima govori Fajn kada opisuje generičke elemente "Golijat efekta", samo se nalaze na strani onih koji te strahove i frustracije žive i pretvaraju u urbane legende.

Kuka ili sekira – epilog ljubavne scene na Lover's Lane

Epistemičko izjednačavanje antropološkog proučavanja stanovnika nekog polinežanskog ostrva sa proučavanjem američke srednje klase, bilo iz velegrada, bilo iz "Midltauna", odnosno proučavanja preostalih žitelja planinskih sela i pašnjaka dinarske zone sa proučavanjem prolaznika i stanovnika Knez Mihailove ulice u Beogradu, otvorilo je mogućnost tumačenja urbanih legendi, masovno pričaanih i širenih u urbanim sredinama srednjoklasne Amerike početkom druge polovine dvadesetog veka.¹ Urbane legende zanimljive, po načinu nastanka i širenja, ali i po snažnom efektu koje proizvode, privukle su pažnju srpskih istraživača i kada su u Srbiju stizale kao puki odjek neke američke/globalne legende² i kada su bivale prihvaćene, domestifikovane i transformi-

1 O uzrocima otvaranja mogućnosti proučavanje Amerike i uspostavljanja dvosmernosti antropološkog istraživanja vidi I. Kovačević, Urbane legende – američki i/globalni folklori, *Etnoantropološki problemi*, n.s. god. 2. sv. 2. Beograd, 2007.

2 Vidi analize legendi o aligatorima u njujorškoj kanalizaciji, izlivanju betona u automobil ženinog "ljubavnika", zatim, legendu o srećnoj kupovini "poršea" za 50 dolara i skupo plaćenom receptu za kolače ili o dosetljivim studentskim odgovorima na ispitu, koje nisu doživele recepciju u Srbiji. (Lj. Hristić, Aligator u kanalizaciji: urbane legende kao kognitivne mape, *Etnoantropološki problemi*, god. 2. sv. 2. Beograd, 2007; I. Kovačević, Porše i kolači – advokatski advertajzing ili etnojurisprudentski saveti, *Antropologija*, br. 3. Beograd, 2007; I. Kovačević, Betonirani "kadilak", *Antropologija*, br. 4. Beograd, 2007; J. Baćević, Studentske legende o polaganju ispita: kritika ili afirmacija

sane sa punim dejstvom u srpskoj sredini³. Stoga je sasvim moguće da se u Srbiji proučava i legenda o "Kuku" koja nije stigla ni redovnim putevima pristizanja urbanih legendi, niti je domestifikovana, već je poznata samo u transformisanoj/deformisanoj popular-kulturnoj formi horor filmova B i C produkcije.

Uvod u "Kuku"

Urbana legenda o manijaku koji prepada zaljubljene parove i koji ima kuku umesto ruke, najčešće nazvana, sasvim jednostavno, "Kuka", prelama skoro celu istoriju folklorističkog proučavanja urbanih legendi. Ta istorija intenzivno počinje prvim zapisima,⁴ pa potom pokretanjem časopisa "Indiana Folklore",

obrazovnog sistema?, *Etnoantropološki problemi*, god. 2. sv. 2. Beograd, 2007).

3 S druge strane, legenda o kradljivcima organa je doživela punu recepciju i stvorila kratkotrajnu paniku u nekoliko sremskih sela u blizini Beograda. Vidi D. Antonijević, *Legende o krađi organa: moralna dilema savremenog društva*, *Etnoantropološki problemi*, god. 2. sv. 2. Beograd, 2007. Legenda o mišu u flaši od koka-kole i druge priče o tom globalnom napitku u raznim formama se mogu registrovati skoro na celoj planeti, pa i u Srbiji. Ipak u Srbiji nije zabeležen sudski proces zbog "miša u flaši" kakvih je u Americi bilo mnogo. Vidi I. Kovačević, *Cokelore (Fine and Best)*, *Etnoantropološki problemi*, god. 3. sv. 1. Beograd, 2008. Jedna od poznatijih urbanih legendi iz poslednjih decenija dvadesetog veka, "Welcome to the World of AIDS", specifičnu recepciju je doživela u urbanim legendama beogradskih narkomana. Vidi E. Kuneski, *Štek: susret dva sveta. Urbana legenda beogradskih intravenskih korisnika droge*, *Antropologija*, br. 2. Beograd, 2006.

4 J. Stephens Parochetti, *Scary Stories from Purdue*, *Keystone Folklore Quarterly*, 10. 1965. 49; D. Barnes, *Some Functional Horror Stories on the Kansas University Campus*, *Southern Folklore Quarterly*, 30. 1966. 305-312.

koji je promovisao proučavanje urbanih legendi, i tekstem Linde Dež o "Kuki",⁵ iza koga je u istom časopisu sledila serija zapisa urbanih legendi i tekstova o njima. Time je "Kuka" prošla kroz fazu "otkrića" urbanih legendi i njihovog prvog folklorističkog beleženja. Potom, proučavanje "Kuke" prolazi kroz glavne tokove američke folkloristike od Dandesovih psihoanalitičkih komentara iz 1971,⁶ pokušaja integrativne interpretacije Vilijama Klements⁷, Brunvandove naučno-popularne sinteze⁸ i apliciranja teorije performansa u radovima Bila Elisa,⁹ pa sve do polemičkog odgovora B. Elisu od strane Linde Dež.¹⁰ Druga urbana legenda, nazvana "Dečkova smrt" ("Boyfriend's Death") javlja se u folklorističkoj literaturi istovremeno kada i legenda o "Kuki"¹¹. Već je Linda Dež ukazala na povezanost ove dve legende, što su kasnije potvrđivali mnogi folkloristi kao npr. Sju

5 L. Degh, "The Hook", *Indiana Folklore* I, 1. 1968. 92-100.

6 A. Dundes, On the Psychology of Legend, in W. D. Hand (ed.), *American Folk Legend: A Symposium*, University of California Press, Los Angeles and London, 1971. 21-36.

7 W. Clements, Mytography and the Modern Legend, *Journal of Popular Culture*, 19. 1986. 39-46.

8 J. H. Brunvand, *The Vanishing Hitchhiker. American Urban legends and their Meanings*, W. W. Norton & Company, New York – London, 1981. 48-52, 69-70.

9 B. Ellis, Why "The Hook" is not a Contemporary Legend, *Folklore Forum*, Vol. 24. Is. 1-2. 1991. 62-67. Vidi i opširniji tekst istog autora: B. Ellis, "The Hook" Reconsidered: Preblems in Clasyfing and Interpreting Adolescent Horror Legends, *Folklore*, 105. 1994. 61-75.

10 L. Degh, Speculations about "The Hook" – Bill Ellis Doesn't Need Any More Theoretical Concepts, *Folklore Forum*, Vol. 24. Is. 1-2. 1991. 68-76. Detaljniji pregled proučavanja u E. Tucker, *Campus Legends*, Greenwood Press, Westport, 2005. 117-131.

11 D. Barnes, op. cit. ; L. Degh, The Boyfriend's Death, *Indiana Folklore* I, 1. 1968.101-106.

Samjuelson¹² ili B. Elis, koji ih je nazvao "rođačkim legendama".¹³ Svi oni su ukazivali na tekstualnu sličnost legendi ne koristeći tu "sličnost" kao potencijalno analitičko oruđe.

Ilustrovanje sličnosti dve legende zahteva navođenje primera svake, a navođenje primera otvara pitanje koja je među zabeleženim verzijama dobra za ilustrovanje ili, pak, umesto neke zabeležene verzije treba dati integralnu/idealtipsku legendu. Međutim, takva pitanja, uz relevantnost njihovog promišljanja i preciznog i akribičnog navođenja izbora i razloga tog izbora, kada se pretvore u dominantno folklorističko raspravljanje, predstavljaju beg od pokušaja interpretacije legende i spuštanje na empirijski prosto opisanje narativne situacije i redukciju tumačenja folklor na mikrosociologiju folklorne situacije. Opis narativne situacije i aktera, kao i mikrosociologija folklornog događaja mogu biti tek jedno, od mnogih, heurističkih sredstava koje će pomoći interpretaciji folklornog teksta. Redukcija na performans je slepi kolosek folkloristike¹⁴ što se pokazuje i u pokušajima interpretacije legende o manijaku sa kukom koji nisu dali nikakvo novo svetlo u tumačenju legende.

U prvom talasu upoznavanja folklorističke, ali i šire, publike s urbanim legendama krajem 1950-ih i tokom 1960-ih godina, objavljivani su pojedinačni primeri ili su već sastavljane manje zbirke tekstova određene legende. Legenda o "Dečkovoj smrti" je, prema Brunvandovom istraživanju, svoju folklorističku premijeru imala u tekstu Danijela Barnsa iz 1966. godine u zbornom tekstu o

12 S. Samuelson, *European and American Adolescent Legends*, *ARV. Nordic Yearbook of Folklore*, 1981. 133-139.

13 B. Ellis, *Why "The Hook" is not a Contemporary Legend*, *Folklore Forum*, Vol. 24. Is. 1-2. 1991. 64.

14 Dosledno primenjen performativni pristup bi za svaku uspavanku konstatovao da se odvija u situaciji uspjavanja, ali sve moguće situacije uspjavanja malog deteta ne mogu da objasne zašto se u nekim uspavankama pominju zlikovci i čudovišta, a u drugima dobre vile i čarobnjaci.

horor pričama univerzitetskog kampusa Univerziteta u Kansasu, gde navodi jednu legendu o "Dečkovoj smrti", dok već nekoliko godina kasnije Linda Dež donosi devetnaest tekstova sakupljenih od studenata Univerziteta Indijana između 1964. i 1968. godine.¹⁵

Nastojanja da se sakupe i objave zbirke tekstova urbanih legendi imale su rezultate u pojedinim slučajevima kao što je već pominjani časopis "Indiana Folklore", koji je pokrenula Linda Dež, ili "Oregon Folklore Bulletin" u kome je Ber Tolken¹⁶ objavljivao tekstove nekih urbanih legendi koje su mu stigle kao rezultat apeala za sakupljanje. U drugim slučajevima, folklorna građa, sakupljana uglavnom direktno od studenata folkloristike ili raspitivanjem studenata folkloristike kod ostalih studenata, ostala je trajno pohranjena u univerzitetskim folklornim arhivama. Primer takvog arhiva je arhiva formirana ponajviše zaslugom Alana Dandesa koja datira od 1964. godine iz koje je B. Elis crpeo građu za svoj tekst o "Kuki".¹⁷ Sakupljanjem urbanih legendi od sopstvenih studenata folkloristike bavili su i Barns, Dandes, Brunvand, Tolken, Samjuelson i mnogi drugi folkloristi koji su proučavali savremeni, urbani folklor. Ovakav način sakupljanja urbanih legendi, osim komotnosti koju pruža, uslovljen je i teškoćom ili čak nemogućnošću da se urbane legende beleže u narativnoj situaciji, ali je produkovao i njihov dominantno adolescentski karakter. Bilo da su nazvane "horor pričama sa kampusa" (Barns) ili "folklorom akademije" tj. fakultetskim ili studentskim folklorom (Tolken)¹⁸

15 J. H. Brunvand, op. cit. 5-7.

16 J. H. Brunvand, op. cit. 149.

17 B. Ellis, "The Hook" Reconsidered: Problems in Classifying and Interpreting Adolescent Horror Legends, *Folklore*, 105. 1994.

18 Jedan od prvih pregleda ovog folklornog žanra nalazi se u Tolkenovom tekstu "The Folklore on Academe" u J. H. Brunvand, (ed.), *The Study of American Folklore: An Introduction*, W. W. Norton & Company, New York – London, 1968. 317-337.

ili "adolescentskim legendama" (Samjuelson), svi nazivi upućuju na to da se radi o folkloru određene dobne grupe, primarno tinejdžerske. Čak i kad su legende zabeležene na osnovu kazivanja studenata koji su izašli iz tinejdž perioda radi se i dalje o osobama u ranim dvadesetim godinama, čija sećanja najčešće dopiru do tinejdžerskih dana. Mogućnost određenih deformacija narativa usled ovakvog načina registrovanja biće ispitana kroz poređenje osnovnog narativa sa realijama.

1. "Hook" i "Boyfriend's Death"

a. Etnografija legendi

U pokušaju da destruiše mogućnost izgradnje "idealne" ili "tipične" legende, Bil Elis je upravo učinio ono što je neophodno za analizu značenja legende o manijaku koji je imao kuku umesto ruke. On je statistički obradio arhivu Univerziteta Berkli, koja sadrži 75 zapisa od kojih se 70 mogu oceniti kao zapisi o "Kuki"¹⁹. Takvom analizom frekvencije javljanja sekvenci tj. legendama u četrdeset zapisa Elis je utvrdio da se u 87% slučajeva kao akteri legende javljaju mladić i devojka koji su parkirani na Lover's Lane (89%), da su bili upozoreni (81%), a od toga putem radija (54%) na opasnost koja im pretila od strane muškarca sa kukom umesto ruke. Oni se sa Lover's Lane odvoze u žurbi (83%) i to naročito (49%) ili samo u žurbi (34%), i kada stignu kući nalaze kuku u vratima (86%) ili je ne nalaze mada je tamo (14%). Pokušavajući da razbije legendeme na tobože različite ajteme, Elis nastoji da dokaže nedokazivo, a to je da legenda nema svoj osnovni tok i sadržaj, već da su to sve različite individualne performacije. Pokušaj da razdvoji osobine pripisivane čoveku sa kukom na ludaka koji je pobegao iz ludnice, lokalnog ekscentrika, čoveka koji

19 B. Ellis, op. cit. 65.

je izvršio ubistva, ili osobu koja lovi zaljubljene parove, bez ikakvog je smisla; kao i pokušaj da podeli Lover's Lane na specifični (lokalni) ili neprecizirani (nazvan samo Lover's Lane) i već nevedeno razdvajanje žurbe na "veliku" i "ne baš veliku" govori o nasilju nad folklornim materijalom. Elis uje stalo da po svaku cenu dokaže da ne postoji osnovna, tipična ili idealna forma legende i do kraja teksta nije shvatio da je pokazao upravo suprotno. Njegova tabela takođe dokazuje suprotno: 15 tekstova je "atipično", dok je prema klasifikaciji autora koji pokušava da dokaže nepostojanje tipične verzije, 26 verzija "skoro tipično", 25 "tipično" 14 "skoro idealne" i 1 "idealna" što čini da u sve četiri kategorije koje obuhvataju procenu od "skoro tipične" do "idealne" ima 66 od ukupno 81 zapisa, što čini preko 80%. Svakome, osim Bilu Elis u, to bi bilo sasvim dovoljno da se fokusira na sadržaj, a da performans tih legendi ostavi onima koje taj vid umetnosti zanima. Prema Elisovoj frekvencijskoj analizi osnovna legenda o manijaku sa kukom bi bila sadržana u velikom broju zapisa, pa je moguće navesti neki od najpoznatijih. Na primer:

Mladić i devojka su bili na svom omiljenom "Lover's Lane" gde su se grlili i slušali radio. Muzika na radiju je prekinuta i pročitano je saopštenje da je pobegao zatvorenik osuđen zbog silovanja i pljačke. Opisan je kao čovek koji ima kuku umesto ruke. Par se uplašio i odvezao. Kada su stigli do devojčine kuće dečko je obišao automobil da devojci otvori vrata. Tada je ugledao kuku kako visi sa kvake na vratima.²⁰

Što se tiče legende o dečkovoj smrti ("Boyfriend's Death"), može se reći da je prava šteta što Elis nije i nju analizirao sa namerom da dokaže nepostojanje osnovne legende, jer bi time posao

20 Verzija koju navodi Brunvand u J. H. Brunvand, *The Vanishing Hitchhiker. American Urban Legends and their Meanings*, W. W. Norton & Company, New York – London, 1981. 48-49.

utvrđivanja tipičnog teksta bio olakšan. Ipak i tu može da posluži neka od verzija koja sadrži sve osnovne elemente kao, na primer, verzija zabeležena 1964. koju navodi Brunvand. U toj verziji

Par (je) bio parkiran ispod drveta van puta. Kada je došlo vreme da devojka ide kući, rekla je dečku da pođu. Međutim, kola nisu htela da krenu i mladić je rekao devojci da se zaključa u kolima dok on krene po pomoć. Dugo ga nije bilo i devojka je potom čula zvuke grebanja po krovu automobila. Na kraju, kada se već razdanilo, došli su neki ljudi koji su joj pomogli da izađe iz kola. Kada je izašla i osvrnula se videla je svog dečka obešenog o drvo tako da su mu noge grebale po krovu.²¹

Činjenica da su folkloristi sakupljali zapise od svojih studenata uticala je da svi zapisi ne samo što kao osnovni par u legendi definišu mladića i devojku, već i da legendu žanrovski odrede kao tinejdžersku tj. kao legendu koja se priča i prenosi unutar te generacije. Ostaje nepoznato da li su legendu u vreme njenog "punog cvetanja" na samom početku šezdesetih godina dvadesetog veka²² pričali i prepričavali pripadnici neke druge generacije.

b. Hermeneutika kuke – tragedija i happyend

Traženje unutrašnjeg smisla/besmisla legende o "Kuki" prisutno je u prvoj i najpoznatijoj Brunvandovoj knjizi o urbanim legendama.²³ Brunvandova "hermeneutika Kuke" predstavlja klasično pobijanje urbane legende ("debunking") veoma popu-

21 J. H. Brunvand, op. cit. 6.

22 B. Ellis smatra, na osnovu analize arhive sa Berklija i ostalih ranih beleženja, da je rast popularnosti legenda doživele za vreme Česmenovih žalbi i izvršenja smrtne kazne 1960. godine, a rast broja folklorističkih zapisa 1962–1964 pripisuje Dandesovom radu sa studentima koji je rezultirao većim brojem zabeleženih legendi (B. Ellis, op. cit. 65).

23 J. H. Brunvand, op. cit. 50.

larno u brojnim nefolklorističkim knjigama i internet sajtovima o urbanim legendama. On postavlja pitanje kolike su šanse da odbegli kriminalac ili manijak ima kuku umesto ruke, zatim, da se taj lik pojavi baš u trenutku kada se na radiju emituje vest o njegovom bekstvu, kao i da mladić naglo pojuri kolima baš u trenutku kada je manijak kukom uhvatio kvaku od kola. Brunvand se dalje pita da li će mladić, iznerviran prekidom erotskog doživljaja od strane uplašene devojke, biti tako ljubazan da, kada stignu do njene kuće, izađe iz kola i džentlmenски joj otvori vrata. Sva ta pitanja, i implicitni odgovori, proizlaze iz nemogućnosti folkloriste da se odupre pobijanju istinitosti narativa na šta je temeljno isprovociran uveravanjem koje je nezaobilazni deo naracije. Jedna od Dandesovih studentkinja, angažovanih na beleženju legende o čoveku s kukom, je u uvodnom delu zapisa opisivala svoja saznanja o legendi koju je prvi put čula kada je imala petnaest godina, i potom konstatovala: "Misllila sam da je istinita sve dok na času nije gospodin Dandes rekao da nije."²⁴ Iako dokazivanje neistinitosti legendi nije posao folklorista, oni vrlo često ne mogu tome da odole u kontaktu sa spoljnjim (nefolklorističkim) svetom ili u prvim dodirima s polaznicima nekog folklorističkog kursa na univerzitetu.

Kada se umesto pobijanja legendi kao cilj postavi traženje njihovog unutrašnjeg smisla, onda su postupci samo naoko slični i to u onom delu gde se sadržaj narativa dovodi u vezu s realijama. Racionalna provera postupanja u legendi ne služi da bi se ona opovrgla već da se ispita izgradnja narativnog toka i njegov unutrašnji smisao. Ranije pomenuto dovođenje u vezu legende o manijaku sa kukom i legende o dečkovoj smrti nagoveštava moguće pravce hermeneutike "Kuke". Naime, osnovni smisao javljanja kuke u legendi o manijaku sa kukom može se sagledati tek kada se obe legende postave u međusobni odnos,

24 B. Ellis, op. cit. 61.

odnosno kada se u međusobni odnos postave zapleti i raspleti obe legende. Javljanje kuke kao atributa manijaka sa Lover's Lane se prvo mora postaviti u kontekst dva raspleta shvaćena kao dve mogućnosti ili alternative. Legenda "Boyfriend's Death" ima tragičan kraj, dok "Hook" ima happyend. Legenda o dečkovoj smrti je celovita, ucelinjena i nema nikakvih dodataka i bočnih tokova. Ona prati lik dečka kroz Lover's Lane, polazak i kvar ili neuspešan polazak zbog kvara, napad manijaka i smrt. Kada se prati lik devojke ona prolazi kroz iste faze na početku (Lover's Lane, neuspešni polazak i na kraju otkriće leša). Svaki pokušaj da se legenda u ovom, svedenom obliku pretvori u priču sa happyend-om je nemoguć jer se bazira na ubistvu i pronalazanju leša. To znači da je u narativ, koji ne bi imao tragičan kraj, neophodno uneti izmene ili dodatke koji će preokrenuti tok priče i izbeći fatalan ishod. Taj dodatak je kuka. Kuka kao dodatak u narativu i kuka kao dodatak na ruci manijaka omogućava bekstvo iz manje ili više svesne opasnosti i potonje osvešćenje o njenom obimu tj. o mogućem ishodu. Vest s radija o odbeglom psihijatrijskom bolesniku jeste pokretač akcije, ali se ona može javiti i u legendi o dečkovoj smrti kao pokretač na prvu akciju, kao motiv za neuspešno napuštanje Lover's Lane koje prethodi kvaru automobila i ubistvu. To znači da vest s radija ne narušava strukturu narativa legende o dečkovoj smrti pa samim tim nije specifikum legende o manijaku s kukom.

Stoga je samo kuka dodatak koji preusmerava priču ka spasonosnom begu. Ali, tek treba odgovoriti na pitanje – zašto baš kuka? U stvari, teško bi bilo zamisliti nešto drugo što bi osvedočilo prisustvo manijaka u trenutku napuštanja Lover's Lane. Kuka je, kao njegov atribut, najavljena u vesti s radija, upravo tu da bi mogla da bude pronađena. Nijedan drugi predmet ne bi mogao tako razumljivo i uverljivo da odigra dvostruku ulogu – da predstavlja prepoznatljivo obeležje odbeglog manijaka i da bude pogodno "za poneti". Ludak sa sekirom, poznat iz britanske varijante legende o

dečkovoj smrti,²⁵ ili američkih legendi iz istog "ciklusa", kao što su "Hachet Man"²⁶ ili "Hachet and Handbag",²⁷ ne može postati lik iz priče koja sadrži spasonosno bekstvo. Sekira se nikako ne može tajno i trajno zaglaviti u kvaku automobila, niti bilo gde drugde na vozilu, a da taj postupak ne bude primećen od strane para u kolima, kao i što je teško pomisliti da bi ludak sa sekirom svoj osnovni alat tek tako ostavio kao posetnicu u kvaki automobila; isto kao što sekira nema nikakvu svrhu u slučaju da manijak namerava da otvori vrata i potom je upotrebi jer se vrata otvaraju rukom. Moguće je zamisliti i neko drugo "rešenje" koje bi odgovaralo kontekstu bekstva manijaka iz duševne bolnice. To bi bio neki deo garderobe koji bi omogućavao direktno, nedvosmisleno prepoznavanje i povezivanje kao što bi bili bolnički mantil, luđačka košulja ili bolnička pidžama. Neki od ovih odevnih predmeta ili neki njihov prepoznatljiv deo bi trebalo da prevali put od Lover's Lane do devojčine kuće da bi posvedočio o neprimećenom bliskom susretu sa manijakom koji se tamo dogodio i sa opasnošću koja je iz tog susreta proizlazila. Međutim, skoro da je nemoguće aplicirati deo prepoznatljive odeće (pidžama, košulja, mantil) jer automobil nema pogodne špicasto-kukaste delove van svog gabarita o koje bi se deo bolničke garderobe zakačio i otkinuo/spao, ostao tokom vožnje i bio pogodan za identifikaciju. Jedini deo garderobe koji se pominje u legendama je rukavica koja, čak i kada se prihvati da može spasti sa ruke i zakačiti se za kvaku, nema element veze s opisom odbeglog manijaka.²⁸ Barnes

25 M. Wilson, Boyfriend's Death and Mad Axeman, *Folklore*, Vol. 109. 1998. 89-95.

26 S. Gryder, The Hatchet Man, in L. Degh, (ed.) *Indiana folklore: A Reader*, Indiana University Press, Bloomington, 1980. 147-178.

27 S. Sanderson, From Social Regulator to Art Form: Case Study of a Modern Urban Legend, *ARV. Nordic Yearbook for Folklore*, 1981. 161-166.

28 D. Barnes, op. cit. 311.

uočava da pojavljivanje rukavice u priči u potpunosti menja smisao što potvrđuje i ostatak te verzije koji govori da se događaj odigrao na groblju i da su mladić i devojka pobjegli jer su "čuli glasove". Takođe, bilo kakvo kačenje samog manijaka za neki deo garderobe pre nego se taj deo otkine ili pre nego spadne proizvelo bi vrlo čujno udaranje, lupanje i druge znake neuobičajenog polaska automobila. U tom smislu je pogrešan stav Prisile Denbi po kome se, uprkos priznanju da kuka ima pragmatičnu funkciju u priči, jer se može zakačiti za kvaku ili uhvatiti brzim zatvaranjem prozora, to isto svojstvo pripisuje i ljudskoj ruci.²⁹ Osim što brzo zatvaranje prozora nije registrovano u poznatim legendama ono bi u potpunosti deformisalo tj. uništilo narativni tok, a isto bi se desilo i u slučaju da se manijakova ruka zakači za kvaku i on potom bude zakačen i vučen.

Kratka hermeneutika javljanja kukastog predmeta koji zamenjuje ruku i nemogućnost alternative koja bi omogućila transformaciju tragične legende u legendu sa happyend-om, pokazuju da je kuka nužan element te transformacije. Njena funkcionalnost u narativnom preokretanju je njeno celo značenje. Prema tome, fokusiranje kuke kao elementa legende koji ukazuje na strah/gađenje u odnosu prema hendikepiranima (Linda Dež) se može odbaciti, ali ne iz politički korektnog nametanja razumevanja za drugost, niti iz prikrivanja/osuđivanja drugačijih stavova prema drugačijima, već zato što kuka u legendi nema to značenje. Treba imati u vidu da u drugoj legendi ("Dečkova smrt") običan manijak uspešno, najčešće sekirom, obavlja svoju

29 P. Denby, *The Self Discovered: The Car in American Folklore and Literature*. Doktorska disertacija odbranjena 1981. godine na Odeljenju za folklor Indijana Univerziteta u Blumingtonu. Integralni tekst doktorata je dostupan u elektronskoj bazi podataka ProQuest Information and Learning (<http://proquest.umi.com/login/user>) u okviru servisa on line doktorskih teza "Interdisciplinary – Dissertations & Theses".

nameru, dok onaj sa kukom to ne uspeva. Iz toga teško može proizaći strah od hendikepiranog koji, možda upravo zbog hendikepa, ne uspeva da nanese nameravano zlo³⁰.

Isto važi i za Dandesovu interpretaciju o presudnoj faličkoj simbolici kuke. Prosta egzegeza objavljenih tekstova pokazuje da je "guranje kuke u bravu s devojčine strane" domišljeni element koji je stvorila Dandesova psihoanalitička mašta. Legenda eksplicitno kaže da je dečko primetio kuku kada je dovezao devojku kući i kada je hteo da otvori vrata automobila na strani na kojoj je ona sedela. Nema govora o guranju kuke u bravu, jer bi se u tom slučaju veoma teško zakačila za kvaku što bi, pak, kao i svo prethodno utvrđivanje unutrašnjeg smisla, imalo odraza na verodostojnost koja tim smislom ne sme biti narušena. Pitanje – da li kuka predstavlja falusni simbol – može se razložiti na pitanje postojanja univerzalnih simbola, zatim na pitanje da li kuka zakrivljenog oblika od 270 stepeni kojim zatvara tri četvrtine kruga može imati bilo kakvu falusnu simboliku, i na kraju da li je falusna simbolika kuke na bilo koji način evidentirana u kulturi onih koji legendu stvaraju/prepričavaju. U psihoanalitičkim interpretacijama folklora faličnim simbolima se obično smatraju ravni, duguljasti oblici što dodatno pokazuje da se ni na jedno od ovih pitanja ne može dati pouzdan pozitivan odgovor. Imajući u vidu i prethodno tumačenje unutar samog teksta, koje ne omogućava Dandesova "dopisivanja", dolazi se do zaključka da tumačenje po kome se ot-

30 Bez obzira na pokriće koje se traži u okviru strukturalne analize nije moguće prihvatiti uokviravanje legende o manijaku koji ima kuku umesto ruke u "istraživanje granica između čoveka i onog drugog, između prirode i kulture". Tom "istraživanju" koje gradi horor doživljaj bi pripadali likovi čovek – pas, čovek – mašina, kanibal i mutant, a u nekom od njih je prepoznat i čovek s kukom. (S. Stewart, *The Epistemology of the Horror Story*, *Journal of American Folklore*, Vol. 95. No. 375. 1982. 41-42).

kidanje kuke tumači kao kastracija tj. najefektnije ukidanje muške seksualnosti predstavlja potpuno pogrešan put ka tumačenju legende o manijaku sa kukom, a samim tim i legende o dečkovoj smrti. To, ipak, znači da nedvosmisleni seksualni sadržaj legende nije potrebovao psihoanalizu da bi bio uočen.

Kuka nije materijalna metafora manijaka, ludaka već takva metafora ludaka može biti ludačka košulja. Čega je kuka metafora? Kuka jeste metafora nevaljalca, gusara i to raširena u najgledanijem dečijem filmu 1953. godine u Americi, u Diznijevoj verziji "Petra Pana". Priče o Petru Panu nastale su početkom dvadesetog veka iz pera škotskog pisca Džejmsa Beriija³¹ (James Matthew Barrie), dok je prva filmska verzija³² priče o Petru Panu nastala još u vreme nemog filma (1924). I pored prisutnosti lika Kapetana Kuke u dečijoj literaturi i prvim filmovima iz 1924. i 1925. godine, na legende koje su zabeležene krajem pedesetih godina u Americi sigurno je najviše mogla da utiče Di-

31 Beri je 1902. godine objavio prvi roman u kome se pojavljuje Petar Pan pod naslovom "The Little White Bird", a njegov pozorišni komad pod naslovom "Peter Pan, or The Boy Who Wouldn't Grow Up" je izveden 1904. godine. Uspeh sa kojim se komad izvodio je doveo do toga da Beri iz svog romana, inače pisanog za odrasle, izvadi poglavlja u kojima se pojavljuje Petar Pan i štampa ih 1906. godine kao zasebnu knjigu pod naslovom "Peter Pan in Kensington Gardens" da, potom, na osnovu komada nastane i roman "Peter and Wendy" 1911. godine. Vidi B. D. Cutler, *Sir James M. Barrie – A Bibliography*, Read Books, 2007. Detaljna Berijeva biografija: D. Mackail, *Barrie: The Story of J. M. B.*, Charles Scribner's Sons, 1941.

32 Nemi igrani film "Peter Pan" je snimljen 1924. godine sa glumicom Beti Bronson u naslovnoj ulozi Petra Pana, da bi se već sledeće godine pojavio animirani film "Peter Pan Hendlod" u produkciji Valtera Lanca (Walter Lantz) poznatog producenta filmova sa crtanim junakom Perom Detličem (Woody Woodpecker). (<http://www.imdb.com>).

znijeva verzija iz 1953. godine, potom i TV serija (1955). Priča o Petru Panu je filmovana i kao mjuzikl, žanr veoma popularan u Americi sredinom dvadesetog veka, 1960. godine upravo u vreme punog zamaha legende o manijaku sa kukom. "Petar Pan" Volta Diznija je, iako dečiji film, u 1953. godini bio među prva tri filma po prihodu, što znači da je, umesto sporadičnog saznanja o gusaru s kukom iz avanturističkih romana ili stripova, skoro svako dete tog vremena dobilo predstavu o kuki kao zameni/protezi za ruku kod nevaljalaca kakvi su gusari. Broj gledalaca filma je u 1953. godini procenjen na 49,7 miliona³³ što predstavlja, praktično, trećinu ukupne populacije koja je te godine iznosila 151,325.798. stanovnika SAD.³⁴ Ukoliko se kao najranije javljanje legende o manijaku s kukom smatraju zapisi Linde Dež,³⁵ može se pretpostaviti da je Diznijev film o Petru Panu dao instrument za pretvaranje tragične legende ("Boyfriend's Death") u jezivu priču sa happyend-om.

2. Šta je Lover's Lane?

a) Etnografija aleje ljubavnika – ko su korisnici *Lover's Lane* i šta se tamo radi?

Automobil i seks. Etičar Loren Lomaski smatra da automobil u američkom društvu dvadesetog veka služi kao kvintesencijalni

33 <http://www.mrob.com/pub/film-video/topadj.html>.

34 http://www.census.gov/history/www/fast_facts/012357.html.

35 Linda Dež ima samo jedan podatak koji seže dalje od 1953. godine i odnosi se na sećanje njenog informanta da je njegova žena čula tu priču 1951. godine na kampovanju, dok sama konstatuje da je masovnije pojavljivanje priče o manijaku sa kukom primetila 1958. godine. (L. Degh, "The Hook", *Indiana Folklore* I, 1. 1968. 94.)

bastion privatnosti.³⁶ Sličnu ocenu daje i R. Brejk upoređujući automobil jedino sa kupatilom, kao drugom oazom privatnosti u američkoj urbanoj kulturi.³⁷ Razvijen u dvadesetom veku, masovni i daleki transport individualnim prevoznim sredstvom, automobilom, uneo je promene u različite sfere socijalnog života. Mogućnost brzih i čestih putovanja na destinacije koje su udaljene od mesta stanovanja proširila je kretanje stanovništva ali i socijalne odnose koji se u okviru tog kretanja realizuju. Automobil je omogućio da se efikasno i na dalje distance premeste ljudi, a time njihovi odnosi učine nedostupnim okolini u kojoj žive. Razvoj putovanja značio je mogućnost razvoja najrazličitijih odnosa između putnika, odnosa koji ne moraju biti prihvatljivi za sredinu iz koje potiču. Konzervativna Amerika je uočila opasnost koju putovanje kao masovni fenomen ima na uspešnost društvene kontrole moralnih normi. Tako je Edgar Huver, inače simbol američkog konzervativizma, sredinom dvadesetih godina dvadesetog veka optužio masovna kretanja jer moteli pojedine bungalove iznajmljuju na sat i po šesnaest puta za jednu noć³⁸, zbog čega ih je nazvao "kamufliраним bordelima", dok je jedno istraživanje iz 1936. godine pokazalo da tri četvrtine posetilaca kampova u okolini Dalasa sačinjavaju parovi iz samog Dalasa.³⁹

Međutim, automobili koji su omogućili ovakvu vrstu socijalne pokretljivosti nisu bili samo puko prevozno sredstvo do

36 L. Lomasky, *Autonomy and Automobility*, *Independent review*, Vol. 2. No.1. 1997. 22.

37 R. Brake, *Space, Motion and Comfort in the Contemporary Automobile*, *Journal of Popular Culture*, Vol. 8. Is. 1. 1974. 155.

38 D. L. Lewis, *Sex and Automobile: From Rumble Seats to Rockin' Vans*, in D. L. Lewis and L. Goldstein, *The Automobile and American Culture*, University of Michigan Press, 1983. 129.

39 G. Jeansonne, *The Automobile and American Morality*, *Journal of Popular Culture*, Vol. 8. Is. 1. 1974. 128.

mesta na kome se namerava obaviti ljubavni odnos. Oni su, na početku, bili sasvim otvoreni, sedišta izdignuta i izložena pogledima, da bi polako postajali sve zatvoreniji i putnici u njima sve sakriveniji od prolaznika ili drugih automobilista. Sedišta automobila su tokom dvadesetog veka postajala sve duža i šira i sve pogodnija za seksualnu aktivnost.⁴⁰ Automobili su u vreme nastajanja legendi o dečkovoj smrti i o manijaku sa kukom umesto ruke bili najveći (najduži i najširi) u istoriji američke automobilske industrije.⁴¹

Lover's Lane – definicija: *Lover's Lane* je ulica ljubavnika, drum ljubavnika ili aleja ljubavnika i predstavlja instituciju automobilske civilizacije. Iako se tako zove često ne mora uopšte biti ni ulica ni drum, već veće ili manje mesto za parkiranje, parkirište i slično. To je dostupno, ali "skriveno" mesto gde se može doći automobilom i gde se može parkirati automobil u mraku. Samim tim to su neosvetljena mesta koja preko dana mogu biti vidikovci za panoramsko razgledanje grada ili pejzaža, ali i sporedni, manje prometni drumovi u blizini skretanja sa nekog važnijeg i prometnijeg druma. Na sporednim drumovima neposredno posle raskrsnice se formiraju u lancu improvizovana parking mesta koja grade *Lover's Lane*. Opisi tih mesta mogu biti poput romantičnog puteljka koji se završava ispod drveta žalosne vrbe, ali i svedeni na objašnjenje da se nalaze kod raskrsnice određenih puteva. Poznati vidikovac koji je predstavljao *Lover's Lane* je Mulholand Drive u Los Anđelesu⁴², a najpoznatije parkirište koje je služilo toj svrsi se nalazi kod Planeta-

40 D. L. Lewis, op. cit. 124.

41 R. Brake, op. cit. 159.

42 Prema zapisima iz Los Anđelesa, koje je sačinila Sju Samjuelson, radnja obe legende se odvija na Mulholand Drive. (S. Samuelson, op. cit. 134 i 136).

rijuma u Čikagu⁴³. Blizina Lover's Lane je jedna od osnovnih osobina što znači da su ta mesta bila unutar same gradske sredine, na obodu grada ili udaljena tek par milja od izlaska iz naselja. U manjim gradovima, gde je Lover's Lane bio tik van grada, širenjem naselja je i taj drum postao deo urbanog tkiva, koji kao zvaničnu adresu ima naziv Lover's Lane.

Posetioci Lover's Lane – Lover's Lane je mesto na koje su parovi različite dobi dolazili da bi se osamili i u osami upuštali u ljubavni odnos različitog seksualnog sadržaja. Prema legendama o dečkovoj smrti i manijaku s kukom Lover's Lane posećuju isključivo tinejdžeri. Međutim, postoje i druge legende koje u automobile smeštaju ljubavne parove izašle iz tinejdžerskog doba. Legenda, naročito popularna 1976. i 1977. godine u Engleskoj, govori o povredi kičme u toku ljubavnog čina u malom sportskom automobilu što dovodi do njegovog uništenja u operaciji vađenja ljubavnika i završetka legende pitanjem: "Šta ću reći mužu?"⁴⁴ Legende o povredama u toku ljubavnog čina, koje dovode do neophodne lekarske i/ili vatrogasne intervencije i vezuju se za pseudonaučne pojmove *penis captivus* i *veginismus*,⁴⁵

43 Jedan od zapisa iz arhive Univerziteta Berkli, koji je sačinio student iz Čikaga, odnosi se na legendu o manijaku s kukom čija se radnja "odigrala" kod čikaškog Planetarijuma (B. Ellis, loc. cit.).

44 D. Barnes, *Interpreting Urban Legends, ARV. Nordic Yearbook of Folklore*, No. 40. 1984. 74.

45 J. H. Brunvand, *The Choking Doberman and other "New" Urban Legends*, W. W. Norton, New York – London, 1984. 143-145. Brunvand navodi istraživanja u okviru medicinske struke koja pokazuju da je uvođenje "pojma" *penis captivus* rezultat podvale 1884. godine nastale iz namere da se "osramoti pompezni kolega" koji je uređivao "Philadelphia Medical News". Kasnija istraživanja su pokazala da je legenda poznata i u Americi i u Izraelu (J. H. Brunvand, op. cit. 144 -145). U Beogradu je, prema ličnom saznanju, legenda

poznate su i na američkom kontinentu još od devetnaestog veka, a u decenijama posle Drugog svetskog rata su događaj smeštale u parkirane automobile. Prema tome, folklorne tvorevine o ljubavnim parovima koji dolaze na Lover's Lane obuhvataju obe starosne grupe – i tinejdžere i odrasle. Tim starosnim grupama se pripisuju i različite vrste odnosa: tinejdžeri u automobilima na Lover's Lane stiču prva erotska iskustva koja se opisuju kao ljubljenje, grljenje, peting, "making out" tj. ne-penetrativni seks, dok su odrasli posetioци tih mesta parovi koji upražnjavaju vanbračni seks koji uključuje snošaj ("intercourse"). Literarne forme, kao što su kriminalni romani, pisani daleko posle vremena nastanka legendi, prihvataju da su posetioци Lover's Lane tinejdžeri jer su upravo oni žrtve ubistava koje razrešava glavni lik.⁴⁶

O stvarnim posetioциma Lover's Lane govore prve intervencije policije i prve sudske presude. Opisujući istoriju seksa u automobilima Luis piše: "Policajci nisu uznemiravali ljubavnike već su obezbeđivali da se ne pojavljuju voajeri ili još gori od njih. Mnoge lokalne vlasti su zatvarale oči pred seksom u automobilima mada su postojeći zakoni zabranjivali seks pa čak i ljubljenje... Do današnjih dana propisi u Čikagu kvalifikuju seks u kolima kao nepristojno ponašanje, a definisanje automobila kao javnog mesta zabranjuje seks u njemu (...) Uprkos propisima, policajci se mnogo više zabavljaju gledanjem onoga što se događa u kolima."⁴⁷

pričana među adolescentima tokom šezdesetih godina dvadesetog veka.

46 C. Hart, *Death in Lovers' Lane* (Henrie O Mysteries), Avon, 1998.

47 D. L. Lewis, op. cit. 124. Takav stav policajaca je opisan i u folklornim tvorevinama. U jednom od viceva o Lover's Lane policajac prilazi kolima u kojima mladić sedi na prednjem, a devojka na zadnjem sedištu i ispituje šta se to događa, dobivši odgovor da čekaju još nekoliko minuta koliko je potrebno da devojka napuni osamnaest godina. Ovaj vic

Sudskom presudom je u Njujorku još 1927. godine oslobođen par koga je policajac priveo zbog ljubljenja i grljenja u kolima. Izražavajući nezadovoljstvo ovakvom odlukom suda, policajac je rekao kako stanje postaje sve gore i gore jer se parovi ljube i grle u kolima a devojke sasvim otvoreno puše cigarete.⁴⁸

O stvarnim korisnicima skrovitih ljubavnih mesta govore i policijske i sudske hronike o masovnim ubicama i kriminalcima koji su delovali na tim mestima. Još 1922. godine u mestu Nju Brunsvik u državi Nju Džersi na Lover's Lane ubijen je par koji je bio u automobilu, čuvenom T-modelu fabrike Ford. Ubijeni su lokalni sveštenik i jedna od pevačica u crkvenom horu. Sveštenik je bio oženjen ćerkom najbogatijeg čoveka u oblasti, dok je ubijena bila udata za crkvenjaka.⁴⁹

Jedan od najpoznatijih sudskih slučajeva vezanih za Lover's Lane je kriminalac Čeril Česmen koji je pljačkao i silovao u okolini Los Anđelesa. Njegov slučaj, pogotovo posle izricanja smrtne kazne i njegove neuspešne borbe, koja je trajala više od jedne decenije, da izbegne izvršenje bio je u žiži pažnje američke javnosti. Na vezu slučaja Česmen i legende o manijaku sa kukom ukazao je B. Elis: "Legende počinju da se pojavljuju u ranim 50-tim, kada su konstantno locirane u Mulholland Drive u Los Anđelesu. Najverovatniji uticaj za ovo je veliki publicitet koji je u ovom periodu davan slučaju Čerila Česmen. Česmen, običan kriminalac, uhapšen je januara 1948. godine nakon što je grad bio u strahu posle serije pljački na Lover's Lane koje je počinio "Bandit crvenog svetla". Napadač bi se dovezao iza para koji je parkiran, paleći crveno svetlo i imitirajući policajca. Na-

je prisutan na više sajtova na kojima se mogu naći zbirke viceva. Vidi npr. http://www.coolbuddy.com-/jokes/lovers_lane.htm

48 G. Jeansonne, loc. cit.

49 G. G. Scot, *American Murder*, Greenwood Publishing Group, 2007. 46-47 i dalje.

kon toga bi izvadio pištolj, tražeći novac i preteći napadnutima smrću ukoliko prijave otimačinu. U dva slučaja, naredio je devojkama da napuste auto, i naterao ih na oralni seks, što tehnički predstavlja čin kidnapovanja po kalifornijskim zakonima. U drugom slučaju, nakon što je naterao devojku da ga zadovolji, u nastranom činu hrabrosti, odvezao ju je do njene kuće. Žrtva, mentalno nestabilna 17-godišnja devojka, ubrzo nakon toga smeštena je u psihijatrijsku ustanovu, očigledno kao rezultat preživele traume. Ovi kriminalni događaji su proizveli pravu histeriju u Los Angelesu i razna saopštenja vezana za ove slučajeve su konstantno emitovana preko radio stanica tokom ovog perioda."⁵⁰

Od pet slučajeva opisanih žrtava Čerila Česmena napadnutih na Mulholand Drive i okolnim vidikovcima, četiri para se ne mogu smatrati tinejdžerima. Policijska evidencija ih karakteriše kao mornara (34 godine) koji je na Lover's Lane bio sa komšinicom tj. ženom svog prijatelja, starom 36 godina, drugi par je sastavljen od prodavca kamiona i stjuardese iz Manile, a treći par su prodavac polovnih automobila i žena čije zanimanje nije precizirano. Par koji je prepadnut u toku vožnje u 4.30 ujutru su sačinjavali stomatolog i devojka nepoznatog zanimanja. Samo jedan par se može smatrati tinejdžerskim jer ga sačinjavaju student i devojka koju je neposredno pre odlaska na Lover's Lane upoznao na igraci⁵¹.

Žrtve drugog napadača na parove parkirane na skrovitim, ljubavnim mestima, poznatog samo pod nadimkom Zodijak, bili

50 B. Ellis, op. cit. 63.

51 Napadnuti posetioci Lover's Lane su opisani u knjizi "Istinita priča o Čerilu Česmenu" Klarka Hauarda pisca knjiga o kriminalu (C. Howard, *The True Story of Charyl Chessman*, Crimelibrary, 2001). [http:// web.archive.org/web/200103291758-05/www.crimelibrary.com/classics3/chessman/index.htm](http://web.archive.org/web/200103291758-05/www.crimelibrary.com/classics3/chessman/index.htm)

su tinejdžeri koji su roditeljima rekli da idu na božićni koncert, da bi se posle večere odvezli na Lover's Lane.⁵²

Prema tome, moguće je zaključiti da po opisu aktera i radnji na Lover's Lane legende, a ni drugi folklorni materijal, ne negiraju realnost. Na Lover's Lane dolaze i parovi tinejdžera i odrasli vanbračni parovi. Legende o tinejdžerima na Lover's Lane govore o ljubljenju (kissing), grljenju (necking), drugim oblicima seksualnih kontakata (making out) koji ne podrazumevaju snošaj (intercourse) niti oralni seks. S druge strane, aktivnost starijih parova u vanbračnom ljubavnom odnosu je, i folklorno (legende i vicevi) i na osnovu policijskih izveštaja, određena kao seksualni odnos tj. snošaj (intercourse).

b) Značenje prostora i radnji

Legenda o manijaku s kukom umesto ruke bila je poligon metodoloških pokušaja i eksperimenata u skoro svakom nastojanju da se legenda protumači. U radu V. Klements, tumačenje legende, sasvim eksplicitno, ima eksperimentalno-metodološki karakter i to u pravcu ispitivanja mogućnosti izgradnje integralne interpretacije mita/legende. Smatrajući da postoje monističke teorije, koje ne objašnjavaju niti mogu objasniti sveukupnost podataka koji se sadrže u ispitivanom fenomenu, a oslanjajući se na shvatanje poznatog proučavaoca antičke mitologije Dž. S. Kirka, Klements je zastupao stanovište da "monističku teoriju" treba pratiti dokle god ona "daje rezultat", a potom preći na neku drugu monističku teoriju.⁵³ Nastojeći da ilustruje svoja inte-

52 D. C. Gibson, *Clues from Killers: Serial Murder and Crime Scene Messages*, Praeger, Westport, 2004. 94.

53 W. Clements, op. cit. 45. Osim toga Klements smatra i da je vredan napora pokušaj da se integrišu interpretacije dobijene monističkim teorijama.

gracionistička nastojanja, Klements je izabrao savremenu legendu o manijaku s kukom umesto ruke smatrajući da je to u američkoj kulturi najbliža analogija mitu i na nju primenio interpretacije koje se zasnivaju na Frojdovoj psihoanalizi, Jungovoj analitičkoj psihologiji i strukturalnoj analizi.⁵⁴

Sveukupno, Klementsova realizacija integrativne interpretacije ne bi zaokupila pažnju da ne sadrži kratak i sasvim lapidaran pokušaj strukturalne analize. Polazeći od temeljnih postulata strukturalne analize Edmunda Liča i Meri Daglas, Klements traži elemente međuprostora koji su potom predmet tabua ili gađenja. Iz njegove perspektive fizički unakaženi manijak predstavlja međuprostor između čoveka i životinje i, sledstveno tome, predstavlja izvor straha. Druga dva međuprostora se odnose na semantički opis mesta događaja gde se Lover's Lane postavlja u opoziciju divljina (divlja seksualnost) naspram uobičajenih mesta ljudske seksualnosti, a samim tim, uobičajene seksualnosti, i najopštije, u okviru jedne sasvim kratke rečenice, konstatuje se da je status tinejdžera između dece i odraslih.

Ovakav način aplikacije strukturalne analize teško da može imati veći značaj od heurističkog. Malo detaljniji uvid već pokazuje da Lovers's Lane nije mesto koje bi se moglo okarakterisati kao divljina. To može biti predeo neodređenih granica iz-

54 Klementsova psihoanalitička interpretacija se bazira na Dandeesovom tumačenju, o kome je već bilo reči u odeljku o hermeneutici kuke, uz nekoliko dodataka koji su potpuno nekontekstualizovani u stvarnosti. Radi se o strahovima usled moguće kazne koja je zaprećena adolescentima zbog masturbacije ili uznemirujućim telesnim promenama u pubertetu. Ove Klementsove dopune Dandeesove "psihoanalize" nemaju neku vezu sa psihoanalizom, osim nastojanja autora da takvu vezu promoviše, a zahtevaju solidnu dokumentaciju i socio-kulturnu kontekstualizaciju. Drugi pokušaj, "uključivanje" legende u Jungovu podelu dramskih uloga ("Praotac", "Pramajka", "Animus", "Anima", "Senka") relevantno je kao i svaki drugi pozorišni komad.

među prirode i kulture ili između prirodnih kategorija poput tamnice (napola podrum, napola pećina), močvare (napola zemlja, napola voda), šume (napola bašta, napola divljina) koji se često javlja u usmenom ili pismenom obliku horor priča.⁵⁵

Bilo da se radi o vidikovcu, poput Mulholand Drive, ili parkingu Planetarijuma u Čikagu, ili mestu na nekom putu koji izlazi na glavni drum u blizini manjeg grada koji ima svoj Lovers's Lane, jasno je da se radi o mestu koje je sasvim daleko od divljine i može se nalaziti u samom gradu, na njegovom obodu, dodirnom drumu ili u neposrednoj blizini glavnog, prometnog drumu. To nije mesto "duboko u šumi", "daleko od puta" već su improvizovana parking mesta uz sam put. Česti dolasci, praktično svakog vikenda, čine to mesto skoro sasvim "privedeno kulturi". Stoga, opozicija, koju Klements gradi na međuprostornom karakteru lokacije i koja karakteriše Lover's Lane kao divljinu (animalna seksualnost), što uz seksualnost zajedničku i životinjama i ljudima stavlja mladi par na ivicu životinjskog, ne može da opstane.

Ipak, Lovers's Lane jeste međuprostor i Klementsov tekst je heurističan utoliko što usmerava u pravcu traženja stvarnih karakteristika koja ga čine međuprostorom. Socijalno-spacijalne karakteristike Lover's Lane jesu kontradiktorne i grade opozicije čiji sadržaj može doprineti tumačenju legende. Te opozicije nisu apstraktne poput opozicije priroda – kultura, operacionalizovane kao opozicija divlje – pitomo, već proizlazi iz socijalno generisanih suprotstavljanja kao što su javno – tajno, pod kontrolom – van kontrole, ili generacija seksualno zrelih – generacija koja seksualno sazreva.

Lover's Lane jeste mesto na koje se ide da bi se izolovalo od ostatka sveta, ali je to istovremeno mesto za koje "svi znaju",

55 S. Stewart, op. cit. 41. O prostoru u horor književnosti vidi B. Žikić, Strah i ludilo: Prolegomena za antropološko proučavanje savremene žanr-književnosti, *Etnoantropološki problemi*, god. 1. sv. 2. Beograd, 2006.

što ga čini dvoznačnim jer je istovremeno i tajno mesto gde se par sakriva, ali je i mesto za koje zna i na koje može da dođe svaki par koji hoće da se osami iz bilo kog razloga. Lover's Lane je **javna** institucija za **tajne** sastanke. Tajnost Lover's Lane se ostvaruje prema roditeljskoj generaciji koja "ne zna" za Lover's Lane, ali unutar tinejdžerske generacije viđenje nekog para na Lover's Lane može značiti overu, proveru ili obznanu veze tog para unutar vršnjačke grupe. U slučaju kada su korisnici Lover's Lane partneri starije generacije u svojim vanbračnim vezama, izolovanje je poželjno i unutar te korisničke grupe, ali nije uslov, jer bi eventualno prepoznavanje moglo da predstavlja saznanje i deljenje zajedničkog "grešnog" ponašanja s mogućim elementima solidarnosti i sigurnosti.

Liminalni karakter tinejdžera, koji usput napominje Klements, i koji bi opisivao njihov međuprostorni položaj između dece i odraslih, u realnom društvenom životu Lover's Lane pretvara se u nešto sasvim drugo. U okviru seksualnog ponašanja koje je socijalno neprihvaćeno i za tinejdžere i za odrasle briše se razlika između dve generacije po pitanju onoga šta čine na tom mestu. To znači da se na Lover's Lane dve generacije konfrontiraju međusobno duž opozicije javno – tajno, a ne duž opozicije nedozvoljeno – dozvoljeno pošto su i jedna i druga u zoni nedozvoljenog. Priroda neprihvatljivosti seksualnog ponašanja dve generacije je različita, ali se u oba slučaja Lover's Lane, u opoziciji van kontrole – pod kontrolom, iskazuje kao mesto koje je "van kontrole". Priroda kontrole je različita i ona je intergeneracijska u slučaju kada roditelji određuju tinejdžerima šta je dozvoljeno u seksualnom ponašanju, ali je intrageneracijska kada je reč o braku i vanbračnim seksualnim odnosima koji se odvijaju "van kontrole" bračnog partnera.

Kada se ovim socijalno-semantičkim opozicijama, koje karakterišu radnje i aktere Lover's Lane, doda i ona o kojoj govori Klements: neuobičajena seksualna aktivnost – uobičajena sek-

sualna aktivnost, vidi se da Lover's Lane predstavlja bekstvo od infantilizacije seksualnog ponašanja tinejdžera, nedozvoljenog i u mogućnosti redukovano seksualnosti koja nema prostor za realizaciju u kome bi bio van kontrole, kao i bekstvo od maritalizacije seksualnog ponašanja odraslih koja je društveno propisana i vezuje seks i brak u neraskidivo jedinstvo.

3. Da li seksualni ključ otključava značenje legendi?

a) Etnografija seksualnog ponašanja – koji tinejdžerski strahovi?

Dž. Benet zaokružuje osvrt na interpretativni pristup urbanim legendama navodeći Dandesa, Lindu Dež, Baskoma i Brunvanda kao klasične autore u okviru interpretacije urbanih legendi, smatrajući da opasnost fosiliziranja njihovog pristupa dolazi zato što se "obično ne smatra nužnim ni da se uvreženi pristupi opravdaju, niti da se ponudi nezavisna evidencija o postojanju društvenih strahova i želja, a ni da se dokaže kako se ti strahovi i stvarne priče/performansi međusobno "uklapaju". Ukoliko se ostavi po strani bazično performativističko gledište Dž. Benet, koje samo zbog disciplinarnog ugleda pomenutih autora ne izražava potpuno neslaganje sa njihovim pristupom, već zamera "fosilizirajućim" interpretacijama,⁵⁶ što bi zapravo značilo bilo kakvoj primeni tih pristupa, ostaje važno pitanje vezano za strahove kao izvore urbanih legendi. Činjenica je da su se "intepretacije strahom" često zasnivale na deklarativnoj vezi koja nije imala nikakav dokazni postupak, izuzimajući veru u postojanje strahova po sebi generisanih na način koji zastupa psihoanaliza. Međutim, da socijalna ge-

⁵⁶ Upravo Dž. Benet nastoji da te interpretacije "fosilizira" i odloži u nekakav muzej ideja i metoda interpretacija, da bi ostavila čist prostor za performativni pristup koji svaki folklorni sadržaj redukuje na njegovu manifestnu funkciju.

neza strahova i njihovo utvrđivanje u psihičkoj sferi može biti interpretativno sredstvo i bez psihoanalize, ukazao je B. Tolken⁵⁷, navodeći kao primer istraživanja Patrika Malena. "Baveći se psihološkom realnošću, kao što je stvarna opasnost i neizvesnost na poslu, Patrik Malen je pokazao – smatra Tolken – da nije neophodan Frojdovski pristup da bi se pokazala jasna funkcionalnost skupa verovanja i magijske prakse zasnovana na zajedničkim tenzijama i dinamici grupe."⁵⁸ Stoga bi, uvažavajući konstruktivne primedbe Dž. Benet, bilo sasvim moguće kvalitativno unaprediti interpretativni pristup tako što će se "ponuditi evidencija o postojanju društvenih strahova i želja" i "pokazati kako se ti strahovi i stvarne priče uklapaju".⁵⁹

Opisujući posleratne odnose između polova u tinejdžerskom dobu An Mari Kordas piše: "... predstava o ljubavi i romansi koja je formirala integralni deo kulture ljubavnih sastanaka takođe je preusmeravala potencijalno oslobađajuće seksualne fantazije i oblike romantične igre kod tinejdžerki u smeru konzervativnih ciljeva. Na kraju, običaji nametnuti od strane posleratnih adolescenata vezanih za sastajanje služili su da kontrolišu izražavanje ženske adolescentske seksualnosti, obeshrabre pojave riskantnijih oblika seksualnog ponašanja, kao i da upute misli mladih devojaka ka braku i majčinstvu."⁶⁰ Čitav niz aktivnosti tinejdžerki je sputavao

57 B. Toelken, *Dynamics of Folklore*, Revised and Expanded Edition, Utah State University Press, Logan, Utah, 1996. 342.

58 Vidi P. Mullen, The Function of Magic Folk Belief among Texas Coastal Fishermen, *Journal of American Folklore*, 82. 1969. 214-25.

59 Mišljenje Dž. Benet po kome su samo performansi stvarne priče je tipičan proizvod performativističke teorije i stoga nas ne zanima.

60 A. M. Kordas, *Girl Troubles: Female Adolescent Sexuality In The United States, 1850-1980*. 249. Doktorska disertacija odbranjena avgusta 2002. godine na Templ Univerzitetu u Filadelfiji. Integralni tekst doktorata je dostupan u elektronskoj bazi podataka ProQuest Information and Lear-

ostvarenje ženske seksualnosti u javnu svest. Tome su služili pisanje dnevnika, sanjarenje u čitaonici, diskutovanje o seksu sa ženskim vršnjacima, ili učestvovanje u odglumljenom 'sudaru' sa drugaricom.⁶¹ Prava predigra za brak je bilo učvršćivanje "stabilne veze" kao vežbe za monogamiju i bračnu vernost, da bi, s druge strane, glavni strah odraslih bio da stabilna veza ohrabruje fizičku intimnost i upućuju mlade ljude ka seksualnom odnosu. Devojke toga doba bile su ambivalentne prema ljubljenju i maženju, prvoj stepenici propisanih kompleksnim sistemom pravila, dok je fizičko zadovoljstvo koje su doživljavale za mnoge bilo uznemirujuće. Istovremeno, mladići su bili u pravoj konfuziji i nisu bili sigurni da li da insistiraju na intimnosti ili ne. Maženje i ljubljenje na Lover's Lane, tzv. "parkiranje", bilo je za mnoge devojke vododelnica poželjnog ponašanja u očima okoline, a mnoge su ga smatrale dozvoljenim samo u "stabilnoj vezi". Jedna ispitanica u istraživanju iz 1950. godine je istakla moguću osudu sredine ukoliko bi išla na Lover's Lane ponosno izjavljujući: "Nikada ne radim parking".⁶² Međutim, istraživanja seksualnog ponašanja mladih na koledžu iz 1965. godine pokazuju da je oko trećine devojaka imalo iskustvo nazvano "duboki peting" što podrazumeva manualnu ili oralnu manipulaciju genitalijama⁶³, dok druga istraživanja pokazuju da je 29% devojaka imalo snošaj (intercourse).⁶⁴ Sva kasnija istraživanja rađena na pet godina pokazuju da

ning u okviru servisa on line doktorskih teza "Interdisciplinary – Dissertations & Theses" (<http://proquest.u-mi.com/login/user>).

61 A. M. Kordas, op. cit. 276.

62 A. M. Kordas, op. cit. 297.

63 K. King, J. Balswik, I. Robertson, The Continuing Premarital Sexual Revolution among College Females, *Journal of Marriage and Family*, Vol. 39. No3. 1977. 456.

64 R. Clayton, J. Bokemeier, Premarital Sex in Seventies, *Journal of Marriage and Family*, Vol. 42. No.4. 1980. 764.

se broj devojaka koje u određenoj dobi stupaju u seksualne odnose povećavao za oko 5%, a da je upražnjavanje oralnog seksa postalo dominantna zamena za "opasniji" snošaj što je posle dvehiljadite godine dostiglo oko 40 % oba pola i to u dobnoj grupi od 15 do 17 godina.⁶⁵

Vreme nastanka urbanih legendi poput "Kuke" i "Dečkove smrti" je "predvečerje seksualne revolucije" u kome su se javljale jasne frustracije u konfrontaciji seksualnih želja, procesa njihovog oslobađanja i istovremene represije koju je stvarao normativni sistem regulisanja seksualnih odnosa američke srednje klase. Norme, proizašle iz hrišćansko-puritanskog pogleda na seksualnost, uzdrmani ratnim vremenom⁶⁶, rekonstruišu se u vremenu u kome, zapravo počinju da erodiraju prvenstveno na nivou uticaja na ponašanje, duže opstajući na deklarativnom planu propisa i propovedanja.

U novom predgovoru iz 1955. godine poznate knjige "Male and Female. Study of Sexes in Changing World" izašle šest godina ranije, Margaret Mid je konstatovala da su njena zapažanja o načinu ponašanja između polova za svega nekoliko godina zastarela i da se javljaju novi oblici ponašanja.⁶⁷ To saznanje je svakako proširio Kinsijev izveštaj o seksualnom životu muškaraca iz

65 M. Regnerus, *Forbidden Fruit. Sex and Religion in the Lives of American Teenagers*, Oxford University Press, Oxford – New York, 2007. 166.

66 Na promene izazvane ratom i masovnim dizbalansom polova usled odsustva velikog broja muškaraca angažovanih u vojnoj službi, koje su se ogledale u heteroseksualnim ili lezbejskim vanbračnim odnosima žena koje su ostale bez muževa, piše A. Kordas (A. M. Kordas, op. cit. 191-248).

67 Na ovu opasku Maragret Mid ukazala je Mirijam Rojman u knjizi o seksu i nacionalnom karakteru u Kinsijevom izveštaju. Vidi M. Reumann, *American Sexual Character*, University of California Press, Berkley – Los Angeles – London, 2005. 20-21.

1948. i žena iz 1953. godine. Kinsijev izveštaj je ukazao na diskrepancu između proklamovanih normi seksualnog morala američke srednje klase⁶⁸ i seksualne prakse. Saznanja o vanbračnom seksu u životu Amerikanaca iz srednje klase, koji Kinsijev izveštaj pripisuje polovini muškaraca i četvrtini žena, izgledala su suprotna uvreženom mišljenju o monogamnosti, bračnoj ljubavi i vernosti kao odličjima američkog braka. Kinsijeva seksografija, odnosno, etnografija seksualnog ponašanja, daje drugi deo društvenih okvira tumačenja urbanih legendi o "Kuki" i "Dečkovoj smrti", deo koji ne opisuje tinejdžere, koji su glavni likovi legendi, već drugu grupu korisnika Lover's Lane koju legenda uopšte ne pominje.

b) Glas prošlosti ili borba za Lover's Lane

Izvođenje hipoteze. Konstatovani dualizam korisnika Lover's Lane je permanentni izvor tenzija i konflikata. Generacijski sudar na Lover's Lane opisan je u legendi nazvanoj "Šerifova ćerka" za koju Brunvand navodi da se širila početkom šezdesetih godina dvadesetog veka. Legenda govori o policijskom prepadu na mladi par u šatoru razapetom na skrovitom mestu, prihvaćenoj ponudi da se kazna za prekršaj izbegne seksualnom uslugom i otkrićem da je drugi policajac po redu otac devojkice. Druga varijanta govori o paru koji je vodio ljubav u autobioskopu i nezgodno se zaglavio između sedišta da bi lokalni šerif, koji ih je odglavljivao, prepoznao svoju ćerku.⁶⁹ S obzirom na to

68 Zamerka Kinsijevom izveštaju da se prevashodno odnosi na belu, srednjoklasnu Ameriku, kada je u pitanju ispitivanje realnog konteksta formiranja urbanih legend, govori upravo u prilog te kontekstualizacije, imajući u vidu da su tinejdžerske urbane legende "delo" iste društvene klase.

69 J. H. Brunvand, op. cit. 145-146.

da se ovakav susret ne može smatrati direktnim konfrontiranjem, on bi se mogao nazvati "međugeneracijskim susretom prve vrste". Međutim, mogući međugeneracijski susret "druge" vrste bi se mogao opisati kao jednostrano ili čak obostrano prepoznavanje parova različitih generacija koji su sa sličnim ili istim namerama došli na Lover's Lane. Deo tog susreta bi se mogao opisati zamišljenim dijalogom: "Vidi, ono je auto mog oca". "Da, da. A, ona sa njim je moja profesorka". Drugi, obrnuti, smer prepoznavanja doveo bi do situacije u kojoj roditelj, bez obzira na stepen neodobravanja onoga što je video, ne sme da pokaže da je u posedu informacije jer je dobijena na "zabranjenom mestu", kao i do svesti o opasnosti da i sam bude viđen i prepoznat.

Zašto su se manijak s kukom ili ubica dečka, sa sekirom ili bez nje, okomili baš na mlade parove ili zašto legenda o "Kuki" ne opisuje kako su se bekstvom sa ljubavnog druma spasli njegovi redovni korisnici – sredovečni muškarac i njegova nešto mlađa ljubavnica. Legenda nema obavezu ili nameru da štiti privatnost niti spontanu diskreciju kakvu mogu imati policijski izveštaji što dovodi do pitanja zašto "Kuka", za razliku od Česmena, nije napadao starije parove, već samo tinejdžere. Moguće je pretpostaviti da su folkloristi zabeležili samo tinejdžerske legende s obzirom na to da su kao informatore uglavnom koristili svoje studente, a da su to potom prihvatili i pisci kriminalnih romana i scenaristi horor filmova. Ova usmerenost folklorista na mlađu populaciju ipak ne bi mogla da bude apsolutna prepreka da se nigde ne zabeleži "Kukin" napad na stariji par na Lover's Lane, pa je, stoga, sasvim moguće pretpostaviti da su postojale samo tinejdžerske legende, odnosno, legende koje govore o tinejdžerskom paru i njihovim nevoljama na ljubavnom mestu.

Ukoliko se to što legenda izostavlja drugu generaciju iz domena "Kuke" ili nekog drugog zločinca dopuni sa nepostojanjem podataka o prenošenju legende u toj generaciji, sužava se

polje na tinejdžere koji su i objekt legende i njeni prenosioci. Starija generacija, ukoliko i kada se seća legende, seća se nje kao dela tinejdžerskog doba što se vidi već iz opisa informatora koji su tek izašli iz tinejdž perioda i koji se legende sećaju uz izvesnu ironiju prema sopstvenom verovanju ili prepričavanju svega nekoliko godina ranije. Stoga je sasvim moguće pretpostaviti, da je generisanje legende na strani starije generacije, koja je legendu prihvatila i prenosila, bila usmerena ka mlađoj.

Dokazni postupak. Kada se analizira folklorni materijal i pokušava utvrditi deterministički niz koji rezultira određenom folklornom tvorevinom uvek se javlja problem valjanosti dokaza. Moguće je napraviti poređenje između izvođenja dokaza u postupku analize legende i takvog postupka u razvijenom američkom pravosudnom sistemu. Procedura dokazivanja načina formiranja folklorne tvorevine se u potpunosti ne može poklopiti sa američkom procedurom dokazivanja krivice u krivičnom postupku i skoro je uvek moguće da ostane osnovana sumnja ("reasonable doubt"), jer se u dokaznom postupku koriste isključivo posredni dokazi ("circumstantial evidence"). Osim posrednih dokaza za utvrđivanje krivice, neophodan je i motiv koji povezuje počinioca i počinjeno delo što bi u analizi folklornih tvorevina vodilo ka razmatranju motivacije⁷⁰ grupe "tvoraca" određene tvorevine.⁷¹

Ako se može smatrati izvesnim da su korisnici Lover's Lane pripadali različitim generacijama, opšte poznavanje moralnih nor-

70 Pojam motivacije kreatora se u potpunosti razlikuje od prozaičnog pojma motivacije prisutnom u teoriji performansa koja pod time podrazumeva motive naratora da nešto priča.

71 Dalje poređenje analize folklorne tvorevine s pravnom procedurom, koja bi rezultirala analogijom sa forenzičkim dokazima ili izjavama svedoka, ostaju za neku buduću raspravu.

mi društvenog sloja u datom vremenu uzrokuje sasvim konkretan antagonizam različitih starosnih grupa. Taj antagonizam nije apstraktan i ne odnosi se na "sukob generacija", već je sasvim konkretan i odnosi se na korišćenje Lover's Lane. Dvostruko korišćenje ljubavnog kutka, pri kojem bi se generacije sudarale, je potencijalni izvor teško rešivih porodičnih konflikata.

U trenutku nastajanja ili postojanja bazičnog konflikta oko korišćenja Lover's Lane, javlja se opšteamerički poznat slučaj prepada na parove parkirane na vidikovcima i drugim skrovitim mestima u okolini Los Anđelesa. Slučaj Česmen, za koji B. Elis⁷² s pravom smatra da je bitno uticao na generisanje legende o manijaku s kukom, otvoren je njegovim hapšenjem januara 1948. godine i trajao je sve do izvršenja smrtne kazne 2. maja 1960. uz odjeke koji su se javljali i posle. Prvo beleženje i rast legende poklapa se sa trajanjem slučaja Česmen.

Ukoliko se legende šire po principu cevovoda,⁷³ koji povezuje članove užih grupa, onda se prenose i preko onih čvorišta

72 B. Ellis, op. cit. 63. Elis navodi da su i se i u drugim legendama kriminalni događaji javljali kao inspiracija folklornim tvorevinama što potvrđuju i nalazi drugih folklorist, kao što su opominjući narativi o srećnim bekstvima koji prate nerazjašnjena ubistva zabeleženi u malom tesaškom gradu Hantsvilu (A. Davis, Narrative Reactions to Brutal Murders: A Case Study, *Western Folklore*, Vol. 49. No. 1. 1990. 99-109). Preplitanje folklorne tvorevine i stvarnog događaja, i uticaj tog događaja na dalji razvoj legende o dečkovoj smrti u Engleskoj, detaljno je opisao M. Vilson direktno analizirajući legendu i bekstvo iz zatvora kriminalca nazvanog "Ludak sa sekirom" (M. Wilson, Legend and Life. "The Boyfriend's Death and Mad Axeman", *Folklore*, Vol. 109. 1998. 89-95).

73 Folklorističku teoriju o difuziji folklornih tvorevina postavili su Linda Dež i Andre Vašonji, a detaljno razradio i aplicirao na konkretna istraživanja Geri Alan Fajn, istražujući difuziju glasina i legendi u malim grupama adolescenata. Vidi G. A. Fine, *Manufacturing Tales*, University of Tennesy Press, Knoxville, 1992. 86-119.

koja čine vezu između horizontalnih ravni. Ukoliko se, pak, iz vodoinstalaterske terminologije, koja je folkloristima poslužila u ilustrativne svrhe,⁷⁴ pređe u sociološku ili socijal-psihološku, prenošenje legendi unutar grupe se odvija načinom koji se može sociometrijski utvrditi, ali se u pojedinim tačkama događa i komunikacija sa članovima druge grupe. Konkretno, ukoliko se radi o nekoj tinejdžerskoj priči ona se unutar grupe prenosi od pojedinca do pojedinca, u skladu s unutargrupnim relacijama, ali se u nekim tačkama sociograma vezom sa pripadnicima druge generacije vezuje za drugu grupu – grupu roditelja ili grupu starijih. Ispitujući širenje legende o smrtonosnom dejstvu Pop-Rock bombona, G. A. Fajn je konstatovao da se kao pouzdan izvor legende uzima neka starija osoba, dok je sociogram grupe devojčica pokazao da su oba glavna unutargrupna izvora pričanja legende priču čule od babe, odnosno, majke.⁷⁵ Socijalni cevododi, za razliku od tehničkih koji predstavljaju tek polovinu vodovodno-kanalizacionog sistema, kroz "cevi" spajaju dve grupe i protok informacija je dvosmeran. Tako se može zamisliti dotok legende o smrti dečka iz starije u mlađu generaciju koja, da bi koliko-toliko ublažila strah od jezovitog završetka boravka na Lover's Lane, iz svog kognitivnog rezervoara vadi kuku i time omogućava happyend horor priče.

Uključivanje samog artefakta – kuke – u legendu je rezultat opšte prisutnosti kuke u dečijoj i tinejdžerskoj svesti nastaloj pre na osnovu Diznjevog filma "Petar Pan" (1953. godine), nego iz Česmenovog nadimka za koji su znali samo oni koji su detaljno pratili njegov slučaj. Film "Petar Pan" ne samo da je raširio svest o postojanju zaboravljenog nadomestka za ljudsku ru-

74 O Fajnovoj sociološkoj folkloristici vidi D. Antonijević, Treći pravac u folkloristici: sociološki pristup Gerija Alana Fajna, *Etnoantropološki problemi*, god. 1. sv. 2. Beograd, 2006. 125-156.

75 G. A. Fine, op. cit. 104.

ku korišćenog u "davna gusarska vremena", već ga je i direktno vezao za negativan i surov lik Kapetana Kuke. U narativnom smislu kuka je omogućila srećan kraj jezovitog događaja i omogućila tinejdžerima da izbegnu suočavanje sa smrtnim ishodom koji nosi priča o dečkovoj smrti. Prema tome, kuka u legendi o manijaku koji nema jednu ruku, jeste ublažavajući element i sredstvo tinejdžerske transformacije inputovane legende.

Podložnost horor priča tinejdžera i razlog zašto je legenda prihvaćena i transformisana, istovremeno šireći se u oba oblika, proizlazi iz frustracija nastalih razvojnom transformacijom seksualnog ponašanja i odnosom te transformacije prema skupu moralnih normi. Seksualno ponašanje tinejdžera u vremenu nastanka legendi prolazi kroz imanentnu razvojnu transformaciju samog pojedinačnog tinejdžera, ali i kroz transformaciju modela ponašanja. Seksualno ponašanje tinejdžera u nekim kasnijim decenijama eliminiše neke od tih strahova koji su postojali šezdesetih godina. U generaciji u kojoj se gubi prepričavanje legende o manijaku s kukom, oralni seks u stvarnosti supstituiše "making out", odnosno željeni/nepoželjni snošaj (intercourse) kao puni seksualni odnos, ili je u potpunosti akceptirana upotreba kondoma izazvana strahom od polno prenosivih bolesti.

Završna reč. Kada govori o legendi o manijaku s kukom u poslednjoj četvrtini dvadesetog veka, Bil Elis⁷⁶ je kvalifikuje kao dečiju horor priču u strukturiranim događajima, kao što su Halovin žurke, smatrajući da im je izazivanje straha na dan koji služi za izazivanje straha u situaciji koja služi za izazivanje straha primarna funkcija. U skladu s performativnom teorijom, Elis izostavlja sadržaj i značenje legende koji se mogu pročitati i kao upozorenje da se izbegava Lover's Lane, upozorenje, koje je konstatovao još Barns u prvom tekstu o "Kuki", redukujući le-

76 B.Elis, op. cit. 66.

gendu na poruku: "Don't park."⁷⁷ Barnsovoj poruci se može dodati da je u njoj, s jedne strane sadržan i moralni stav prema vremenu pogodnom za stupanje u seksualne odnose i braku kao socijalnom okviru seksa, a s druge strane želja da se najpogodnije mesto za vanbračni seks sačuva od upada opasnih uljeza – dece, kojoj se bračni okvir propoveda kao poželjan.

⁷⁷ D. Barnes, Some Functional Horror Stories on the Kansas University Campus, *Southern Folklore Quarterly*, 30. 1966. 312.

Ko je ubio Džoa Magarca?

1. Kako je rođen Džo Magarac?

S obzirom na to da se američki džin iz pitsburških čeličana, Džo Magarac, smatra i folklornim i fejkloim herojem, moglo bi s očekivati da postoje bar tri priče o njegovom rođenju: folkorna, fejklorna i folkloristička. Što se tiče ove poslednje, folkloristi smatraju da se rodio u fejklornoj priči i da se nastanak Džoa Magarca jedino može vezati za 1931. godinu i tekst Ovena Frensis objavljnjen u "Scribner's Magazine"¹ u kome se prvi put pominje Džo Magarac. Ta, prva verzija priče o Džou Magarcu, čiji je autor Oven Frensis, njegovo rođenje smešta na neku gvozdenu planinu ili u rudnik gvožđa. U negaciji folklornog karaktera Džoa Magarca, iniciranom Dorsonovim uvođenjem pojma "fejklor" i primenom tog pojma na Pola Banijona i Džoa Magarca, negirana je folklorna osnova ovog lika, pa samim tim ostao je nepoznat njegov nastanak. Defolklorizacija Frensisove verzije sage o Džou Magarcu učinila je da utvrđivanje treće varijanta nastanka "Čoveka od čelika" izgleda nemoguće, jer ako nešto nije folklor onda ne postoji ni folklorna priča o rođenju Džoa Magarca.

2. Priča o Džou Magarcu

Frensisova priča o Džou Magarcu započinje detaljnim prikazom priprema za takmičenje koje je organizovao Stiv Meštrović s ciljem da pobednik u dizanju tereta dobije za ženu njegovu ćerku lepu Meri. U takmičenju koje se sastojalo iz dizanja gvozdenih

¹ O. Francis, The Saga of Joe Magarac: Steelman, *Scribner's Magazine*, November, 1931.

odlivaka, drugi odlivak po težini podigli su tri takmičara: Eli Stanovski, Pit Pusić i neki čovek iz Džonstauna koga niko nije voleo jer je iz konkurentskog mesta. Kada niko nije uspeo da podigne treći, najteži odlivak, pojavio se Džo Magarac.

Bio je viši od dva metra, leđa su mu široka kao vrata, šake veće nego šake Elija i Pita zajedno, vrat kao u bika, a mišice šire od nečijeg struka. Džo je podigao najteži odlivak zajedno s takmičarem iz Džonstauna. Zatim se predstavio prisutnima: "Moje ime je Džo Magarac. (...) sve što znam je da jedem i radim kao magarac. Ja sam jedini čelični čovek na svetu. Pogledajte..." Podigao je košulju i svi su videli da je stvarno sav od čelika. I ruke i noge i telo.

Kada je Džo saznao za nagradu odbio je da uzme lepu Meri, objašnjavajući da nema vremena za sedenje kod kuće sa ženom jer svo vreme provodi radeći u fabrici, da Meri zaslužuje boljeg muža, te da on primećuje kako se ona "sva zbuni" kada pogleda u Pita. Džo i Stiv Meštrovic su namignuli jedno drugom, a Meri i Pit su bili srećni.

Džo je železničke šine pravio golim rukama i to je radio tako brzo da je svuda oko fabrike bilo sve više i više šina, što je dovelo do zatvaranja fabrike na nekoliko dana. Kada su radnici ponovo došli u fabriku zatekli su Džoa kako sedi u rastopljenom gvožđu, objašnjavajući kako ne može da preživi zatvaranje fabrike i da će čelik dobijen njegovim topljenjem biti najbolji čelik ikada napravljen.

3. Etničke nezgode Džoa Magarca

Za lik Džoa Magarca vezane su brojne rasprave o njegovom etničkom identitetu. To nije nimalo neočekivano s obzirom na američko nerazumevanje useljeničkih etničkih relacija u periodu stvaranja sage o Magarcu. Posebnu okolnost čini opšta odrednica kojom se označavala celina, sastavljena od nekoliko etničkih grupa, koja je činila veliki deo radničke populacije u Pitsburgu u drugoj polovini 19. i prvoj polovini 20. veka. Radi se o pojmovima

"Hankis" ("Hunkies") i "Hankitaun" ("Hunkietown") kojima su ob-
jedinjeno označavane različite etničke grupe kao i lokalitet na kome
su živjele. U Websterovom rečniku se navodi da je reč "Hunky" na-
stala kao alteracija od "Hungarian", a označava, uglavnom u poni-
žavajućem smislu, osobu koja je ili rođena u Centralnoj i Istočnoj
Evropi ili je poreklom odatle.² Kada se pogleda etnička struktura
"Hankisa" u jednoj od fabrika čelične industrije u Pensilvaniji 1919.
godine, vidi se da Slovaci, Mađari, Hrvati i Srbi sačinjavaju više
od polovine radnika neameričkog porekla.³ Kada se tome doda da
su ranije useljeni radnici engleskog, irskog, škotskog, velškog,
nemačkog i skandinavskog porekla iz iste fabrike obavljali slože-
nije i bolje plaćene poslove, i da nisu smatrani "strancima", za
razliku od "Hankisa", onda se vidi da četiri etničke grupe čine
ubedljivu većinu stanovnika "Hankitaun".⁴ Stoga je razumljivo
što je jedna zajednička karakteristika, koja obeležava sve četiri et-
ničke grupe, dovela do zajedničkog naziva nastalog kao alteracija
za "Hungarian". Zajedničko Slovacima, Mađarima, Srbima i Hr-
vatima u Pensilvaniji je bilo državljanstvo, a svi su bili državljani
Kraljevine Mađarske nastale Austro-Ugarskom nagodbom iz
1867. godine. Dvostrukost značenja pojma "Hungarian" je dovela
i velikih zabuna o etničkom "poreklu" Džoa Magarca koji je zbog
toga određivan kao Mađar, kao i potonjih rasprava o njegovom
identitetu. Tako je K. Rojter u članku "Zagonetka pitsburškog me-
talca: Etnički identitet Džoa Magarca"⁵ uspešno pokazao da ranija
tumačenja po kojima bi Džo mogao biti Mađar ili Slovak netačna.

2 Merriam-Webster's On Line Dictionary, S.V. Hunky.

3 W. Z. Foster, *The great steel strike and its lessons*, B. W. Hu-
ebusch, Inc., New York, 1920. op. cit. 195.

4 W. Z. Foster, op. cit. 196-197.

5 C. J. Reuter, *The Puzzle of a Pittsburgh Steeler: Joe Magarac's
Ethnic Identity*, *The Western Pennsylvania Historical Magazine*, Vol.
63. No. 1. 1980.

Usvajajući intervenciju Hrvata Geoga Prpića, Rojter zaključuje kako je reč "magarac" hrvatska i da, stoga, Džo mora biti Hrvat, ostajući očito uskraćen za informaciju da je reč "magarac" takođe i srpska, o čemu je bio obavešten Maršal Fišvik.⁶

Rasprava o etničkom identitetu Džoa Magarca u nekom trenutku izgleda kao da se radi o stvarnoj istorijskoj ličnosti i da bi ispis iz neke matične knjige rođenih rešio sve dileme. Učesnici u raspravi su, ipak, mislili da se radi o folklornoj tvorevini i da se time utvrđuje koja je etnička grupacija kreirala lik Džoa Magarca i time obogatila američku mitološku scenu. Međutim, dekonstrukcija priče o Džou Magarcu i njeno svrstavanje u "fejklorne" tvorevine je, bar na izgled učinilo bespredmetnim ovakvo istraživanje. Ipak, za razumevanje konstrukcije, kojom je nastao lik Džoa Magarca, od velikog je značaja samo značenje reči "magarac", tako da se etnički krug onih koji tu reč razumeju sveo na Srbe i Hrvate.

U svetlu ovakvog stanja jezičke kompetencije i njegovog (ne)poznavanja postaju razumljive zabune koje su se javile kroz mitotvoračka lutanja i raznolika nagađanja o poreklu Džoa Magarca. Takva je, na primer, hipoteza mađarskog književnika iz Pitsburga, Džordža Sečkaja, izneta u njegovim sećanjima na priču o izvesnom Mađaru, Endrju Katoniju, koji je od pastira u Mađarskoj, preko učesnika u revoluciji, stigao do uloge policajca i službenika kompanija, čiji je zadatak bio da špijunira radnike zbog čega je bio veoma omrznut i nazivan "Mađaron" i "Magarac".⁷ Bez obzira što je verovatnije da se radilo u oba slučaja o etnonimima "Mađaron" i "Mađarac", Fišvikova upotreba Sečkajevih sećanja je poslužila za dekonstrukciju mitologije nastale posle Frensisovog teksta.

6 M. Fishwick, Sons of Paul. Folklore or Fakelore, *Western Folklore*, Vol. 18. No. 4. 1959. 282.

7 M. Fishwick, American Heroes, Myth and Reality. *Public Affairs Press*, 1954. 172; Ch. Potter, *Pittsburgh City Paper*, 29.03. 2000.

4. Folklor ili "fejklor"?

Dilema folklor ili fejklor, koju je postavio Ričard Dorson,⁸ obavezno je prisutna u svakom razmatranju lika Džoa Magarca. Dorsonova analiza analognih likova kao što su Pol Banijon ili Džon Henri i argumenti u prilog njihovom fejklornom poreklu, kao i dalja sudbina koju je lik Džoa Magarca doživeo u brojnim literarnim obradama interesno inspirisanim, bilo potrebama kompanija, bilo potrebama države, ukazuju da se i Džo Magarac pridružuje fejklornoj galeriji likova. Svaki folkloristički pokušaj tumačenja se odbija o nedokazivosti Frensisovog pisanja, Blerovog⁹ pozivanja na tuđe ranije zabeleške ili Karverovog¹⁰ navođenja priča jednog Hankija. Međutim, u osnovi Dorsonove dihotomije leži uverenje o postojanju "pravog", "izvornog" folklo- ra koji nastaje kolektivnom kreacijom grupe i svako pojedinačno i organizovano stvaranje može jedino biti "fejklor" ("fakelo- re"). Čak i kada bi dualizam folklo- ra i fejklora bio tako jedno- stavan, sudbina mnogih fejklorskih tvorevina pokazuje da im se dogodila folklorizacija i da su postale legitiman deo kolektivnog pripovedanja. U doba Dorsonovog postavljanja dihotomije, po- jam popularne kulture i njenog odnosa s folklorom je bio još van domašaja folklorističkih razmišljanja, dok je danas baš to razgraničenje veoma često nemoguće. O ovom pravcu folklori- zacije fejklorne sage o Džou Magarcu govori pregled razvitka

8 R. Dorson, *American Folklore*, The Univeristy of Chicago Press, Chicago, 1959; R. Dorson, *Folklore and Fakelore: Essays Toward a Discipline of Folk Studies*, Cambridge: Harvard University Press, 1976.

9 W. Blair, *Tall-Tale America: A Legendary of Our Heroes*, Coward-McCann, New York, 1944.

10 G. Carver, Legend in Steel, *Western Pennsylvania Historical Magazine*, Vol. 27. No. 3-4. 1944.

priče koji prate Dž. Džili i S. Barnet,¹¹ što, pak, ne isključuje mogućnost preispitivanja njenog folklornog potencijala.

Analiza značenja priče u istorijskom kontekstu i poređenje s interesima radnika, čiji bi heroj Džo Magarac trebalo da bude, navodi na zaključak da se radi o klasičnom fejkloru kompanije što je teza Dorsona, Ričmana i Fišvika.¹² U osnovi stvaranja fejklor-nih heroja, smatra Dorson, leže interesi kapitala za koje ih kreiraju profesionalni spisatelji ("Money-writers"), a pogrešnu ideju o autentičnosti ovih "narodnih heroja" šire učitelji, bibliotekari i javnost podsticani od takvih spisatelja i njihovih promotera.¹³ Iako je u trenutku javne promocije priče o Magarcu, u Frensisovom tekstu u "Scribner's Magazine" 1931. godine, vreme velikih i surovih socijalnih turbulencija u Pitsburgu, poput Homsteddske bune 1892. godine bilo prošlost, a od Velikog štrajka je prošla već decenija, tenzije između radnika i kompanija ili sindikata i kompanija su prisutne i potreba za takvim "kompanijskim fejklorom" je bila sasvim moguća. Ipak, kao što ne postoji folkloristička evidencija o Džou Magarcu pre 1931. godine, tako ne postoji ni nagoveštaj dokumentacije koja bi potvrdila Dorsonovu tezu da se radi o proizvodu Odeljenja za Public Relations kompanije "US Steel". Kasnije učešće kompanije u pravljenju dečijeg stripa o Džou Magarcu¹⁴ govori o instrumentalizaciji stvorenog lika, ali ne i o direktnom učešću u njegovom generisanju.

11 J. Gilley – S. Burnett, Deconstructing and Reconstructing Pittsburgh's Man of Steel. Reading Joe Magarac against the Context of the 20 th century Steel Industry, *Journal of American Folklore*, Vol. 111. No. 442. 1998, posebno 401-407.

12 R. Dorson, op. cit; H. Richman, The Saga of Joe Magarac, *New York Folklore Quarterly*, Vol. IX, No. 4. 1953. M. Fishwick, Sons of Paul. Folklore or Fakelore, *Western Folklore*, Vol. 18. No. 4. 1959. 282.

13 R. Dorson, *American Folklore*, The Univeristy of Chicago Press, Chicago, 1959. 4 i 215.

14 R. Dorson, op. cit. 216.

U nedostatku pouzdanih dokumenata moguće su obe hipoteze o nastanku priče, s tim što je dosadašnja analiza značenja davala više izgleda fejklornoj tezi s obzirom na nepodudarnost interesa radnika i neograničenog rada Džoa Magarca. Međutim, postoje elementi sage koji govore u prilog tezi o folklornom poreklu i, naknadnom, velikom fejklornom obrtu.

5. Oven Frensis kao folklorista

Jedno od pitanja, na koje ovaj tekst pokušava da odgovori, jeste da li je Frensisova priča o Džou Magarcu pravi fejklor ili je potpuna fejklorizacija nastupila u kasnijim varijantama. Stoga nužno sadrži detaljniju analizu Frensisove verzije sage o Džou Magarcu.

Sam Oven Frensis¹⁵ je bio pisac scenarija i kratkih priča, koji je radni vek započeo u čeličanama Pensilvanije, da bi se posle učešća u Prvom svetskom ratu i oporavka od trovanja bojnim otrovom, te školovanja na univerzitetu u Kaliforniji i prvih neuspeha sa filmskim scenarijom vratio u Pensilvaniju. Razočaran suspersofisticiranim Holivudom vratio se među Hankije i Poljake koji "razumeju život". Opisujući njegove namere, Fišvik kaže da je Frensis "mada nije imao ni formalnog interesa niti kontakta sa folklorom odlučio da izmisli mitskog čeličnog heroja" i da je to učinio da bi prodao priču.¹⁶ Sličan motiv Frensisu pripisuje i Dorson kvalifikujući ga, uz druge tvorce fejklornih heroja, kao pisca za novac ("Money Writers")

15 M. Fishwick, Sons of Paul. Folklore or Fakelore, *Western Folklore*, Vol. 18. No. 4. 1959. 280-281.

16 Kao dokaz Frensisovih namera Fišvik navodi kako je mesec dana posle izlaska sage o Džou Magarcu u "Scribner's Magazine" izašla još jedna priča iz istog miljea o pogibiji Joe Zimmich-a koji je takođe bio super-radnik poput Džoa Magarca (M. Fishwick. loc.cit).

u čijoj se detinjastoj fantaziji stvaraju likovi poput Džoa Magarca.¹⁷

Postavlja se pitanje da li je posle ovako jasnog diferenciranja Frensisovih tekstova od folklora, uopšte moguće dovesti u pitanje fejklorni karakter njegove "Sage o Džou Magarcu". Da bi se odgovorilo na ovo pitanje potrebno je "Sagu" sagledati u kontekstu američke folkloristike prve tri decenije dvadesetog veka i, potom, utvrditi da li postoje elementi folklora u Frensisovom tekstu.

U trenutku kada je Frensis pisao "Sagu o Džou Magarcu" američka folkloristika je bila u velikoj meri zasnovana na amate rizmu i entuzijazmu. Mogućnosti edukacije folklorista bile su veoma male. Prema istraživanju R. Bogsa iz 1940. godine u ranijem periodu je mogućnost koncentrisanih studija folklora postojala na svega četiri univerziteta u Americi, a svega dvadeset tri univerziteta su imali kurseve iz folklora od kojih se većina odnosila na balade.¹⁸

Kada se Frensisov tekst sagleda u ovom okviru dobija se nešto drugačija slika. Prvo, Frensis govori o svom životu i aktivnom zaposlenju u čeličanama Pensilvanije i, pozivajući se na primarno iskustvo, navodi da je više puta čuo kako mnogi radnici slovenskog porekla nazivaju jedni druge "magarac".¹⁹ Frensis dalje navodi kako je mnoge večeri provodio u kućama Hankija i kako je imao sreću da više puta sluša o Džou Magarcu, što predstavlja opis situacija koje, kao opis terenskog rada, ne bi ostavili folkloristi njegovog doba.²⁰ Sledeći Frensisov postupak,

17 R. Dorson, op. cit. 215.

18 R. Boggs, *Folklore in University Curricula in United States, Southern Folklore Quarterly*, Vol. 4. 1940.

19 O. Francis, op. cit. 505.

20 Frensis veoma plastično opisuje svoje "terensko" iskustvo u samoj fabrici ili na brdu koje se iznad nje nalazi, ili, najčešće, u

koji ne odstupa od folklorističke prakse, je ukazivanje na formalnu sličnost (i razliku) koju saga o Džou Magarcu ima sa pričama o Polu Banijanu ili Old Stormalongu. Frensis 1931. godine nije mogao znati za fejklorno poreklo Pola Banijana koje je Dorson utvrdio nekoliko decenija kasnije.²¹ Treće, sasvim regularni folkloristički postupak, koji se sreće u Frensisovom tekstu, je pokušaj da se sazna da li postoje stvarne veze priče o Džou Magarcu s folklorom bilo koje zemlje iz koje dolaze Hankiji. "Koliko sam ja bio u stanju da pronađem – piše Frensis – ne postoje opipljive veze priče o Džou Magarcu sa folklorom zemalja iz kojih su Hankiji došli u Ameriku".²² U ovom poslednjem pokušaju oglada se nepostojanje celovitog folklorističkog obrazovanja, doduše veoma retkog u Americi prvih decenija dvadesetog veka. Rezultat Frensisovog traženja veza je očekivan kada se traže analogije celine, kada se traže identični likovi u folkloru zemalja iz kojih stižu radnici u pensilvanijske čeličane. Međutim, kada se potraže elementi koji su brikolirani u novu, funkcionalnu celinu onda se može dobiti drugačija slika.

U Frensisovoj priči o Džou Magarcu prepoznaje se nekoliko takvih elemenata koji egzistiraju u folkloru "starog kraja". To su teški zadaci kojim se osvaja mlada, pobeda na takvom takmičenju koju neko ostvaruje u korist drugog i motiv "gvozdenog čoveka". To što se ovi motivi mogu pronaći u folkloru drugih evropskih naroda nije od značaja s obzirom na to da je za priču o Džou Magarcu jedino relevantno da postoje u folkloru onih etničkih grupa unutar Hankija koje u svojim vokabularuima imaju reč "magarac".

"Agnesinoj kuhinji gde je sedeo sa svojim prijateljima Hankijima" (O. Francis, loc. cit).

21 R. Dorson, Paul Bunyan in the News, 1939–1941, *Western Folklore*, Vol. 15. No.1. No.3. No.4. 1956; R. Dorson, *American Folklore*, Univ. of Chicago Press, Chicago, 1959. 216-226.

22 O. Francis, loc.cit.

Teški zadaci kojima se osvaja mlada javljaju se u različitim oblicima: od viteških dvoboja do nadmudrivanja, i od preskakanja visokih prepreka do gađanja lukom i strelom. Dvoboji i teški fizički zadaci se nalaze u poznatoj epskoj pesmi "Ženidba Dušanova"²³ dok su nadmudrivanja s ocem devojke ili samom devojkom pristuna u mnogim pripovetkama iz zbirki Vuka Karadžića.²⁴

U bajci "Kralj i čobanin", koju je Vuk Karadžić objavio 1853. godine, godine težak zadatak, kojim se osvaja mlada, obavlja pomoćnik i, baš kao i Džo Magarac, po obavljenom poslu ustupa mladu drugom. Tako čobanin, koji se nadmetao u mudrosti s kraljem i osvojio princezu, posle ostvarene pobede kaže:

"Ja sam te dosta prevario, nego daj devojku, ja sam je zaslužio." Car ne mogne ni kud ni kamo, nego čobanu da devojku, a čoban je da bogatu čoeku, a bogat čoek da čobanu silno nebrojeno blago.²⁵

Na isti način je postupio Džo Magarac posle pobede na takmičenju koje je organizovao Stiv Meštrović, kada je ustupio lepu Meri Pitu Pusiću, namignuvši Meštroviću uz napomenu kako on sam nema vremena ni za šta drugo osim za posao i kako je primetio kako se Meri zbuni čim pogleda u Pita.²⁶

Srpska usmena književnost poznaje lik "gvozdenog čoveka", ogromne snage i neprirodne veličine, koji se javlja u bajci "Gvozden čovjek"²⁷. U bajci, koju je Vuk Karadžić zabeležio

23 V. Stef. Karadžić, *Srpske narodne pjesme*, Beč 1845.

24 V. Stef. Karadžić, *Srpske narodne pripovjetke*, Beč. 1853;
V. Stef. Karadžić, *Srpske narodne pripovjetke*, Beč, 1870.

25 V. Stef. Karadžić, *Srpske narodne pripovjetke*, Beč. 1853.

26 O. Francis, op. cit. 509.

27 V. Stef. Karadžić, *Srpske narodne pripovjetke*, Beč, 1870. O značenju bajke "Gvozdeni čovjek" postavljenoj u kontekst "svadbenih provera" vidi D. Antonijević, *Značenje srpskih bajki*. Beograd, 1991. 46-68.

pre 1853. godine glavni lik (carev najmlađi sin) je oženjen žabom koja se kasnije pretvorila u prelepu ženu izazivajući ljubomoru kod svekrve. Carica (svekrva) je nagovorila cara da sinu postavlja teške zadatke koje on rešava uz pomoć svog tasta koji se nalazi u bunaru iz koga je bila izvađena i njegova žena (žaba). Posle dva zadatka ispunjena uz pomoć tasta, carev najmlađi sin dobija treći zadatak:

Posle nekoga vremena opet dozove car najmlađega sina, pa mu reče: "Ja čujem da se ti hvališ da možeš dovesti gvozdena čoveka." On se siromah stane odgovarati, da to nije nikad ni pomislio, ali car: "Ni reči više; nego ako to ne uradiš, na tebi nema glave." Onda on siromah otide k ženi svojoj plačući, a žena kad vidi gde plače, pita ga: "Što plačeš?" A on joj kaže šta je i kako. Onda mu ona reče: "Idi opet na bunar, pa viči: "Šura, šura," on će se odazvati i srdice se pa će ti reći: "Aratos i takoga zeta." Ali ti mu kaži: "Za Boga! nevolja me tera!" pa mu pripovedi sve redom." On poslušaj ženu, otide na bunar, pa stane vikati: "Šura, šura!" On se srdito odzove: "Aratos i takoga zeta, šta ćeš opet?" A on mu odgovori: "Za Boga, šura, nevolja me tera; ište otac da mu donesem gvozdena čoveka, da se s njime razgovara." Onda mu šura odgovori: "Počekaj malo; sad ću ja izaći, ali se nemoj prepadati ni straviti." Kad malo čas, ali eto ti gvozdena čoveka. Veliki je, strašan je! vuče budžu za sobom, sve ore zemlju, ide za njim brazda kao da osam volova ore. Kad car izdaleka ugleda gde ide gvozden čovek, on se poplaši, te zatvori dvorove, pa pobegne na gornje čardake, i zatvori se. Kad dođe gvozden čovek, stane lepo na vratima lupati da mu otvore, a kad vidi da niko ne otvora, on bubne pesnicom u vrata, a vrata se odmah na dvoje raspadnu, tako otvori redom sva vrata i dođe pred cara. Kad dođe pred cara, zapita ga: "Šta si me zvao?" A car čuti kao nem. "Ta šta ti imaš sa mnom." reče gvozden čovek, pa ga zvrncne u čelo, a car odmah dušu ispusti. Onda gvozden čovek uzme zeta svoga pa ga postavi za cara, i tako je najmlađi sin sa svojom ženom carovao do svoga veka. "

Nijednom od ovih elemenata, pa čak ni onom koji opisuje divovskog gvozdenog čoveka, ne treba pridavati presudan zna-

čaj u konstruisanju priče o Džou Magarcu. Ta priča je pravljena iz sasvim drugih potreba od onih koje su stvarale narodne pesme i pripovetke, ali su elementi "starog" folklor, koji su bili "pri ruci", mogli poslužiti za gradnju priče o novom svetu i o sasvim novim socijalnim situacijama.

6. Džo Magarac u tipologijama radničkih priča i socijalnih tipova

Legenda o Džou Magarcu je primer kako je moguće da se lik, koji u sebi sadrži osobine dijametralno suprotne određenoj socijalnoj grupi, nameće toj grupi kao njen "heroj". Džo Magarac je oličenje antiradničkih interesa, što je konstatovano u jednom broju analitičkih radova o njemu, pa i u samim mitotvornim tekstovima gde je jedan od mitotvoraca konstatovao kako brzi rad stvara neprijateljstvo ostalih radnika.²⁸ Dž. Džili i S. Barnet konstatuju da je "magarac simbol nečega što radnici smatraju beslovesnim super-radnikom".²⁹ Oni, pokušavaju da sagu o Džou Magarcu svrstaju u tipologiju radničkih priča Džeka Santina,³⁰ koji uočava tri osnovna tipa radničkih priča: a) priče upozorenja u kojima se govori o tome kako neprilično ponašanje dovodi do negativnih posledica, b) priče o dovitljivcima koji svojom dovitljivošću varaju novajlije ili kompromituju autoritet nadređenog i c) priče o herojima rada koje, između

28 U verziji Voltera Blera iz 1944. godine, koja je zasnovana na beleškama sakupljača folklor pri Works Progress Administration, Dž. Rajta, sadržan je i razgovor, s pomirljivim završetkom, Džoa Magarca s kolegama radnicima koji mu zameraju na njegovim radnim navikama (J. Gilley – S. Burnett, op. cit. 401.)

29 J. Gilley – S. Burnett, op. cit. 397.

30 J. Santino, Characteristics of Occupational Narratives, *Western Folklore*, Vol. 37. No. 3. 1978.

ostaloga, hvale i fizičku snagu radnika. Dž. Džili i S. Barnet konstatuju da Džo Magarac, samo na prvi pogled, pripada kategoriji heroja rada koje krase fizička snaga. Te radničke priče su, prema Santinu, zasnovane na tome što junak ljudske sposobnosti dovede do krajnjih granica, poput graditelja pruge Džona Henrija, koji je prema klasičnom tumačenju balada, umro od posledica takmičenja sa mašinom. I Džon Henri je, kao i mnogo poznatiji "drvoseča" Pol Benijan, bio predmet posebne analize u cilju utvrđivanja folklorno-fejklorne prirode³¹.

U priči o bežanju od rastopljenog gvožđa radi se o preuveličavanju i dostizanju tih granica, ali u humanim ograničenjima. Ta priča, koju navodi Maršal Fišvik, o čoveku koji je nezaštićen ušao u prostor u koji je potom pokuljala užarena masa i koji je, zatim, bežeći "oborio" svetski rekord u sprintu, pričala se u gradovima čelika gde se cenila fizička snaga i izdržljivost.³² Zbog toga je, smatraju Džili i Barnet, za razumevanje Džoa Magarca presudan element fantastike, s obzirom na to da on nije čovek, već je "napravljen od čelika" te stoga predstavlja pre svega "zbir nečega što bi kapital želeo od svoje radne snage, a ne heroja radnog naroda"³³.

Džo Magarac je suprotnost onome čemu su težili radnici-imigranti i svesno se opredelio za život u ekstremno lošim uslovima u kojima su živeli stvarni imigranti i iz kojih su želeli da izađu

31 R. Dorson, The Career of "John Henry", *Western Folklore*, Vol. 24. No. 3. 1965. 155-163). Prema najnovijem tumačenju istoričara Skota Nelsona, Džon Henri je bio robijaš na prinudnom radu i umro je od posledica silikoze tj. trovanja prašinom minerala prilikom višegodišnjeg bušenja tunela (S. Nelson, *Steel Drivin' Man: John Henry: the Untold Story of an American Legend*, Oxford University Press, 2006).

32 M. Fishwick, op. cit. 172-173. Očito je da ova priča o bežanju od užarenog čelika sadrži, primarno, motiv Santinovih priča o upozorenju, ali i elemente priča koje hvale fizičku sposobnost radnika.

33 J. Gilley – S. Burnett, op. cit. 398.

boreći se u Homstedskoj pobuni 1892. godine³⁴ ili Velikom štrajku 1919. godine³⁵. On je, takođe, odbio mogućnost da se oženi i zasnuje porodicu čime je, zapravo, potpuni antipod američkom standardu koji predstavlja ideal radnika-imigranata.³⁶

Stoga, Džo Magarac nije mogao biti mitski heroj pitsburških radnika-imigranata već bi pre odgovarao liku Nitkova i to podvrsti "Renegade" u tipologiji Orina Klapa.³⁷ S druge strane, podsmeh koji je upućen Džou Magarcu približava ga tipu Lude i to podvrsti "Obična luda"³⁸, za koju Klap kaže da je naivna, prosta, bezosećajna i karakterišu je smešni promašaji, komične frustracije, neshvatljivo ponašanje i činjenica da je ostali mogu lako iskoristićavati. Što se tiče tipa heroja u američkoj kulturi u Klapovoj klasifikaciji³⁹ podvrsta, Džo Magarac bi pripadao tipu "Mučenika", ali mučenika za stvar kompanije, a ne prava radnika.

34 Neposredan izveštaj o Homstedskoj pobuni nalazi se u knjizi A. G. Burgoyne, *Homestead. A complete history of the struggle of July, 1892, between the Carnegie steel company, limited, and the Amalgamated association of iron and steel workers*. Rawsthorne engraving and printing co., Pittsburgh, 1893. Kompletna knjiga se nalazi na sajtu <http://digital.library.pitt.edu>.

35 Odmah po završetku Velikog štrajka pojavile su se brojne publikacije sindikalne i crkvene provenijencije koje su detaljno opisale događaje za vreme štrajka kao što su: *Report on the steel strike of 1919, by the Commission of Inquiry, Bishop Francis J. McConnell, chairman*, The Interchurch World Movement, Harcourt, Brace and Howe, New York, 1920. ili W. Z. Foster, *The great steel strike and its lessons*, B. W. Huebsch, Inc., New York, 1920.

36 J. Gilley – S. Burnett, op. cit. 399.

37 O. E. Klapp, American Villain-Types, *American Sociological Review*, Vol. 21, No. 3. 1956. 337-338.

38 O. E. Klapp, The Fool as a Social Type, *The American Journal of Sociology*, Vol. 55. No. 2. 1949.157.

39 O. E. Klapp, The Creation of Popular Heroes, *The American Journal of Sociology*, Vol. 54. No. 2. 1948. 137.

7. Humoristički ili mitski junak

U većini analitičkih tekstova o Džou Magarcu je, na neki način, konstatovana humoristička nota. Počevši od "gargantuovske čudi" o kojoj govori Dorson, pa do teksta Dž. Džili i S. Barnet u kome autori ističu da se radi o "satiričnom liku", konstatuju se elementi humora koji ostaju bez objašnjenja. U slučaju klasičnih fejklorinih konstrukcija tvorac se najverovatnije ne bi upetljavao u komplikovanu semantičku igru koju nose reči "magarac" ("Jackass") i "mazga" ("mule"). Već je sam Frensis imao taj problem navodeći da je stav, po kome je "magarac" kompliment, izazivao smeh, što je ubedljivo potvrdio Ričmen, koji je na terenu zaključio da se "reč magarac nikada ne koristi bez poruge". Stoga se Džoovo prezime pre može pripisati folklornom nego fejklorinom izboru. Fejklorini izbor bi izbegao negativne konotacije prezimena junaka koga treba nametnuti radnicima-imigrantima, dok je folklorni izbor intencionalan jer je ostale likove u priči nazvao sasvim običnim (skoro sasvim hrvatskim) prezimenima Meštović i Pusić. To znači da je u prezimenu Magarac sadržana semantika reči "magarac", koja je, primenjena na ljude, potpuno podrugljiva.⁴⁰ U naučnim rečnicima je reč "magarac" određena kao "kao psovka čeljadeta slabe pameti"⁴¹ i kao "Onaj koji čini gluposti, budalaštine, glup, umnoograničen čovek, glupak ... b) tvrdoglav, jogunast čovek."⁴²

Semantika prezimena glavnog junaka je, dakle, pretočena u podsmeh prema nekome ko nema drugih zadovoljstava osim ra-

40 Dž. Džili i S. Barnet konstatuju da je korporativna verzija pokušala da izvrši transformaciju magarca u mazgu ("Mule") kao manje podrugljiv opis.

41 *Rječnik Hrvatskog ili Srpskog jezika JAZU*, 26 Zagreb, 1907. S.v. magarac

42 *Речник српскохрватског књижевног језика, САНУ*, књ. XI. Београд. 1981. С.в. магарац

da i ko se deklarirše kao neko ko za druge stvari nema vremena. Epizoda priče o Džou Magarcu u kojoj on odbija ženidbu sa "lepom devojkom", znači odbija nešto što je san svakog mladog "Hankija", još više podcrtava podsmeh koji se odnosi na Džooovu predanost poslu. Isto važi i za sam kraj priče gde se Džo ubija i to ne zato što je on ostao bez posla već zato što je fabrika prestala da radi.

Razmatrajući odnos sage o Džou Magarcu prema Santinovoј tipologiji radničkih priča, Džili i Barnet odbacuju mogućnost da se radi o tipu priče o dovitljivcu uz opasku da "ako je to priča o dovitljivcu onda je nasamaren Oven Frensis".⁴³ Koliko je Frensis nasamaren, a koliko je zapravo njegov tekst poslužio za veliki zaokret u priči o Džou Magarcu, ostaje pitanje na koje se može posredno odgovoriti.

8. Džo Magarac i Holandanin Šmit (Frederik Tejlor)

Džili i Barnet su u tekstu o dekonstrukciji i rekonstrukciji pitsburškog "Čoveka od čelika" nagovestili mogućnost posmatranja lika Džoa Magarca u svetlu Tejlorove naučne organizacije rada. Oni se pozivaju na Tejlora u opisu radničke reakcije na monotonu i tešku radnu ulogu i na njegov opis radničkog usporavanja rada koje je nazvao "vojničkim ponašanje".⁴⁴ Međutim, značaj uključivanja Tejlorovog dela i tejlORIZMA uopšte u razmatranje pitsburškog "Čoveka od čelika" je daleko veći. Činjenica je da je Tejlor prve korake "naučne organizacije rada" učinio u Pensilvaniji i to baš u industriji čelika, mada ne u Pitsburgu već u Džonstaunu i Betelhemu, drugim centrima pensilvanijske čelične industrije, usmerava na istorijski paralelizam radničkih pobuna i štrajkova i uvođenja tejlorovskih principa u proizvodnju.

43 J. Gilley - S. Burnett, op. cit. 397.

44 J. Gilley - S. Burnett, op. cit. 398.

Opisujući jedan od svojih prvih pokušaja uvođenja principa "naučne organizacije rada" u Betlehemu na početku špansko-američkog rata 1898. godine, Tejlor piše kako je prvi korak bio "naučno odabiranje" radnika.⁴⁵ Pošto je prethodno definisao cilj tako da sa 12 i po tona utovarenog sirovog gvožđa dnevni učinak radnika podigne na 47 tona, Tejlor je pažljivo posmatrao radnike koji su starom tehnikom utovarivali 12 i po tona za nadnicu koja je iznosila 1,15 dolara. Prvo je izdvojio četvoricu i pažljivo proučio svakog od njih ispitujući prošlost, karakter, navike i ambicije da bi izabrao Holandanina koga je nazvao Šmit. Posmatrajući ga, uočio je da se svakodnevno vraća s posla peške sasvim svež kao što je i došao ujutro, da je uz važeću nadnicu uštedeo novac i kupio malo zemlje na kojoj gradi kuću i da je veoma "škrta" to jest da ceni svaki zarađeni dolar. U dijalogu koji je vodio sa Šmitom, detaljno navedenom u "Principima naučnog menadžmenta" iz 1911. godine, Tejlor je insistirao na njegovom samopoštovanju kao motivu za prihvatanje krajnje disciplinovanog rada sa skoro četiri puta većim obimom, a za 60 procenata veću zaradu. Šmitovo postignuće u utovarivanju sirovog gvožđa postalo je merilo za sve ostale:

"Kada radnik ujutro dođe u fabriku uzima iz ormara označenog njegovim brojem dva listića. Na jednom listiću piše koje alatke treba tog dana da zaduži iz skladišta alata i gde da započne rad i drugi, na kome je istorija njegovog rada prethodnog dana; šta je uradio tog dana, koliko je zaradio itd. Mnogi od radnika su bili stranci i nisu znali da čitaju i pišu, ali su već na prvi pogled znali kakva je suština izveštaja, jer je žuti listić ukazivao radniku da prethodnog dana nije u potpunosti ispunio svoj zadatak i obavestavao ga da tog dana nije zaradio 1,85 dolara i da će samo ljudima koji rade za punu cenu biti dopušteno da ostanu u toj grupi. (...) Kada bi radnik dobio beli listić on je znao da je sve u

45 F. W. Taylor, *The Principles of Scientific Management*, 1911. 43-48.

redu, a ako bi dobio žuti, shvatio bi da mora bolje da radi ili će biti premešten na neku drugu vrstu rada."⁴⁶

Na ovaj način je specijalno određen i obučen radnik posto merilo rada svih, a njegov učinak postajao norma na osnovu koje se određuje nadnica. U osnovi Tejlorove "naučne organizacije rada" se nalazi princip merenja prema najboljem, najjačem, najbržem, najspretnijem što neposredno ugrožava sve ostale, te je stoga postao i izvor i meta sindikalnih organizacija.

Još za vreme Tejlorovog života došlo je do državne i političke rasprave o njegovom sistemu favorizovanja najboljih radnika. Kada su se protiv uvođenja Tejlorovog načina merenja vremena, neophodnog za određeni posao, pobunili zaposleni u državnoj fabrici topova u Votertaunu⁴⁷ obrazovan je kongresni komitet koji je ispitivao situaciju uključujući ispitivanje i samog Tejlora. Na Tejlorovo obrazlaganje da "prvoklasni ljudi" profitiraju od njegovog sistema, predsedavajući ovog anketnog odbora Vilijam B. Vilson ga je naglašeno upitao o sudbini onih koji nisu "prvoklasni".⁴⁸ Radnička i sindikalna borba protiv tejlORIZMA obeležila je dvadeseti vek u industrijskim zemljama, počevši od individualnog protesta, zatim kolektivnog bunta kakva je bila Homstedska buna 1892. godine do velikih štrajkova od kojih je najpoznatiji onaj iz 1919. godine i snažnog sindikalnog organizovanja u prvoj polovini dvadesetog veka.

Tejlorov pojam "prvoklasnih ljudi" i njegov opis karakteristika Šmita i drila kroz koji je Tejlorov izabranik i super-radnik prošao, daju mogućnost jednog drugačijeg tumačenja nastanka lika

46 F. W. Taylor, op. cit. 68-69.

47 H. G. J. Aitken, *Taylorisme in Wotertown Arsenal, Scientific Management in Action*, Harvard University Press, Cambridge, 1960.

48 R. Kanigel, Taylor-made. (19 th century efficiency expert Frederick Taylor), *The Science*, Vol. 37. Is. 3. 1997. 3.

Džoa Magarca. Sasvim je moguće zamisliti da je neki drugi Šmit, po imenu Džo, snažan, poslušan i motivisan većom nadnicom stvarao normu učinka za ostale. Nepismeni Hankiji, koji su iz boja cedulja saznawali da li su ispunili normu ili ne, prema super-radniku Džou gajili su neskriveno neprijateljstvo, nazivajući ga pogrđnim imenima na svom jeziku. Iz takve situacije je, sasvim lako, mogla nastati, naizgled, nerešiva situacija u kojoj se potonji radnički idol i heroj naziva "magarac" ("Jackass") s kojom ni kasniji mitotvorci u službi kompanija, niti folkloristički analitičari, nisu mogli da izađu na kraj. Na ovaj način Frensisovi informatori dobijaju na verodostojnosti, što ne umanjuje Frensisovu ulogu u stvarnju osnove "radničkog heroja" koji deluje u interesu kompanija. Pitanje da li je "magarac" tipološka odrednica za super-radnika, koji uz tejlorovske metode stvara izuzetno visoke norme učinka, ili je tek neki konkretni "Šmit" od strane Hankija hrvatskog i/ili srpskog maternjeg jezika nazivan "magarcem", najverovatnije će ostati bez odgovora upravo zato što je fejkloristička namera velikog broja spisa o Džou Magarcu, u periodu od Frensisovog teksta pa do Dorsonovog određenja fejklor, potrošila vreme u kome se od starijih, a tad još živih, pitsburških metalaca to moglo saznati. Na osnovu ovakvog određenja Džoa, nazvanog "magarac" moguće je pretpostaviti da su sva "istraživanja" njegovog etničkog identiteta išla u pogrešnom pravcu i da Džo uopšte ne mora biti Hanki, mada je i to moguće. Ipak, verovatnije je da su Hankiji ispadali iz užeg izbora za super-radnika te da su to pre postajali Amerikanci ili radnici iz etničkih grupa koje su ranije stigle u Pensilvaniju i bolje ovladale engleskim, što ih je činilo pogodnijim za učenje i tejlorovski dril od nepismenih Hankija. Prema tome, na moguće pitanje "Da li je Džo Magarac bio Hrvat ili Srbin?" najverovatniji odgovor je: ni Hrvat ni Srbin. Džo je mogao biti i Amerikanac, ili Nemač ili Holanđanin, poput Tejlorovog Šmita, odnosno svako ko je po nalogu kompanije "nabijao" normu na osnovu koje se, potom, određivala nadnica. Po prirodi

stvari on nije mogao biti deo "radničkog kolektiva" već njemu suprotstavljeni eksponent kompanije.

9. Džo Magarac i pad u rastopljeno gvožđe

Ukoliko se, na ovaj način protumači lik Džoa, pogrdno nazvanog "magarac", onda se može protumačiti i njegova "smrt" u rastopljenom gvožđu. Fejklorizacija Džoa Magarca i njegovo pretvaranje u radničkog super-heroja, sa Supermenovim karakteristikama, nisu mogli uspešno da protumače kako su njegov kraj i smrt u rastopljenom gvožđu herojski i tragični, ali istovremeno i crnohumorni, odnosno satirični.

Džoova smrt se može posmatrati u dva relevantna konteksta. Jedno je socijalni kontekst odnosno relacija između nepismenih i nekvalifikovanih radnika, u ovom slučaju Hankija, i eksponenata kompanije (nadzornika, super-radnika i sl.), a drugo, tehnološko-pravni okvir brojnih nesreća koje su se događale u pit-sburškim i ostalim pensilvanijskim čeličanama i koje su imale veliki broj ljudskih žrtava.

Za razumevanje odnosa koji su radnici u čeličanama imali prema eksponentima kompanije sa kojima su direktno dolazili u kontakt, može se navesti doživljaj samog Frederika Tejlora prilikom njegovog prvog uključivanja u red "ljudi kompanije". Kada je Tejlor, radeći u fabrici "Midvale Steel Company" u Džonstaunu (Pensilvanija), iz grupe radnika napredovao u šefa ("gang-boss") radnici sa kojima je do tada radio isti posao su mu, skoro svi redom, izrekli nedvosmisleni pretnju: "Fred, mi smo srećni što si ti postao šef. Ti znaš igru vrlo dobro i mi smi sigurni da nećeš biti cicija. Ako budeš uz nas sve će biti u redu, ali ako budeš menjao neku od cena možeš biti siguran da ćemo te baciti preko ograde"⁴⁹.

49 F. W. Taylor, op. cit. 49.

Veliki broj nesreća na radu sa smrtnim ishodom predstavljaju drugi okvir u kome se može posmatrati Džooova smrt. U posebnoj studiji o nesrećama na radu u Pitsburgu, Kristal Istman je utvrdila da je samo u jednoj godini (od 1 jula 1906. godine do 30 juna 1907. godine) u Pitsburgu bilo 195 smrtnih slučajeva, a u celoj Alleghenu County 526.⁵⁰ Od tih 195 slučajeva u Pitsburgu dvadeset i četiri ili preko 10 % su bili padovi kojima je prećeno Tejloru. Državni zakon Pensilvanije je zahtevao izveštaj o svakom ozbiljnijem akcidentu, ali je bio notorno kršen tako što kompanije koje su sačinjavale takve izveštaje ih nisu dostavljale na uvid javnosti.⁵¹ To znači da su istraga i njeni rezultati ostajali unutar kompanija kojima nije odgovaralo da se o nesrećama, čak i kada su imale smrtni ishod, dalje istražuje. U takvim uslovima pretnja kojoj je bio izložen Tejlor deluje veoma ozbiljno jer u masi akcidenata, koji nisu podvrgnuti detaljnoj istrazi, jedan više ili manje neće biti značajnije primećen.

Odsustvo detaljnih izveštaja o akcidentima i, što je još važnije, njihov veliki broj, čini nemogućom rekonstrukciju koja bi pokazala da li je Džo, zvani Magarac, stvarno gurnut u rastopljeno gvožđe ili su to bile samo želje Hankija da se reše super-radnika koji im je stvarao visoke norme i time snižavao nadnice.

10. Džo Magarac i tržišna ekonomija

Džo Magarac mora da nestane jer se protivi logici tržišne ekonomije. Legenda ga ubija samoubistvom u rastopljenom gvožđu, što je jedna mogućnost, dok drugu mogućnost predstavlja stvarna ograda preko koje se u rastopljeno gvožđe ili samo na tvrdi pod može baciti onaj ko radnicima nanosi štetu. U tom

50 C. Eastman, *Work-accidents and the law*, Charities Publication Committee, New York, 1910. 11 i 64.

51 C. Eastman, op. cit. 11.

smislu legenda ima happyend jer eliminiše Džoa kao uzročnika radničkih nevolja koje se sastoje u povećanom radu, s jedne strane, i gubitku posla, kao krajnjoj posledici, s druge strane. Ni fejklorna verzija koja polazi od interesa kompanije ne može da ostavi Džoa Magarca u životu. Njegovo samoubistvo razrešava logičku kontradikciju između težnje za apsolutnim povećanjem proizvodnje i ograničene tržišne tražnje. Već folklorna verzija "zatvara" fabriku na nekoliko dana i pri otvaranju zatiče Džoa u rastopljenom gvožđu, jer radnicima nije u interesu da ostanu bez posla, dok se Džoovom smrću otklanja veliko povećanje norme uz malo ili nikakvo povećanje zarade. Ni fejklorna verzija ne može da "sačuva" Džoa Magarca, jer kompanije nije ta koja kontroliše tržište i tražnju sopstvenih proizvoda, niti ekspanzija proizvodnje nužno vodi povećanju profita. Naprotiv, hiperprodukcija određenog proizvoda vodi padu cene na tržištu i, u krajnjoj liniji, zatvaranju proizvodnje.

Elementarna tržišna logika i njena realizacija u običnom životu čine da je lik poput Džoa Magarca u očima radnika "Obična luda" koja se žrtvuje za kompaniju, ili "Izdajnik" koji je za malo povećanje zarade izdao pripadnike društvene grupe kojoj pripada. Sa stanovišta kompanije on je "Heroj-mučenik" koji je kompaniji daleko potrebniji kao mrtav nego kao živ i iz čijeg se lika mogu uzimati elementi prema potrebi za dalju fejklornu gradnju radničkog mitskog heroja.

11. Od super-radnika do radničkog Supermena

Preokret koji je doživela saga pretvaranjem Džoa Magarca od neprijatelja radnika, od radnika-bika i beslovesnog normirca u radničkog heroja i Supermena nije mogao da se odigra bez ostatka. Ni pisci koji su pisali posle Frensisu nisu mogli da se izbore s prezimenom glavnog lika, s epizodom u kojoj njegov predani rad dovodi do zatvaranja fabrike ili s podsmehom koji

je izazvalo odbijanje ženidbe s lepom Meri. Ako je ovo poslednje i moglo da se pravda Džoovim osećanjima po kojima Meri treba da se uda za onog koga voli (Pete Pussick – Pit Pusić), značenje Magarčevog prezimena se moglo izbegavati jedino na veoma providan način. Tako je Džordž Karver u tekstu iz 1944. godine promenio Džoovo prezime u "Magera" ("Magerac") udaljavajući se od izvornog Frensisovog "Magarac" ("Magarac"). Da je Karver sasvim svesno izvršio ovu zamenu, kao i da je iz Frensisovog teksta dobro razumeo da reč "magarac" ima pogrdno značenje, svedoči i dodatna intervencija u kojoj eksplicitno pokušava da skrene pažnju s tog momenta. On priču o Džo započinje rečenicom: "Džo Magerac – prezime ne znači ništa, koliko sam uspeo da saznam – rođen je..."⁵² Svi pisci koji su, u interesu kompanija, od Džoa Magarca pravili radničkog heroja imali su zadatak da reše nerešivo – da od nekoga ko je sušta suprotnost radničkih interesa, od nekoga čije delovanje izaziva radničke buntove poput Homstedske bune i Velikog štrajka, naprave lik koji će radnici obožavati. Ta promena je stvorila, osim nevolja piscima takvih tekstova, i "humorističke" elemente koji su bili jedini put da se transformacija ublaži.

Stoga je moguće zaključiti da je lik Džoa Magarca, već sam po sebi, bio konfliktan u vreme njegovog "tejlorovskog" života. On je shvaćen od menadžmenta kompanije kao stvarni super-radnik, kao sredstvo za ubrzanje procesa proizvodnje i smanjenje radničkih nadnica ili bar kao preventiva njihovim zahtevima za povećanje zarada i poboljšanje uslova rada. Druga, radnička, strana mu se sasvim izvesno suprotstavljala i u svojoj suprotstavljenosti mogla primenjivati sva sredstva – od nasilnih do folklornih i satiričnih.

52 G. Carver, Legend in Steel, *Western Pennsylvania Historical Magazine*, Vol. 27. No. 3-4. 1944. 132.

Jedini način "opstanka" Džoa Magarca je van logičkih kontradikcija – kao apstraktno mitsko biće deetnizovano, denominovano, koje se ne bavi proizvodnjom već ima funkciju zaštitnika, upravo onako kako ga opisuje Karver pripisujući taj opis Gregoru Ipanoviću. U Karverovoj priči Džo spasava radnike od eksplozija u visokoj peći, od pada sa kрана ili od nabujale reke kojom se prevoze proizvodi čeličana.⁵³ Ta verzija eliminiše sve kontradiktornosti radničkog i kompanijskog čitanja, omogućuje da se Džo pojavljuje kada je potrebno i da ne utiče na proces rada u kome postoje dve interesne strane – strana radnika i strana kompanije. Da bi to postao, Magarac se mora dematerijalizovati i nestajati u oblaku dima, izmaglici iznad reke, ali bez ikakvog materijalnog traga, ali takav Džo Magarac nema lik i ne može se materijalizovati u umetničko delo, sliku ili skulpturu, pa je za te namene u izgradnji pitsburškog identiteta daleko pogodnija folklorna varijanta.

53 G. Carver. op. cit.

Essays on American Folklore

The aim of the book is to demonstrate two major points:

1) that the long-lasting fieldwork of Anglo-American style is by far not a sine qua non of contemporary anthropological research, and

2) to explain how anthropological analyses of non-ethnographised phenomena could improve understanding of the transformative processes through which American popular culture comes to be global.

In the context of the ongoing debate over significance and specificity of anthropological methods after the radical impact of the digital revolution on science-specific information patterns, this book is dedicated to rehabilitation of the so-called "armchair anthropology". "Armchair anthropology", as a comparative analysis of human cultural production based on ethnographic data gathered by anyone, and then selected and bricolaged by an anthropologist trained in sophisticated semiological analyses, is fine and well. Delusional waste of time and squandering of human and institutional resources during the so-called "crisis of anthropolog", poorly focused on pseudo-methodological and theoretically frivolous debates on "postmodern ethnography" is over. It is the right moment for anthropology to engage in social analysis by doing what it is best at.

The recent development of information technologies, foremostly that of the Internet, has made feasible an, up to now, unimaginable reciprocity in the field of anthropological research. If only the wealthy scientific communities were be privy to a global research, while the rest of the world was deprived, the fast

flow of information has made possible that each of its users be in the possession of relevant information for the study of, until now, unapproachable turfs, such as the US. Urban legends epitomize a paramount illustration of the possibility of examining American folklore from any world viewpoint, not least Serbia. That is possible, for urban legends generated in America are disseminated through the standard channels of globalization, and through the aforementioned World Wide Web.

The first example of a rehabilitated armchair analysis unveils the meaning of the urban legend of a worker who, suspecting his wife's infidelity, pours concrete into an expensive vehicle parked in front of their house. The suspicious husband turns out to be the fool, because his wife, who had been saving for it for a long time, purchased the car as a gift to him; and the man he saw with her (and he was jealous at) was in fact a car dealer. This legend advocates that family concordance, hard work and saving are means to accomplish desired goals, as a story about the persistence of "typical" value system in the American society, with further implications. By challenging the existing interpretations of the source of the legend being American, the analysis suggests that the legend in fact has a European origin, and that its' transformations should be used as a valuable source for understanding the European conceptualizations of "American" way of life, especially that of social structure.

The second analysis accounts for two legends belonging to the common category of urban legends – one, about a luxury sports car bought at a very low price, and the other about the amount of money a woman paid to get the recipe for a cake she liked in an expensive restaurant. Both legends speak about the damage somebody suffered and the attempt to revenge. In the first legend, revenge is fulfilled. In the second, the damage is based on the interpretation of an incomplete contract. By recontextualizing this type of urban legends in the tradition of com-

mon law, the analysis conveys their character of ethnojurisprudential advice, a form of legal advertising of a fakelore kind.

The third analytical chapter covers urban legends as a type of folklore that frequently refers to large corporations creating what is known as the "mercantile legends". "Coca-cola" as one of those companies that has drawn the biggest attention of the folklore thought (forming the distinctive "cokelore" category), for whose staple product the legends claim it disintegrates metal and bones, as well as that due to inattention during the filling of the bottles mice or some other rodent can be found in them. By analyzing the mostly widespread legends surrounding Coca-Cola as a drink and as a company, such as Mormon ownership, disintegrating powers and bottled mice, the thesis that urban legends can be formed as unconstructed social problems, proves its credibility. By challenging existing interpretations, especially those centered on the so-called "Goliath effect", the analysis shows how researcher's preconceptions of informants' ignorance influence inferential flow and misdirects interpretation.

The analysis in fourth explanatory chapter aims at throwing light on urban legends as the channel through which the intergenerational rift over sexual premises (Lover's Lane) is resolved. It considers one of the most analyzed urban legends during the golden era of American folkloristics in 1960's and 1970's, that centers on some young couple who, while having certain types of an intercourse at Lover's Lane, avoided death and escaped hook-handed maniac. The analysis juxtaposes hook-centered legends with those of a "Boyfriend's death", and uses hermeneutical recontextualization to reveal how the legends of that kind are generated. It shows how elements of different types of cultural production, including those of Disney, find they use in popular stories that regulate distribution of resources.

The last primer on analysis focuses on the creation of "Joe Magarac", the mythical hero of the American steel industry. The

analysis is based on the original text of Owen Francis from 1931, and it endeavors to resolve the quandary of whether this text is folklore or fakelore in nature. The analysis is multi-layered and is comprised from a parallel reading of the Francis text and the folklore elements from the migration countries. By confronting previously "discovered" meaning of the legend of Joe Magarac with the analysis of interests of workers in the steel industry, and then contextualizing the legend into the social conflicts in the steel industry of Pennsylvania at the meeting point of the XIX and XX century, this chapter acts as a closure on recontextualization.

Sadržaj

Proučavanje američkog folklora u Srbiji	5
Urbane legende u antropologiji folklora	15
Betonirani "Kadilak"	25
"Porše" i kolači	47
Coca-Cola (Fine and Best)	71
"Kuka"	89
Ko je ubio Džoa Magarca?	125
Essays on American Folklore	149

CIP – Katalogizacija u publikaciji
Narodna biblioteka Srbije, Beograd

398(73)"19/20"
392.8:394.2"19/20"(497 .11)

KOVAČEVIĆ, Ivan, 1952 –

Urbane legende - ogledi iz američkog folklora / Ivan Kovačević. – Beograd : Srpski genealoški centar : Odeljenje za etnologiju i antropologiju Filozofskog fakulteta, 2009 (Beograd : Srpski genealoški centar). – 154 str. ; 17 cm. – (Etnološka biblioteka / [Srpski genealoški centar] ; knj. 39)

Tiraž 500. – Napomene i bibliografske reference uz tekst. – Summary.

ISBN 978-86-83679-50-8 (SGC)

a) Folkloristika – SAD - 20-21v
COBISS.SR-ID) 168753676

Izdavači: "Srpski genealoški centar", Radnička 50, Beograd i Odeljenje za etnologiju i antropologiju Filozofskog fakulteta u Beogradu, Čika Ljubina 18-20. Za izdavače: Filip Niškanović i Bojan Žikić. Urednik: Miroslav Niškanović. Lektor i korektor: D. Antonijević. Likovna realizacija Dušan Đurica. Kompiuterska obrada i štampa: SGC, Beograd, Tiraž 500 primeraka.
Beograd 2009.