



UDK 821.163.6.09-7:316.472.4

Petra Jordan

Ljubljana

jordan.petra@gmail.com

SLOVENSKI KLASIKI NA DRUŽABNIH OMREŽJIH

Prispevek predstavlja *SLOLvenske klasike 1* Boštjana Gorenca - Pižame (Cankarjeva založba, 2015), zbirko parodičnih predelav 53 del iz kanona slovenske književnosti. Avtor jih je prestavil v spletno okolje družabnih omrežij, e-pošte, SMS-sporočil, forumov in spletnih strani. Slovenski klasiki so uporabljani na različne načine: lahko z uporabo osrednjega motiva, skozi odlomek literarnega dela ali le kot aluzija, zlasti pa so postavljeni v nove kontekste aktualnega družbenega dogajanja (migrantska kriza, pravice istospolnih, založniški trg in njegov odnos do avtoric, prekarno delo). Z vidika novomedijske teorije prispevek pregleduje okoliščine seljenja kanonskih literarnih besedil v jezik, kod in okolje digitalnega medija, ki so pravzaprav vsebina Pižamove – še vedno tiskane – knjige. Osredotoča se zlasti na odnos med besedilom in njegovim medijem, tj. na vpliv zakonitosti digitalnega medija na nova ubesedenja (znanih) književnih vsebin oz. na kakšne načine avtorju digitalne tehnike zapisovanja omogočajo predelavo na ravni jezika in izraza.

Ključne besede: družabna omrežja, predelava, parodija, novi mediji

The paper analyzes the book *SLOLvenski klasiki 1* by Boštjan Gorenc - Pižama (Cankarjeva založba, 2015), a collection of fifty-three parodic adaptations of classic Slovene literary works. The subject matter of the canonical literature is transported into a new setting of social networks, e-mails, text messages, message boards, and web pages. The Slovene classics are exploited in various ways: by employing a central motif, through an excerpt from a literary work, or simply by allusion. The main thing is that they are situated in new contexts of current social issues (e.g., migrant crises, gay rights, women in publishing, etc.). Drawing from new media theory, the presentation surveys the circumstances of migrating classic literary works into the language, code, and milieu of digital media, which are the contents of Pižama's printed book. The discussion focuses on the relation between text and medium—that is, on how the rewriting of familiar literary themes is influenced by digital technologies and their features, and especially on how such features affect the adaptation in terms of language and expression.

Keywords: social media, adaptation, parody, new media

0 Uvod

Knjiga *SLOLvenski klasiki 1* Boštjana Gorenca - Pižame, slovenskega komika, igralca, reperja in prevajalca je izšla z letnico 2015 v začetku februarja 2016 pri Cankarjevi založbi v nakladi 1500 izvodov, ki so bili prodani v štirinajstih dneh. Zelo hitro je izšel prvi ponatis v nakladi 3000 izvodov in nato še dotis v nakladi 2200 izvodov. Ob koncu leta 2016 je bilo prodanih več kot 5000 izvodov, predstavitev knjig

in literarni večeri so se vse leto vrstili po vsej Sloveniji. *SLOLvenski klasiki 1* so torej nedvomno prodajna uspešnica, ki je postala tudi knjiga leta 2016 in s tem prejemnica velike nagrade Slovenskega knjižnega sejma. Pomenljiva je številka 1 v naslovu; Pižama že od začetka načrtuje serijo štirih knjig ali več knjig; *SLOLvenski klasiki 2* so v načrtu za leto 2018.

V knjigi so zbrane predelave 53 besedil iz kanona slovenske književnosti, ki jih Slovenci dobro poznamo; od Prešernove Vrbe in Povodnega moža, izbranih del Cankarja, Jurčiča prek ljudskih pravljic in del iz mladinske književnosti pa do besedil iz sodobne slovenske književnosti izpod peres Ivana Minattija, Tomaža Šalamuna, Svetlane Makarovič, Brede Smolnikar in *Premiki* Janeza Janše. Snov teh besedil, zlasti njihove like in motive, je avtor prestavil v digitalno, zlasti spletno okolje e-pošte, SMS-sporočil, uporabniških strani, forumov in drugih spletnih strani ter družabnih omrežij. Predelave so dveh vrst: vsebinske in formalne. Na ravni žanra gre za parodijo, v osnovi tega postopka, ki »z ironičnim, satiričnim in zabavnim namenom karikira oziroma ob vrednostno znižani tematiki ali stilu uporablja znano (literarno) besedilo – cenjeno, klasično oziroma modno, aktualno – pa tudi vrste, smeri, avtorske in druge stile« (Juvan 1997: 213), pa je postavitev snovi in likov iz kanonske književnosti v sodobni čas. Gre torej za predelave parodije v najširšem smislu; Pižama zajema tako travestijo kot druge oblike oz. stopnje predelovanja resne/klasične vsebine na komičen ali tudi resen način za doseganje komičnega učinka. Na ravni medija gre za t. i. novo besedilnost (Strehovec 2003), saj namreč pri postavitvi klasičnih snovi, likov in motivov v digitalno, spletno okolje, ne gre zgolj za prenos v drug medij (taka bi bila npr. filmska ekranizacija romana), pač pa novi digitalni medij hkrati postane tudi vsebina Pižamove knjige. Liki, vzeti iz kanonske književnosti, na spletu komunicirajo; najdemo jih v okolju e-pošte, SMS-sporočil, različnih uporabniških portalov (Furajmo.se, Šepeta.se, Zračnipenzion.com, Bovha.si), forumov (Zaskrbljeni.starši.net) in drugih spletnih strani (novičarski portali, Mkgp.gov.si, Wikileaks.si) ter družabnih omrežij (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat). Pri tem Pižama izkorišča vse lastnosti in zakonitosti digitalnih medijev.

Liki iz slovenske književnosti so večkrat postavljeni v kontekste aktualnega družbenega dogajanja, kot so istospolno partnerstvo in starševstvo (*Mačkova očeta*), migrantska kriza (Martin Krpan in Brdavs), kemtrejli (*Lonček kuhaj*), gensko spremenjeni organizmi (*Zlata jabolka*), založniški trg in njegov odnos do žensk (Alma Karlin, s katero se urednik resno dogovarja za objavo rokopisa, le dokler misli, da je moški), prekarno delo prevajalcev (z ministrstva za kulturo zahtevajo prevod soneta O Vrba v angleščino, nemščino, hrvaščino in latinščino), Kickstarter (na katerem zbirajo sredstva za projekt *Kdo je napravil Vidku srajčico*). Obenem mrgoli popkulturnih referenc (Plestenjakova *Barka*, #Soči2014, filmi *Brazgotinec*, *Volk z Wall Streeta*, skupina Pink Floyd) in pojavljajo se liki iz drugih slovenskih književnih del in tudi iz svetovne književnosti (Gollum iz *Gospodarja prstanov*). Klasični liki govorijo sodoben jezik, tudi pogovorni, in »spletni« jezik. Njihovi zapisi na spletu so posnetek resničnega današnjega komuniciranja, vsebujejo na primer vse od sovražnega govora in teorij zarot do t. i. trolanja.

Za namen obravnave Pižamovih *SLOLvenskih klasikov 1* sem uporabila tudi empirično metodo kratkega intervjuja z avtorjem,¹ saj me je zanimal avtorski proces – kako je potekala nova ubeseditev kanonske snovi v novih medijih in na kakšne načine vse je digitalni medij sploh narekoval nastajanje vsebine in oblike knjige, se pravi, kako je sam medij formiral novo obliko literarnosti.

1 Poleg vprašanja, kako značilnosti digitalnih medijev vplivajo na nastajanje vsebine in oblike (še vedno tiskane) knjige, me je zanimalo, kako je nastal izbor 53 besedil. Predpostavljala sem, da je bila pomemben kriterij za izbor poznanost literarnih del pri najširšem bralstvu oz. publiki. Avtor je potrdil domnevo, da je bil ta kriterij pomemben, saj sicer s predelavami verjetno ne bi izzvali parodičnih učinkov. Zanimalo me je še, ali je bila v ospredju avtorskega procesa vendarle forma: koliko je pri t. i. novem ubesedovanju izhajal iz ciljnega medija oz. ali je imel pri izbiranju literarnih del, ki jih je nameraval predelati, že oblikovano predstavo, kako bi posamezni lik (motiv idr.) živel v čisto konkretnem digitalnem mediju (Facebooku, Twitterju itd.). Pižama je povedal, da so zamisli nastale na podlagi niza asociacij ob prebiranju kanonskih del, z iskanjem navdiha, katera dela in katere njihove snovi in teme bi sploh lahko uporabil, da bi nastalo nekaj učinkovito komičnega. To pomeni, da je bila v ospredju ideja o komično-parodični predelavi. Ne gre spregledati, da je avtor standupovec, ki si je knjigo zastavil kot komični performans. Besedila niso razvrščena ne po kronološkem ne po abecednem redu; ob predstavitvi je povedal, da so predelave, ki so se uredniškemu odboru s komičnega vidika zdele najučinkovitejše, premišljeno razporejene skozi knjigo.

Besedila iz kanona slovenske književnosti so v knjigi predstavljena in predelana z različnimi poudarki. Nekatera z osrednjim motivom oz. odlomkom literarnega dela – tak primer je *Mojca Pokrajculja*, ki v svoj piskrček vabi živali, kar je predstavljeno na način oglasa na uporabniški spletni strani za oddajanje in najem stanovanja www.zracnipenzion.com. V kontekst spletne strani je predstavljena tako rekoč vsebina pravljičice v celoti. Vsebuje opis stanovanja (»majhna garsonjera na jasi na robu gozda«), ceno, opis o »gostiteljici«, možnost ocenjevanja ponudbe (čistoča, lokacija idr.) in komentarje uporabnikov (Lisica, Volk, Medved, Jelen, Zajček), skozi katere izvemo skoraj vso zgodbo (»Medved ga je preganjal, ker mu je požru med« (Pižama 2015: 23).

¹ Pogovor z Boštjanom Gorencem - Pižamo, 16. 11. 2016. Vprašanja: Kako je nastal izbor vključenih del in kaj je bilo pri tem relevantno: to, da je vsebina dobro znana, da je ponujala možnosti parodiranja? Je bila v ospredju zamisli o slovenskih klasikih na spletu aktualizacija - osvežitev Prešerna idr. ali ste v več primerih izhajali iz aktualnih tem, ki ste jih povezali z ustreznim klasičnim delom? Je bil namen te osvežitve, da bi (mladi) ponovno brali klasike? Ali jih res? Kdo je ciljna publika? Kaj se zgodi, ko postavite Povodnega moža na Facebook? Kako značilnosti digitalnega okolja vplivajo na obliko in način predelave? V čem se to kaže (kako je medij oblikoval vsebino in kako formira zapisovanje, shranjevanje in posredovanje vsebin)? Je knjiga oblikovana s posebnimi orodji? Zakaj je knjiga tiskana, glede na novomedijsko vsebino? Zakaj črno-beli tisk? Že načrtujete *Slovenske klasike 2*?

@ Ljudska – Mojca Pokrajculja

www.zracnipenzion.com | Iskanje




LONČEK NA ROBU GOZDA

Hosta, Koroška, Slovenija ★★☆☆☆ (5)

NASTANITEV:

Majhna, enosobna garsonjera na jasi na robu gozda, edini pokriti objekt na tem območju. Še posebej priljubljena med zimsko burjo, saj ima centralno ogrevanje, pomanjkanje tekoče vode pa nadomesti studenec v bližini. Najbrž bom v garsonjeri tudi jaz, ampak ne skrbite, da bi zmanjkalo prostora.

CENA:
1 krajcar / noč

Z bolj ali manj celotno zgodbo je predstavljen še Martin Krpan (z nizom člankov o glavnem junaku na tračarski spletni strani Šepeta.se), v večini pa so daljša dela predstavljena z odlomkom. V nekaterih drugih primerih ne gre za predelavo vsebine književnih del, pač pa za še izvirnejše ubeseditve, ki zajemajo le bolj ali manj bežne aluzije na posamezno besedilo (na podlagi avtorjeve asociacije). Tak primer je besedilo *Mačkova očeta*, ki, razen naslova, nima nobene navezave na izvirno novelo; gre zgolj za forumski zapis »zaskrbljenega starša« o po njegovem mnenju problematični knjigi, predpisani za domače branje, in sicer zaradi domnevnega spodbujanja istospolnega starševstva:

Zdi se mi ogabno in nemoralno, da otrokom v osnovni šoli dajejo za branje take ostudne knjige, katere propagirajo to novo teorijo spola in brezbožno življenje v grehu dveh oseb istega spola. (Pižama 2015: 54).

Pižama zelo avtentično »posname« forumsko pisanje o podobnih temah (spomni-mo se številnih polemik o maturitetnih romanih), z vso pripadajočo retoriko o »staršu 1 in staršu 2« ter s tipkarskimi in slovničnimi napakami.



Podobno odmaknjena od izvirnika je Gregorčičeva pesem *Soči*, ki je na podlagi asociacije na ime ruskega mesta Soči, kjer so potekale olimpijske igre 2014, predelana v hvalnico Tini Maze. Avtor ohrani verzno obliko izvirnika:

Krasna si, Tina, hči planin,
Brdka v koroški si lepoti,
Ko dvoje zlatih medaljin
Okrog vratu se ti krasóti!
#Soči2014 (Gorenc 2015: 47)

Primeri kažejo, da *SLOLvenski klasiki 1* niso samo preprosta predelava slovenskih kanonskih literarnih besedil, ampak je v ospredju zamisel, da bi parodično učinkovali v digitalnem mediju. Pri tem pa (tudi po avtorjevih besedah) ni samo parodirana vsebina literarnih del, npr. zlasti problemi sodobnega življenja na spletu:

Iskal sem povezave med izvirnimi deli in dogajanjem na spletu danes – ta plat knjige je satira našega digitalnega vsakdanjika, od sovražnega govora prek forumskih pogovorov do teorij zarot. Bolj kot izvirmike oz. klasike smešim nas, obnašanje na spletu, ko si nadanemo navidezno masko anonimnosti in smo nenadoma najpogumnejši in najmodrejši v vesolju. (Bratož 2016)

Avtor priznava tudi tendenco po razbijanju mitov o dolgočasnosti slovenskih klasikov. Na hrbtni strani knjige je Aljoša Harlamov zapisal: »Če ste ob prebiranju literarne klasike v šoli umirali od dolgčasa, boste zdaj crkavali od smeha.« (Pižama 2015). Podobno sočasna literarna kritika:

Največja vrednost sLOLvenskih klasikov se mi zdi v tem, kako obračuna s tisto zgoraj postavljeno tezo naše folklore, da je odnos do slovenskih klasikov treba negovati na način neke nujnosti, ki prebiva nad ugodjem posameznika in zato deluje kot diskurz, ki mu ni mar za branost. Pižama je slovenske klasike povlekel v cono ugodja in s približevanjem v sodobno okolje pokazal, da mu je za branost še kako mar. Ob tem pa prav ničesar odvzel nujnosti tega, da se moramo s klasiki ukvarjati, jih brati, interpretirati in jim vdihovati življenje vedno znova. (Bešter 2016)

Iz »učbeniškega« naslova (*SLOLvenski klasiki 1*) knjige bi lahko sklepali, da želi avtor nagovarjati predvsem šolajoče se Slovence, vendar to zanika, čeprav so mu ljube pozitivne povratne informacije zlasti iz višjih razredov osnovne šole, v katerih se po njegovem zgledu učenci lotevajo predelovanja drugih besedil. To pomeni, da je knjiga dejansko zaživela kot didaktični pripomoček za poglobljeno branje, saj je za prepsnitev literarnega dela npr. v obliko s samimi »čustvenčki«² nedvomno potrebno natančno poznavanje in razumevanje vsebine.

2 Še eno pomembno vprašanje je izbira ustrezne oblike dela za prenos v digitalno okolje. Pižamova knjiga vključuje komunikacijske kanale:

- novičarske in druge spletne strani: Sepeta.se, Objavistena.si, Mkgp.gov.si, Wikileaks.si, neimenovani (13 besedil); v rubrikah črna kronika, TV-sporod, ocenjevanje RPG-iger, zdravstveni in vrtičkarski nasveti,
- Facebook (9 besedil),
- SMS-sporočila (7 besedil),
- e-pošta (4 besedila),
- uporabniški portali: Furajmo.se, Bovha.si, Zracnipenzion.com (4 besedila),
- Twitter (3 besedila),
- aplikacije na pametnih telefonih: budilka, neodgovorjeni klici, obvestila o e-pošti, igrah (3 besedila),
- forumi: Zaskrbljeni-starši.si, Pravazenska.si (2 besedili),
- Instagram (1 besedilo),
- Irc (1 besedilo),

² Čustvenčki so Pižamov predlog prevoda emotikonov, tj. smeškov in drugih simbolov, ki zaznamujejo čustva govorečega v spletnem pisnem komuniciranju.

- Snapchat (1 besedilo),
- Kickstarter (1 besedilo),
- Googlov iskalnik (1 besedilo),
- Raziskovalec sistema Windows (1 besedilo),
- drugo: 1 grafikon in 1 v celoti s čustvenčki zapisana pesem (brez forme digitalnega medija) (skupaj 2 besedili).

Avtor je hotel ohraniti pestrost digitalnih medijev, da ne bi zapadel v ponavljanje istih vzorcev (med tujejezičnimi primeri je zbirka *OMG Shakespeare* Bretha Wrighta in Courtney Carbone,³ ki je v celoti zapisana v SMS-sporočilih). Pižama postavi *Krst pri Savici* v celoti kot pogovor likov v komentarjih pod Črtomirjevo objavo na Facebooku, vmes pa se pojavi obnova vsebine epa nekega srednješolca. Gre za preskok v drugo vsebino in s tem tudi v drug kontekst: poleg Facebookovih uporabniških profilov likov iz *Krsta*, Prešerna in drugih književnikov je zdaj parodirana spletna dejavnost srednješolcev, ki si delijo in prepisujejo na spletu objavljene obnove literarnih del.

Dve leti pred izidom knjige *SLOLvnski klasiki 1* je Pižama na spletu objavil *Povodnega moža na Facebooku*, »predelavo v statusih«,⁴ oblikovano z orodjem Facebook generator, ki omogoča poljubno oblikovanje vsebine s posnemanjem uporabniških profilov na tem družabnem omrežju z vsemi pripadajočimi detajli. Pri oblikovanju tiskane knjige so se odločili za izrazito poenostavitev forme: videz digitalnih okolij je rudimentaren, črno-beli tisk. Odstranjena je večina oblikovnih elementov digitalnih medijev, med njimi izpis datuma in ure pri SMS-ih, gumbi »odgovori«, »všeč mi je« itd. na Facebooku, ki niso pomembni za vsebino in bi pomenili šum v komunikaciji oz. zasičenje za bralca. To pomeni, da je bila pri oblikovanju knjige v ospredju vsebina; tvorcem ni šlo za zvesto posnemanje medija, pač pa so se zanašali, da bodo bralci brez težav prepoznali formo Facebooka ali e-pošte, in so obdržali le tiste funkcije digitalnega okolja, ki lahko najbolj prispevajo k vsebini (datum in ura pri SMS-ih sta recimo ohranjena pri besedilu *Na klancu*, v Franckinih ponavljajočih se SMS-sporočilih prevozniku Atu Kovaču, saj je s prikazom časovnega zaporedja sporočil poudarjen Franckin obup).

Eno od osrednjih vprašanj je bilo, zakaj je knjiga, katere vsebina je digitalni medij, izšla v tradicionalnem mediju, tj. v tiskani knjigi, na kar avtor odgovarja:

Ravno to je bil zame izziv, narediti digitalno vsebino v analognem mediju. Založba sicer pripravlja tudi e-verzijo. Problem pri tem je, da običajno knjigo lahko bereš na e-bralniku, tu so pa vse stvari slikovne, in takoj ko začneš večati ali manjšati, ne vidiš več celotne slike na zaslonu. Zdi se mi, da je knjiga najprimernejši format, s tem da sem totalen ljubitelj e-knjig. Subverzivno – ves navdih je nastal na spletu in hotel sem to ponuditi v knjigi, tako, da ljudi za trenutek odmaknemo od teh bleščečih zaslonov.

³ Zbirka *OMG Shakespeare* zajema pet knjig: *srsly Hamlet*, *YOLO Juliet*, *Macbeth #killingit*, *A Midsommer Night #nofilter* in *Scrooge #WorstgiftEVER*. Random House Books, 2015.

⁴ <http://pizama.net/doma/2013/12/3/povodni-mo-na-facebooku>

3 Kaj se torej zgodi, ko postavimo klasično literarno delo, kot je *Povodni mož*, na Facebook? Kako značilnosti in zakonitosti digitalnega medija, ki dejansko je vsebina Pižamove knjige, vplivajo na novo ubeseditev, kakšne možnosti podajanja, predstavljanja vsebine omogočajo?

Analiza besedil v *SLOLvenskih klasikih 1* je pokazala, da aktualizacija kanonskih besedil poteka naprej na ravni jezika. Jezik je v večini primerov posodobljen, kar je uporabljeno za komični namen. To pomeni nižanje registra, pogovornost na eni strani, na drugi strani pa avtor doseže komičnost ravno na način, da v novem mediju ohrani »starinsko govorico« (in tudi pisavo, npr. Zoisov krog, ki na Ircu klepeta v bohoričici), s čimer pride do diskrepance med načinom govora likov, književnikov in medijem, v katerem komunicirajo. Digitalno okolje uporablja t. i. SMS-govorico ali novejšo Twitter govorico (Myer 2015). Gre za pojav, ki ga Walter Ong imenuje sekundarna ustnost/oralnost (drugi, npr. Batson in tudi Myer, jo imenujejo tudi hibridna ustnost) in je po njegovem mnenju veliki medijski fenomen 20. stoletja. Začel se je z radia in televizije, ki pa ne moreta obstajati brez pismenosti (Ong 2002: 2–3). Z vzponom svetovnega spleta in pametnih naprav danes v veliki večini komuniciramo z e-pošto, SMS-sporočili in različnimi orodji za »klepetanje«, torej tipkamo, ne govorimo. Vendar je glavna značilnost digitalnega okolja pravzaprav značilnost ustnega komuniciranja, to je neposrednost, takojšnjost komuniciranja, brez zamika in filtra, kot se zgodi pri pisni korespondenci. Komuniciranje v spletnem okolju je torej hibridne narave: »Tvitni so klepetavi, spajajo besedo in dejanje tako kot ustno sporazumevanje, obenem pa deklarativni, razdružljivi, ohranljivi in jih je mogoče analizirati tako kot pisno komunikacijo.« (Meyer 2015). Po Ongu digitalno komuniciranje dojemamo in procesiramo in v njem ravnamo, kot bi se pogovarjali v živo (Kleine in Gale 1996). Pižamovi liki pišejo pogovorno, uporabljajo krajšave in kratice, značilne za spletni sleng (LOL, WTF, TD;DR), ključnike (hashtage) in emotikone, komunicirajo hitro, neposredno (aplikacije, ki omogočajo neposredno komentiranje in takojšnje obveščanje delujočih o novih objavah).

Za doseganje komičnega parodičnega učinka se avtor pri seljenju klasikov v spletne medije po lastnih besedah poigrava z metatekstualnostjo, gre za »banalizacijo povedanega«. Na Črtomirjev vzvišeni govor iz Krsta pri Savici (»Ne meč pregnala nas bo sreča kriva«) na primer, ki ga lik objavi kot status na Facebooku, je prijatelj Jaromir Pogan odzove s komentarjem: »LOL, kdo bo to bral TL;DR⁵« (Pižama 2015: 129). Črtomir začne nato isto vsebino objavljati v obliki memov.

Za nove ubeseditve je značilno tudi, da so vizualno »bogate«. Uporabljene so fotografije, čustvenčki, memi, aplikacije. Med najbolj posrečenimi tovrstnimi predelavami so pesemska besedila, ki so nekatera v celoti zapisana v čustvenčkih. Taki primeri so prva kitica *Zdravljice* (kot Prešernovo SMS-sporočilo M-Choppy-ju – Matiji Čopu), verz »Le čevlje sodi naj kopitar« (na primer emotikon hokejske palice naj bi asociiral na (Anžeta) Kopitarja) iz *Apela in čevljarja*, parodiran v SMS-pogovoru s Čopom, in Menartov *Qroquis* kot fotografija na Instagramu.

⁵ TD;LR je kratica, ki v angleščini pomeni »Too long; didn't read« (predolgo, nisem prebral/-a). Uporablja se v spletnem slengu kot zavrnili odgovor na predolge in zato po mnenju uporabnika nerelevantne zapise.



Na vsebinski ravni digitalni mediji prav tako omogočajo kreativno prepletanje različnih del in likov ter referiranje na stvarne zgodovinske osebnosti, ki so v glavnem slovenski književniki, ter z aktualnimi, celo perečimi temami. Na vpeljevanje vedno novih likov vpliva dialoška forma družabnih omrežij ali e-pošte, npr. s profilno fotografijo uporabnika na Facebooku. V Pižamovem *Krstu pri Savici* tako sodeluje – komentira, všečka, objavlja udeležbo na dogodkih in dejavnosti v aplikacijah kar 33 uporabnikov Facebooka (sonet *Matiju Čopu* objavi France Prešeren s statusom: »RIP, Matija ČOP, naš M_CHoppy), komentirata Andrej Smole in Miha Kastelic; v *Uvodu* se na poziv uporabnika z imenom Valjhun, sin Kajtimara odzovejo Avrelj, Droh, Črtomir, Živa, Kri po Kranji, Korotani, Čas, Zgodovina, Meč, Sekira, Lopata, Lakota neukrotljiva, Jaromir Pogan, Otrok Slave, Homerska primera, Sraga krvi, Oni, ki jim bila je vera draga, Zor, Erazem Predjamski, Ivan Minatti, Krst pri Savici; v *Krstu* se pojavijo uporabniška imena: Tilen Stanič, Župan Zoki, Metod Stanič, Čolnar, Janez Svetokriški, Gollum Smeagol, Bogomila, Slovan Davorin, Duhovni).

4 Sklep

Če Pižama sam omenja, da je bilo pri izboru del, vključenih v knjigo, pomembno, koliko je njihova vsebina splošno poznana, lahko na podlagi opravljenih analize sklepem, da so vsebina te knjige pravzaprav digitalni mediji in da je za razumevanje vsebine pomembno tudi njihovo prepoznavanje. To je v skladu z avtorjevim stališčem, da knjiga sploh ni v prvi vrsti namenjena šolajočim se, temveč prej tistim, ki bi skozi »lahkotnejše« oz. sodobnejše predelave želeli ponovno uživati v vsebini klasičnih del,

za katere po njegovem prepričanju v šolskih letih še nimamo razvitega pravega bralnega aparata. Zanimiva bi bila raziskava recepcije obravnavanih del med različnimi generacijami, če se oprem na Michaela Harrisa, ki trdi, da generacije, rojene po letu 1985, nimajo več izkustva sveta brez spleta (ne govorijo več jezika »Prej«, samo še jezik »Potem«) in ne ločujejo fizične realnosti od hipno dostopnega virtualnega sveta (2014) – ki je vsebina knjige *SLOLvenski klasiki 1*.

VIRI IN LITERATURA

- Trent BATSON, 2009: Response to Nicholas Carr's, Is Google Making Us Stupid?'. *Campus Tehcnology* 3. 8. 2009. Na spletu.
- Tomaž BEŠTER, 2017: *SLOLvenski klasiki 1: Nova pisarija, ki navdušuje*. Na spletu.
- Igor BRATOŽ, 2016: Kako je, ko se klasiki znajdejo v spletnem okolju? *Delo* (15. 2.). Na spletu.
- Boštjan GORENC, 2015: *SLOLvenski klasiki 1*. Ljubljana: CZ.
- Michael HARRIS, 2014: *The End of Absence: Reclaiming What We've Lost in a World of Constant Connection*. New York: Penguin Group. Na spletu.
- Marko JUVAN, 1997: *Domači Parnas v narekovajih: Parodija in slovenska književnost*. Ljubljana: Literarno-umetniško društvo Literatura.
- Michael KLEINE in Fredric G. GALE, 1996: The Elusive Presence of the Word: An Interview with Walter Ong. *Composition FORUM* 7/2. 65–86.
- Robinson MEYER, 2015: The Decay of Twitter. *The Atlantic* 2. 11. 2015. Na spletu.
- Walter J. ONG, 2002: *Orality and Literacy*. London in New York: Routledge. Na spletu.
- Janez STREHOVEC, 2003: *Umetnost interneta: Umetniško delo in besedilo v času medmrežja*. Ljubljana: Študentska založba.

SUMMARY

Prodajna uspešnica *SLOLvenski klasiki 1* Boštjana Gorenc - Pižame (Cankarjeva založba, 2015) je zbirka parodičnih predelav 53 slovenskih leposlovnih besedil, večinoma kanonskih del, od Prešernove Vrbe in Povodnega moža, Cankarja, Jurčiča in ljudskih pravljic in del iz mladinske literature prek sodobnejših Minattija, Šalamuna, Makarovičeve do kulturnih Smolnikarjeve in Premikov Janeza Janše. Z osrednjimi motivi in liki ali odlomki so v Pižamovi knjigi postavljena v digitalno okolje družabnih omrežij, e-pošte, SMS-sporočil, forumov in spletnih strani. Ob tem avtor snov klasičnih besedil aktualizira s prepletanjem s sodobno družbeno problematiko in številnimi popkulturnimi referencami ter posodobljenim jezikom. Slednje zajema tako nižanje registra kot uporabo t. i. »SMS-govorice« ali novejše »Twitter govorice«, ki vključujeta kratice, krajšave in emojije (»čustvenčke«). *SLOLvenski klasiki 1* so tako vsebinska predelava kanonskih besedil v novi žanr – parodija –, na ravni oblike pa ne zgolj novo ubesedenje, pač pa nova besedilnost, ki pomeni prenos v jezik in okolje drugega, digitalnega medija, pri čemer avtor izkoristi vse njegove lastnosti in zakonitosti. Izkaže se, da v ospredju zamisli o slovenskih klasikih na spletu ni parodično aktualiziranje omenjenih književnih del, pač pa v večji

meri parodiranje našega vsakdanjega izkustva spletnega okolja in našega obnašanja v njem.

The bestseller *SLOLvesnski klasiki 1* by Boštjan Gorenc-Pižama (Cankarjeva založba, 2015) contains fifty-three parodies of Slovene literary works, for the most part canonical, from Prešeren's "Vrba" and "Povodni mož" to Cankar, Jurčič, folktales, and works of children's literature, to the contemporaries Minatti, Šalamun and Makarović, as well as the cult figure Breda Smolnikar and Janez Janša's *Premiki*. Pižama's book uses central motifs, characters, or excerpts to place the works in the digital context of social media, e-mails, text messages, forums, and web pages. In doing so, the author updates the contents of classic texts by integrating them into contemporary social issues and employing numerous popular culture references and current language. The latter includes both lowering speech registers and using so-called text-message dialect or the newer Twitter dialect, which feature acronyms, abbreviations, and kaomoji (emo-ticons). *SLOLvenski klasiki 1* is thus a reworking of canonical texts into a new genre—parody—and, on the formal level, it is more than rewording: it is a new textualization /besedilnost/ that involves transfer into the language and context of another, digital medium, with the author exploiting all of its features and conventions. It turns out that parodic updating of the literary works in question is not the central intent of placing Slovene classics on the internet; it is, to a greater extent, a matter of parodying our everyday experience of the internet environment and how we deal with it.