

# Potopisno pripovedništvo za turizem in znamčenje mest

Metodologije pisanja o urbanih prostorih

Charlie Mansfield in Jasna Potočnik Topler



Univerzitetna založba  
Univerze v Mariboru





Univerza v Mariboru

---

Fakulteta za turizem

# **Potopisno pripovedništvo za turizem in znamčenje mest**

Metodologije pisanja o urbanih prostorih

Avtorja

**Charlie Mansfield**

**Jasna Potočnik Topler**

Februar 2026

|                                                      |                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Naslov</b><br><i>Title</i>                        | <b>Potopisno pripovedništvo za turizem in znamčenje mest</b> <i>Travel Writing for Tourism and City Branding</i>                                                                                                   |
| <b>Podnaslov</b><br><i>Subtitle</i>                  | <b>Metodologije pisanja o urbanih prostorih</b><br><i>Urban Place-Writing Methodologies</i>                                                                                                                        |
| <b>Avtorja</b><br><i>Authors</i>                     | Charlie Mansfield<br>(Univerza v Plymouthu, Fakulteta za poslovne vede)<br><br>Jasna Potočnik Topler<br>(Univerza v Mariboru, Fakulteta za turizem)                                                                |
| <b>Prevajalki</b><br><i>Translation</i>              | Nina Krajnc<br>(Atrakt d. o. o.)<br><br>Jasna Potočnik Topler<br>(Univerza v Mariboru, Fakulteta za turizem)                                                                                                       |
| <b>Recenzija</b><br><i>Review</i>                    | Hugues Seraphin<br>(Univerza Oxford Brookes)<br><br>Philipp Wassler<br>(Univerza v Bergamu)                                                                                                                        |
| <b>Jezikovni pregled</b><br><i>Language editing</i>  | Nina Krajnc<br>(Atrakt d. o. o.)                                                                                                                                                                                   |
| <b>Tehnična urednika</b><br><i>Technical editors</i> | Marina Bajić<br>(Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba)<br><br>Jan Perša<br>(Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba)                                                                                      |
| <b>Oblikovanje ovitka</b><br><i>Cover designer</i>   | Jan Perša<br>(Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba)                                                                                                                                                          |
| <b>Grafika na ovitku</b><br><i>Cover graphic</i>     | Moški sedi na klopi s pogledom na Ljubljano,<br>foto: Petar Avramoski, unsplash.com, 2025                                                                                                                          |
| <b>Grafične priloge</b><br><i>Graphic material</i>   | Vsi viri so lastni, če ni navedeno drugače.<br>Mansfield, Potočnik Topler (avtorja), 2026                                                                                                                          |
| <b>Založnik</b><br><i>Published by</i>               | <b>Univerza v Mariboru</b><br><b>Univerzitetna založba</b><br>Slomškov trg 15, 2000 Maribor, Slovenija<br><a href="https://press.um.si">https://press.um.si</a> , <a href="mailto:zalozba@um.si">zalozba@um.si</a> |
| <b>Izdajatelj</b><br><i>Issued by</i>                | <b>Univerza v Mariboru</b><br><b>Fakulteta za turizem</b><br>Cesta prvih borcev 36, 8250 Brežice, Slovenija<br><a href="https://www.ft.um.si">https://www.ft.um.si</a> , <a href="mailto:ft@um.si">ft@um.si</a>    |



|                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Izdaja</b><br><i>Edition</i>                     | Prva izdaja. Prevod izvirnega dela v angleškem jeziku Mansfield., C., Potočnik Topler, J. (2023). <i>Travel Writing for Tourism and City Branding: Urban Place-Writing Methodologies</i> . Routledge, Taylor & Francis Group. doi: 10.4324/9781003178781 |
| <b>Vrsta publikacije</b><br><i>Publication type</i> | E-knjiga                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Dostopno na</b><br><i>Available at</i>           | <a href="https://press.um.si/index.php/ump/catalog/book/1094">https://press.um.si/index.php/ump/catalog/book/1094</a>                                                                                                                                    |
| <b>Izdano</b><br><i>Published at</i>                | Maribor, Slovenija, februar 2026                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Številka projekta</b><br><i>Project number</i>   | 6316-3/2025-191                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Financer projekta</b><br><i>Project financer</i> | Javna agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije                                                                                                                                                                    |



© Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba  
/ University of Maribor, University of Maribor Press

**Besedilo** / *Text* © Mansfield, Potočnik Topler (avtorja), 2026

To delo je objavljeno pod licenco Creative Commons Priznanje avtorstva-Nekomercialno-Brez predelav 4.0 Mednarodna. / *This work is licensed under the Creative Commons AttributionNonCommercialNoDerivs 4.0 International License.*

Uporabnikom je dovoljeno reproduciranje brez predelave avtorskega dela, distribuiranje, dajanje v najem in priobčitev javnosti samega izvirnega avtorskega dela, in sicer pod pogojem, da navedejo avtorja in da ne gre za komercialno uporabo.

Vsa gradiva tretjih oseb v tej knjigi so objavljena pod licenco Creative Commons, razen če to ni navedeno drugače. Če želite ponovno uporabiti gradivo tretjih oseb, ki ni zajeto v licenci Creative Commons, boste morali pridobiti dovoljenje neposredno od imetnika avtorskih pravic.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

CIP - Kataložni zapis o publikaciji  
Univerzitetna knjižnica Maribor

338.48:82-94

MANSFIELD, Charlie

Potopisno pripovedništvo za turizem in znamčenje mest [Elektronski vir] : metodologije pisanja o urbanih prostorih / Charlie Mansfield in Jasna Potočnik Topler. - E-knjiga. - Maribor : Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba, 2026

Način dostopa (URL) : <https://press.um.si/index.php/ump/catalog/book/1094>

ISBN 978-961-299-115-9 (PDF)

doi: 10.18690/um.ft.1.2026

COBISS.SI-ID 268024323

**ISBN** 978-961-299-115-9 (pdf)

**DOI** <https://doi.org/10.18690/um.ft.1.2026>

**Cena**  
*Price* Brezplačni izvod

**Odgovorna oseba založnika** Prof. dr. Zdravko Kačič,  
*For publisher* rektor Univerze v Mariboru

**Citiranje** Mansfield, C., Potočnik Topler, J.(2026). *Potopisno pripovedništvo*  
*Attribution* *za turizem in znamčenje mest: Metodologije pisanja o urbanih prostorih.*  
Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba.  
doi:10.18690/um.ft.1.2026

# Kazalo

|                                                                                                                          |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Predgovor</b>                                                                                                         | <b>1</b>  |
| <b>Uvod: kdo naroča, ustvarja in bere besedila, nastala s potopisnim pripovedništvom ter opisovanjem krajev?</b>         | <b>3</b>  |
| Literarni potopisci in raziskovalci s področja potovanj in turizma                                                       | 3         |
| Vključevanje potopisnega pripovedništva v razvoj turističnih destinacij                                                  | 5         |
| Soustvarjanje vrednosti v urbanem prostoru in nastajajočih turističnih območjih                                          | 6         |
| Diskurzivne skupnosti v turizmu in interpretaciji kulturne dediščine                                                     | 8         |
| Skupnost potopiscev in njihov trg                                                                                        | 12        |
| Univerzitetno izobraževanje s področja literarnega potopisnega pripovedništva, ustvarjalnega pisanja in znamčenja krajev | 13        |
| Zaključek                                                                                                                | 15        |
| <b>1. poglavje: Uvod v literarno potopisno pripovedništvo in oblikovanje kraja</b>                                       | <b>17</b> |
| Urbani prostor kot prizorišče dogajanja                                                                                  | 17        |
| Pisne prakse na področju turizma, potovanj, znamčenja in oblikovanja krajev                                              | 19        |
| i Promocijska turistična besedila                                                                                        | 19        |
| ii Vodnik                                                                                                                | 20        |
| iii Ocene uporabnikov na družbenih omrežjih (UGC)                                                                        | 21        |
| iv Travelogue, travelog oz. potopis                                                                                      | 21        |
| v Novinarsko potopisno pripovedništvo in popotniško bloganje                                                             | 22        |
| vi Neleposlovno literarno potopisno pripovedništvo in prakse oblikovanja kraja, vključno z avtoetnografijo               | 23        |
| vii Naključna potopisna literatura, pogosto leposlovna                                                                   | 23        |
| viii Strateški dokumenti upravljavcev destinacij (DMO)                                                                   | 24        |
| Neleposlovno literarno potopisno pripovedništvo in prakse oblikovanja kraja                                              | 25        |
| Rast avtoetnografije                                                                                                     | 26        |
| Tkanina kot raziskovalna sinteza                                                                                         | 28        |
| Lille–Liège – Stezice želja, 14. 12. 20, Spletni dnevnik znamčenja Valonije                                              | 30        |
| Ricœurjev mitos in platenje kulture                                                                                      | 31        |
| Prepustiti glas drugim v literarnem potopisnem pripovedništvu                                                            | 32        |
| <b>2. poglavje: Afekt, doživetje in literarno besedilo</b>                                                               | <b>35</b> |
| Kaj je literarno besedilo?                                                                                               | 35        |
| Heteroglosija in svobodni indirektni govor                                                                               | 38        |
| Interpelacija ali vpetost v besedilo                                                                                     | 40        |
| Estetika urbanega prostora v turizmu                                                                                     | 40        |
| Izkušnje turistov in oblikovanje uporabniške izkušnje (UXD)                                                              | 42        |
| Literarni potopisec kot ciceron in docent                                                                                | 44        |
| Pogled navzdol, pogled skozi, skrivnost v pripovedovanju                                                                 | 45        |
| Model DRAMMA v kontekstu potopisnega pripovedništva                                                                      | 47        |
| Potopisno pripovedništvo kot katalizator tourema                                                                         | 51        |

|                                                                                                                                |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>3. poglavje: Potopisno pripovedništvo v znamčenju krajev .....</b>                                                          | <b>53</b>  |
| Razmerje med literarnim potopisnim pripovedništvom in vrednostjo destinacije .....                                             | 53         |
| Razmerje med novinarskim pisanjem in promocijo destinacij .....                                                                | 61         |
| Zbiranje besedil potopisnega novinarstva za spremljanje sporočil znamčenja .....                                               | 63         |
| Turistične raziskave, ki preučujejo vlogo potopisnega pripovedništva v turizmu .....                                           | 66         |
| Analitična faza v procesu znamčenja turistične destinacije .....                                                               | 68         |
| Obstoječe znamčenje destinacije Nantes .....                                                                                   | 70         |
| Spremljanje znamčenja krajev za DMO .....                                                                                      | 71         |
| Postopki zagotavljanja integritete podatkov za potopisne novinarske članke .....                                               | 71         |
| Metode kodiranja potopisnih člankov za analizo .....                                                                           | 72         |
| Kako se potopisni članki ujemajo s 15 elementi znamčenja kraja? .....                                                          | 74         |
| Kako lahko te ugotovitve vplivajo na proces naročanja potopisnih avtorjev? .....                                               | 75         |
| Priporočila za raziskovalce podobe destinacij, naročniške urednike in potopisce .....                                          | 75         |
| <b>4. poglavje: Vrednost, aksiologija in pisna reprezentacija kraja .....</b>                                                  | <b>77</b>  |
| Ali je mogoče kraj deliti prek napisanih besedil? .....                                                                        | 77         |
| Pisanje kot raziskovanje kraja: Kaj lahko o mestih spoznamo skozi besedilo? .....                                              | 80         |
| Literarno pisanje kot konstrukcija kraja: študija Proulxovega Montreala .....                                                  | 81         |
| Ustvarjanje kraja s potopisom in literarnim potopisnim pripovedništvom .....                                                   | 85         |
| Pridobivanje znanja z dnevnikom, terenskimi zapiski in beleženjem .....                                                        | 88         |
| Teorije spomina pri raziskovalnem pisanju .....                                                                                | 90         |
| Spomin in beleženje v dnevnik .....                                                                                            | 92         |
| <b>5. poglavje: Metodologije in praksa .....</b>                                                                               | <b>97</b>  |
| Pisanje kot procesualna praksa .....                                                                                           | 97         |
| Uvod v raziskovalno prakso kot metodo .....                                                                                    | 99         |
| Pisanje za javnost kot oblika raziskovanja .....                                                                               | 101        |
| Oblikovanje bloga za ohranjanje zagona .....                                                                                   | 102        |
| Poglavja doktorske disertacije – 75.000 besed .....                                                                            | 104        |
| Priprava na terensko delo, tematike in aksiologija – vrednost in za koga? .....                                                | 107        |
| Pisalna oprema, materiali in dokumenti .....                                                                                   | 109        |
| Utemeljena oz. prizemljena teorija in pisanje kot raziskovanje prostora .....                                                  | 111        |
| Emergenca in genealogija v dokumentih o spremembi rabe prostora .....                                                          | 112        |
| Samopisanje in procesualna identiteta .....                                                                                    | 113        |
| Piščeva občutljivost kot raziskovalni instrument in kot podatek .....                                                          | 115        |
| Orodja za upravljanje znanja pri raziskovanju in potopisnih projektih .....                                                    | 116        |
| <b>6. poglavje: Študije primerov sodelovalnega potopisnega pripovedništva .....</b>                                            | <b>119</b> |
| Uvod v sodelovalno potopisno pripovedništvo .....                                                                              | 119        |
| Na praksi temelječe terensko delo v Sloveniji in Črni gori .....                                                               | 120        |
| Projekt <i>Both</i> v Sloveniji .....                                                                                          | 120        |
| Dialog s kolegom 1 – povezava pripovedovalke z zgodovino in prostorom .....                                                    | 122        |
| Dnevniški odziv na dialog 1 .....                                                                                              | 123        |
| Dialog s kolegom 2 – spomin pripovedovalke, vezan na slovensko kulturo .....                                                   | 123        |
| Dnevniški odziv na dialog 2 .....                                                                                              | 124        |
| Dialog s kolegom 3 – aktivacija pripovedovalkega spomina na slovenski družbeni prostor v medijih .....                         | 124        |
| Dnevniški odziv na dialog 3 .....                                                                                              | 124        |
| Dialog s kolegom 4 – aktivacija pripovedovalkega spomina za umeščanje Prežihovega Voranca v čas in prostor .....               | 125        |
| Dnevniški odziv na dialog 4 .....                                                                                              | 125        |
| Dialog s kolegom 5 – Poziv pripovedovalki k iskanju in vključitvi posrednega govora kot družbenega komentarija v potopis ..... | 125        |
| Dnevniški odziv na dialog 5 .....                                                                                              | 126        |



|                                                                                                                                            |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 2. študija primera: Spomini iz Črne gore.....                                                                                              | 126        |
| Po-terenski dialog in namizna raziskava o življenju in delu Iva Andrića.....                                                               | 129        |
| Eksperiment pisanja o kraju, in sicer o Cherbourgu kot novem turističnem prostoru .....                                                    | 130        |
| Prispevek Rolanda Barthesa k študijam pisanja.....                                                                                         | 130        |
| Zarisovanje poti po neznanem mestu.....                                                                                                    | 132        |
| Opombe k delu o Cherbourgu.....                                                                                                            | 134        |
| <b>7. poglavje: Vrednotenje kakovosti in vrednosti pisanja v mentorskem procesu.....</b>                                                   | <b>137</b> |
| Vrednotenje kakovosti pisanja .....                                                                                                        | 137        |
| Model zasnove ocenjevalnega lista za povratne informacije študentom .....                                                                  | 138        |
| Avtorjev urednik o literarnem potopisnem besedilu iz Newquaya.....                                                                         | 148        |
| Avtorjev urednik o skoraj končni različici »Terenski zapiski iz Fistrala« (Fieldnotes from Fistral) ....                                   | 148        |
| Dialog o pisanju o Fistralu z avtorjevim urednikom .....                                                                                   | 149        |
| Sprejem besedila: komentarji bralcev o besedilu o Fistralu.....                                                                            | 149        |
| Podajanje povratnih informacij o pisanju .....                                                                                             | 150        |
| Metajezik povratnih informacij pri pisanju.....                                                                                            | 152        |
| <b>8. poglavje: Sklepi, prihodnje raziskave in upravljalvske implikacije .....</b>                                                         | <b>155</b> |
| Prostorska informatika in vseprisotnost spletnega kartiranja .....                                                                         | 155        |
| Tehnologije beleženja .....                                                                                                                | 157        |
| Uporabniško ustvarjene vsebine v turistični panogi .....                                                                                   | 158        |
| Okoljska etika in posthumanizem .....                                                                                                      | 160        |
| Prihodnost visokošolskega izobraževanja piscev .....                                                                                       | 162        |
| Gradnja platform za upravljanje znanja z namenom sodelovanja med javnostjo, lokalnimi prebivalci, deležniki in regionalnimi oblastmi ..... | 163        |
| <b>Literatura .....</b>                                                                                                                    | <b>167</b> |
| <b>Recenziji .....</b>                                                                                                                     | <b>179</b> |
| <b>Indeks .....</b>                                                                                                                        | <b>183</b> |



## Predgovor

Potopisno pripovedništvo je med akademiki, raziskovalci in komunikacijskimi strokovnjaki v turistični panogi vse pomembnejše in vse bolj razširjeno. Doktorandi turističnega menedžmenta ter strokovnjaki za nove medije se lotevajo projektov potopisnega pripovedništva, vendar so na terensko delo pogosto slabo pripravljeni. Poleg tega si ne znajo predstavljati, kako naj bo videti končno besedilo, na kakšen način bo objavljeno in razširjano ter kako bo vrednoteno. Na področju turističnih študij in na tečajih ustvarjalnega pisanja ustrezne metodologije še niso razvite, v znanstveni literaturi pa niso ustrezno obravnavane, čeprav želi vse več raziskovalcev potopisno pripovedništvo uveljaviti kot legitimno raziskovalno metodo. Ta knjiga zapolnjuje to vrzel.

Mestne in druge občine ter upravljavci destinacij (DMO) iščejo nove načine za naročanje in podporo profesionalnim avtorjem vsebin v okviru projektov znamčenja krajev za turistični razvoj ter privabljanje naložb v mesta in občine. Znanstvena monografija prispeva k profesionalizaciji tega segmenta kreativne industrije. Njen pristop vzpostavlja vznemirljivo novo povezavo med turizmom in znamčenjem mest, ki bo spodbudila nove potopisce in blogerje k premišljenemu ustvarjanju visokokakovostnih vsebin.

V knjigi je ponazorjeno, da je literarno potopisno pripovedništvo raziskovalni proces, ki ga lahko avtor – raziskovalec uporabi v prostorih, kjer nastaja vrednost. Raziskovalni proces to vrednost izlušči, shrani in posreduje, hkrati pa piscu služi kot orodje za poglobljeno raziskovanje prostora. Potopisno pripovedništvo kot raziskovanje je predstavljeno kot metodološka praksa, ki se je raziskovalci lahko naučijo in jo uporabijo pri svojih projektih tako v akademskem kot v komercialnem kontekstu znamčenja mest. Pregledani so primeri literarnega potopisnega pripovedništva iz raziskovalnih projektov avtorjev, njihove učinke pa dodatno osvetljujejo nadaljnje analize. Znanstvena monografija vsebuje tudi raziskovalne ugotovitve o urbanih prostorih, pridobljene s to novo metodo, ki služijo kot dokaz učinkovitosti pristopa. V nekaterih primerih so ugotovitve združene v narativno besedilo, ki v literarni obliki prispeva nova spoznanja. Pričakuje se, da bodo prihodnji raziskovalci in strateški načrtovalci presojali te narativne sinteze glede njihovega vpliva na širšo javnost in odločevalce ter tako nadaljevali dialog, ki je bistveni del te raziskovalne metodologije.

Dobro raziskano literarno potopisno pripovedništvo o urbani destinaciji predstavlja dragocen vir za ustvarjalce vsebin na družbenih omrežjih. Zbrane pripovedi prispevajo k zgodbi blagovne znamke mesta ali turistične destinacije. Takšno pripovedovanje doseže potencialne obiskovalce prek narativnega oz. pripovednega spoznavanja, ki se kvalitativno razlikuje od tehničnega in znanstvenega znanja, hkrati pa ju dopolnjuje. Z inovativnim dnevniškim sistemom, predstavljenim v knjigi, so jasno razložene strukture za gradnjo zgodb in nov okvir za dinamično izmenjevanje ustvarjalnega dela s sponzorji ali naročniki.

Celotno besedilo je zasnovano tako, da lahko bralci posamezna poglavja in študije primerov uporabijo kot model pri svojih raziskovalnih projektih in pisanju. To velja za raziskovalno naravnane študente in upravljavce destinacij ter tudi za visokošolske predavatelje, ki za dodiplomske in magistrske študente pripravljajo naloge in ocenjujejo njihovo delo. Za podporo temu je znanstvena monografija tesno povezana s sodobnimi raziskovalnimi teorijami iz disciplin, ki sestavljajo znanje o turizmu in dediščini. Sklici na znanstvene članke so vključeni na več mestih v besedilu, popoln seznam literature pa je naveden na koncu knjige.

# Uvod: kdo naroča, ustvarja in bere besedila, nastala s potopisnim pripovedništvom ter opisovanjem krajev?

## Literarni potopisci in raziskovalci s področja potovanj in turizma

Porast števila neodvisnih potopiscev je od leta 2000 potekal vzporedno z razvojem znamčenja mest kot profesionalnega procesa za upravljanje destinacij. Oddelki za upravljanje destinacij v občinskih oziroma mestnih upravah so v primeru zadostne količine sredstev razvijali lastno strokovno znanje za raziskovanje značilnosti mesta ali pa so se usmerili zunaj okvira javnega financiranja in sprva najemali marketinške agencije za spodbujanje naložb ter za promocijo turizma. V tem času so nastale številne spletne strani *Visit*, namenjene promociji mest in urbanih destinacij (*Visit London*, *Visit Plymouth*, *Visit Buxton*, *Visit Ljubljana*, *Visit Maribor*, *Visit Sevnica*, *Visit Berlin*, *Visit Bratislava*, *Visit Tallinn*, *Visit Copenhagen*). Upravljalci destinacij upravljajo tudi turistične informacijske platforme, na katerih je mogoče najti primere potopisnega pripovedništva, ki ga lahko raziskujejo potencialni obiskovalci. Z rastjo obsega magistrskih programov na evropskih univerzah ter vzpostavitvijo financiranih raziskovalnih kateder za znamčenje krajev so se na tem področju pojavile specializirane organizacije, na primer Mednarodno združenje za znamčenje krajev na Nizozemskem, hkrati pa se je povečala strokovnost analitičnih postopkov,

potrebnih za oblikovanje identitete mestne blagovne znamke. Tako lahko mestna uprava za posamezen projekt povabi potopisca kar neposredno, še posebej, če si je ta ustvaril močno identiteto in blagovno znamko okoli svojega pisanja. Takšna identiteta ima svojo težo, saj svobodnega potopisca vodi k dosledni skrbi za ugled ter k načrtni krepitvi profesionalnosti v vseh sodelovanjih in poslovnih stikih.

Hkrati sta enostaven dostop do spleta 2.0 ter znižanje stroškov mobilnega računalništva in digitalnega ustvarjanja fotografij ustvarila priložnosti za svobodne potopisce, da z nizkimi začetnimi vložki ustanovijo svoja mikropodjetja. Agencije za zaposlovanje so v zadnjih letih hitro razvile različne modele posredovanja dela ter sistematične oblike preprodaje ustvarjalnih nalog, ki jih opravljajo svobodni ustvarjalci na področju vsebin in vsebinskega marketinga v turistični panogi. Občasno pogodbeno delo lahko svobodnim potopiscem zagotovi razmeroma stabilen nabor naročil, pri čemer so urne postavke leta 2022 v ZDA in Združenem kraljestvu v povprečju znašale okoli 20 funtov na uro, seveda z odstopanji glede na posameznikovo produktivnost. Iz povratnih informacij svobodnih potopiscev izhaja, da večina priporoča dogovor o honorarju in obsegu dela po posameznem projektu ali nalogi. Uveljavljena je tudi druga možnost pogodbenega obračunavanja po tisoč besed za stalne naročnike, ki plačajo ob vsaki oddaji takšne količine besedila. Podatki za Združeno kraljestvo iz leta 2022 kažejo, da je povprečni znesek za tisoč besed znašal približno 450 funtov.

Časopisi in popotniške revije v tiskani ali spletni obliki predstavljajo en del trga, na katerem delujejo svobodni potopisci. Drugi del trga obsega turistične agencije, ki za lastne spletne strani, promocijske materiale ali za pripravo osnutkov sporočil za javnost redno potrebujejo kakovostne besedilne vsebine, zato jih pogosto naročajo pri svobodnih potopiscih ali urednikih specializiranih publikacij. Svobodni ustvarjalci se pogosto vključijo v strokovna združenja ali društva v svojih državah, saj jim članstvo omogoča pridobitev novinarske akreditacije ter dostop do mreže, kjer lahko sklepajo nove pogodbe in pridobijo popotniške ponudbe. Med takšnimi združenji so na primer The British Guild of Travel Writers, ustanovljen leta 1960, The International Travel Writers & Photographers Alliance, ustanovljen leta 2003, ter The Society of American Travel Writers oziroma SATW, ki organizira konference in srečanja med strokovnimi kolegi in naročniki. Pri obsežnejših potopisnih projektih in literarnem potopisnem pripovedništvu je za svobodnega avtorja, ki pripravlja knjižno delo, priporočljivo, da poišče literarnega agenta,



specializiranega za potopisno literaturo. Ta lahko svetuje glede predplačil, izplačevanja avtorskih honorarjev ter poda oceno, ali bi založbe izkazale interes za projekt. Med primeri tovrstnih agencij je HHB Agency v londonskem okrožju W1, številne druge pa je mogoče najti s ciljno usmerjenim spletnim iskanjem. Če je predlog knjige po tematiki ali slogu blizu že obstoječemu potopisnemu delu ali delu posameznega avtorja, je smiselno poiskati in kontaktirati literarnega agenta, ki zastopa tega avtorja, saj ima izkušnje s prodajo besedil, napisanih v podobnem slogu.

Turistične agencije, kot že omenjeno, in organizatorji potovanj prav tako potrebujejo besedila, s katerimi opisujejo in umeščajo destinacije, vključene v svoje ponudbe. Podjetje TUI AG, ki je bilo ustanovljeno leta 1923 kot rudarsko podjetje v Nemčiji, je leta 2022 zaposlovalo več kot 50.000 ljudi za oblikovanje paketnih potovanj, križarjenj ter ponudbe letalskih prevozov in hotelskih nastanitev za turiste. V večjih organizacijah, kot je TUI, so ustvarjalna delovna mesta redno razpisana pod nazivi, kot so vodja vsebin, urednik za objavljane vsebin, digitalni urednik, strokovnjak za družbena omrežja, ustvarjalec vsebin in pisec besedil. Dobro uveljavljene karijerne poti predstavljajo tudi delovna mesta v službah za odnose z mediji ali v sektorjih za komuniciranje pri velikih organizatorjih potovanj. Veščine potopisnega pripovedništva so tako pomemben del oblikovanja kariere in lahko pomembno vplivajo na pridobitev prve zaposlitve po zaključku študija.

### **Vključevanje potopisnega pripovedništva v razvoj turističnih destinacij**

Sklenitev pogodbe o pisanju za upravljavca destinacije (DMO), denimo za regijo, občino ali mesto, je precej lažja, ko imata pisec in naročnik že na začetku jasno dogovorjeno, kako bo potekalo literarno potopisno pripovedništvo. Raziskava za to knjigo je tovrstni proces opredelila v tri faze, predstavljene v tabeli 5.7 v petem poglavju.

Takšen postopni proces omogoča, da nastajajo vmesni rezultati, ki niso zgolj del celotnega poteka dela, temveč tudi preverljivi rezultati, s katerimi je mogoče pregledno prikazovati napredek projekta. Pri komercialnih projektih jih je mogoče uporabiti za redno poročanje upravljavcu destinacije, v učnem okolju pa lahko služijo mentorju, predavatelju ali učitelju za formativno ocenjevanje. Smernice za to so podane v šestem in sedmem poglavju.

## Soustvarjanje vrednosti v urbanem prostoru in nastajajočih turističnih območjih

V sodobnem upravljanju turizma je soustvarjanje doživetij eden ključnih dejavnikov zagotavljanja zadovoljstva obiskovalcev, saj doživetja predstavljajo osrednji element turističnih znamenitosti in gostinske ponudbe. Raziskava Buonincontri in sodelavcev iz leta 2017, opravljena na 385 obiskovalcih Neaplja, je pokazala, da imajo interakcije med turisti in ponudniki ter aktivno vključevanje turistov v samo izkušnjo izrazito pozitiven vpliv na njihovo zadovoljstvo, obseg porabe in splošno vrednotenje obiska. Napredek novih tehnologij je to dinamiko dodatno okrepil, saj destinacijam omogoča hitrejši razvoj in večjo konkurenčnost (Bounincontri in Micera, 2016).

V okviru pametnih turističnih destinacij imajo nove tehnologije pomembno vlogo pri spodbujanju interakcije s turisti in pri povečanju njihovega aktivnega sodelovanja v doživetjih med bivanjem (Bounincontri in Micera, 2016). Doživetja, ki vključujejo dejavno vlogo turistov, vodijo k trajnim in prijetnim spominom (Larsen, 2007; Campos et al., 2018) ter k ustvarjanju smiselnih osebnih pripovedi (Gretzel et al., 2006; Campos et al., 2018). Aktivno vključevanje v dejavnosti lahko na različne načine podpira osebni razvoj turistov, saj vpliva na oblikovanje identitete, krepitev kompetenc, druženje, ustvarjanje in raziskovanje (Morgan et al., 2009; Kreziak in Frochot, 2011; Mehmetoglu in Engen, 2011; Rihova et al., 2014; Campos et al., 2018). Vloga turista pri soustvarjanju oziroma sooblikovanju turističnih doživetij je zato osrednjega pomena (Tan et al., 2013; Campos et al., 2018) in ima številne pozitivne učinke. Potopisec, ki raziskuje na terenu, ob tem prav tako nabira izkušnje; v nadaljevanju bo prikazano, kako lahko te postanejo dragocene pri procesu pisanja dnevnika.

Soustvarjanje je bilo preučevano z različnih vidikov, skupna ugotovitev raziskav pa je, da večja interakcija s potrošniki krepi njihov prispevek k oblikovanju, ustvarjanju in doživljanju turističnih doživetij (Andrades in Dimanche, 2014; Räikkönen in Honkanen, 2013; Campos et al., 2018). Zaradi tega soustvarjanje predstavlja pomemben sestavni del načrtovanja upravljanja in trženja turističnih znamenitosti ter destinacij, saj je ena od ključnih strategij za ohranjanje konkurenčnosti destinacij na turističnem trgu (Campos et al., 2018). Osrednji izziv upravljavcev destinacij in

razvijalcev turističnih produktov tako ostaja, kako spodbuditi turiste k aktivnemu sodelovanju ter jih učinkovito vključiti v soustvarjanje doživetij.

Ena od pomembnih možnosti za spodbujanje aktivnega sodelovanja, vključenosti in soustvarjanja turističnih doživetij je potopisno pripovedništvo, ki ne zajema le vseh prednosti soustvarjanja, temveč prispeva tudi k izvirnosti in pristnosti izkušnje, kar je eden od ključnih vidikov sodobnega turizma. Turisti namreč ne želijo več ostati pasivni opazovalci znamenitosti, temveč si želijo telesne in miselne aktivnosti ter čustvene vpletenosti, ki jim omogočajo krepitev identitete, razvoj kompetenc in osebno rast (Bertella, 2014; Campos et al., 2018). Potopisno pripovedništvo lahko omogoči vse to ter učinkovito pritegne turiste k soustvarjanju raznolikih doživetij.

Oblikovanje uporabniških izkušenj za mobilne aplikacije na pametnih telefonih se je razvilo v samostojno raziskovalno področje, katerega cilj je izboljšati uporabnost programske opreme in povečati vključenost uporabnikov v spletna mesta ponudnikov. Oblikovanje storitev v turizmu in gostinstvu se zato vse bolj opira na spoznanja iz oblikovanja uporabniške izkušnje (UXD, user experience design) (Roto et al., 2021). Takšno povezovanje strok omogoča avtorjem – raziskovalcem, da iz uporabniške izkušnje – UXD prenesejo ustrezne teoretične koncepte v zasnovo svojega pisanja, pri čemer je besedilo razumljeno kot storitev za bralca oziroma obiskovalca. Eden izmed konceptov, ki se je iz oblikovanja uporabniške izkušnje prenesel v oblikovanje storitev, so tako imenovane stične točke. To so ključni trenutki, ko turist stopi v stik s ponudnikom storitev. V hotelu so to na primer prijava, parkiranje, odklepanje sobe ali izpolnjevanje spletnega obrazca za rezervacijo. Hotel si prizadeva, da je vsaka stična točka za gosta prijetna. Literarni potopisec lahko svojo pripoved o raziskovanju mesta razume kot niz takšnih stičnih točk in z vsako od njih poskuša ustvariti nepozabno bralsko izkušnjo. Primer tega je terenska priprava na opis sprehoda po mestu Exeter, opravljena v okviru raziskave za to monografijo. Ugotovljeno je bilo, da je glasba skladatelja Jacksona iz Exetra (1730–1803) še vedno prosto dostopna na YouTubu. Raziskovalec je tako lahko sonato najprej poslušal pred sprehodom, nato pa posnetek vzel s seboj in ga predvajal na izbrani lokaciji v mestu, ki je s tem postala stična točka med doživljanjem poti in bralskim zaznavanjem besedila. Naloga pisatelja je bila poiskati povezavo med sonato iz leta 1773 in izbranim mestnim prizoriščem. Jacksonova glasba iz zgodnjega obdobja romantike, prepoznavna po svoji izrazni mehkobi, se zato lepo ujema z literarno interpretacijo v potopisnem pripovedništvu.

## Diskurzivne skupnosti v turizmu in interpretaciji kulturne dediščine

Ta znanstvena monografija je umeščena znotraj diskurzivne skupnosti turizma in gostinstva, saj njeni soavtorji na tem področju delujejo, poučujejo in raziskujejo. Oblikovanje storitvenega okolja za turistično znamenitost, muzej ali hotel se začne še pred prihodom gosta. Nakup zalog, priprava prostorov, opremljanje in čiščenje so opravljeni, še preden obiskovalec sploh vstopi v prostor izkušnje. Strokovnjaki za delo s strankami in osebje na sprejemnih mestih predstavljajo glavne točke stika s turisti med njihovimi počitnicami.

Pomemben zgodovinski primer uvedbe visokokakovostno zasnovane, a prenosljive turistične izkušnje, sega v leto 1890, ko je Richard D'Oyly Carte pooblastil Césarja Ritza in Augusta Escoffierja, da v Londonu odpreta hotel Savoy. Namen pobude je bil privabiti premožne goste iz njihovih domov in klubov v nov, privlačno zasnovan turistični prostor. Zahteva po vrhunski kulinariki za tisoč gostov je spodbudila modernizacijo kuhinjskega in hotelskega vodenja ter ustvarila varno in urejeno delovno okolje za novo profesionalno osebje. Escoffierjevo pisanje – od poimenovanja novo uvedenih jedi do sistematizacije kariernih stopenj – je pospešilo profesionalizacijo sektorja hrane in pijače. Pokazalo je, da priprava hrane ni nujno vezana na hrupno, kaotično in neurejeno okolje, temveč je lahko umeščena v prostor sistematičnega prenosa znanja, jasnega prepoznavanja dosežkov in poklicnega zadovoljstva. Tako je Escoffier s svojo sistematizacijo prek pisanja soustvaril nov, strokovno zasnovan prostor. Razumevanje, kako ljudje sodelujejo pri ustvarjanju kulturnih artefaktov in okolij, je osrednje področje etnografskih študij. Študijski programi upravljanja turizma na visokošolskih ustanovah študente sistematično usposablja za etnografsko opazovanje in analizo ter jih učijo, kako takšno opazovanje uporabiti v praksi. Poročanje o rezultatih teh analiz prispeva k novim spoznanjem, ki izboljšujejo varnost in kakovost delovnih okolij v turizmu, hkrati pa pojasnjujejo, kako obiskovalci s svojimi ravnanji soustvarjajo vse bolj zadovoljliva in smiselno oblikovana doživetja.

Potopisec, ki obedi v restavraciji, se prijavlja v hotel ali čaka v vrsti za obisk znamenitosti, lahko prevzame tudi vlogo etnografa. Z razgovori, opazovanjem in vključevanjem se lahko približa razumevanju, kako turistično osebje in obiskovalci dojemajo svoje ravnanje z artefakti, med katere sodijo tudi oblikovane in poimenovane jedi. Potopisec kot etnograf razume kuhinjo in jedilni prostor kot

kulturna prostora, v katerih nastajajo artefakti in se uporabljajo na kulturno določen način. Terensko opazovanje ter dialog z uporabniki in ustvarjalci v teh okoljih prinašata pomembne podatke, ki jih lahko pozneje analizira in vključi v potopisno pripoved kot potrditvene lekcije, s katerimi izpostavi uspešne trenutke ustvarjanja vrednosti v turističnem prostoru. Tako potopisec vstopa na razmeroma novo raziskovalno področje – etnografijo, hkrati pa ostaja v dialogu s starejšim in bolj uveljavljenim področjem ustvarjanja, pisanja in branja zgodovine.

Pedagogi so preučevali, katere spretnosti in znanja potrebujejo pisci za uspešno delo v posameznih strokovnih disciplinah, zlasti v zgodovinopisju (Beaufort, 2004), ki je v marsičem sorodno literarnemu potopisnemu pripovedništvu. V okviru zgodovinskega založništva raziskovalci, bralci in drugi uporabniki objavljenih del delujejo znotraj tistega, kar Beaufort opredeljuje kot diskurzivno skupnost (Beaufort 2004, *passim*). Pri tem si prizadeva oblikovati model izobraževanja piscev za delo v diskurzivnih skupnostih, ki mora po njegovem mnenju temeljiti na »petih domenah znanja: poznavanju diskurzivne skupnosti, poznavanju vsebine, retoričnem znanju, poznavanju žanra in znanju o procesu pisanja« (Beaufort 2004, 137).

V Združenem kraljestvu delujeta dve veliki organizaciji, ki predstavljata osrednje stičišče diskurzivne skupnosti na področju zgodovinopisja: Royal Historical Society na University College London in Historical Association s sedežem v jugovzhodnem Londonu, ki izdaja javnosti dostopnejšo revijo *The Historian*. Ob opazovanju ponudbe v večjih britanskih ali francoskih knjigarnah hitro postane jasno, da ima zgodovinopisje v vlogi ustvarjanja neleposlovne pripovedne literature široko in zvesto bralstvo ter pomembno mesto med tistimi, ki svoj prosti čas namenjajo resnemu branju.

Sven Lindqvist (Lindqvist 2018) je s popotniškim raziskovanjem in literarnim potopisnim pripovedništvom oblikoval lastno zgodovino kolonizacije Afrike s strani evropskih imperialnih sil. Založniki njegovo delo uvrščajo tako med zgodovinopisje kot med etnografijo, a hkrati ostaja izrazit primer literarnega potopisnega pripovedništva. Lindqvist na pot ne vzame le raziskovalnih zapiskov, temveč tudi roman Josepha Conrada *Srce teme* (*Heart of Darkness*) (1899), iz katerega izhaja naslov *Iztrebi vse žveri* (*Exterminate all the Brutes*). Iz pripovedi je mogoče slediti njegovi poti, na primer sedemurni vožnji z avtobusom od El Goléa do oaznega mesta In Salah v osrednji Alžiriji. V značilnem literarno-potopisnem slogu prepleta gibanje, lastna

čustva in razmisleke o pomembnih zgodovinskih dogodkih, ki so se zgodili na njegovih postajališčih ali platojih, na primer o ropu Alexandra Gordona Lainga tik pred vstopom v In Salah. V mestih si vzame čas za opis stavbne dediščine, na primer sudanskega sloga z belimi stebri, ki poživijo rdečkasto rjavo glino, nato pa bralcem ponudi svojo interpretacijo te dediščine.

V Združenem kraljestvu med največje zaposlovalce na področju interpretacije dediščine sodita National Trust, ki zaposluje približno 14.000 ljudi in vključuje še okoli 50.000 prostovoljcev, ter English Heritage z okoli 2.700 zaposlenimi. Obe organizaciji tvorita osrednje jedro skupnosti, ki razume, zakaj družba ohranja, obravnava in ceni stavbno dediščino. Poleg zaposlenih v sektorju dediščine diskurzivna skupnost vključuje tudi raziskovalce in akademike, specializirane za zgodovino urbanih prostorov, arhitekturo, umetnost in krajine. Proces interpretacije dediščine je v enainvajsetem stoletju tako razvit, da velik del prebivalstva dediščinske objekte obiskuje kot pritočasno dejavnost ter bere potopisna in dediščinska besedila, povezana s temi kraji. National Trust je na primer do začetka pandemije covid-19 redno poročal o približno petih milijonih obiskovalcev letno.

Literarni potopisci, ki ustvarjajo besedila za to diskurzivno skupnost, potrebujejo strokovno znanje, da lahko svoje ugotovitve ustrezno posredujejo akademskemu občinstvu, hkrati pa tudi pisne spretnosti, s katerimi dosežejo široko, a zainteresirano javnost. Zgodnji primer takšnega javno dostopnega, a strokovno utemeljenega pisanja, je pionirsko delo raziskovalca regionalnih študij W. G. Hoskinsa (1908–1992). V svoji knjigi *Devon* (Hoskins 2003), ki je od prve izdaje leta 1955 doživela več ponatisov, je odkrival pripovedi, vtane v pokrajino angleških grofij. Predavatelj nemške književnosti W. G. Sebald (1944–2001) se je literarnemu potopisnemu pripovedništvu posvetil s svojo drugo knjigo *Vertigo* (1990), ki so ji sledile še tri potopisne knjige v sredini in poznih devetdesetih letih, najprej izdane v nemščini, nato še v angleškem prevodu. Čeprav je njegova knjiga *Kraj na podeželju* (*A Place in the Country*), prvotno izdana leta 1998 (v angleščini 2013), slogovno bližje literarnemu esejju, ostaja osredotočena na kraje, ki so jih oblikovali pisatelji ali jih prežema močna literarna dediščina, ter nagovarja širše bralstvo kot klasičen akademski članek. V knjigi *Saturnovi prstani* (*The Rings of Saturn*) Sebald uporabi prvoosebne pripovedovalca in zavestno strukturira besedilo kot potopisni zapis pohoda po vzhodni Angliji. Zaradi takšnih del založniki vse bolj prepoznavajo žanr literarnega

potopisnega pripovedništva kot obliko, ki bralce privablja tako z opisovanjem turističnih destinacij kot z avtorjevim slogom, v katerem uživajo.

Pri spodbujanju literarnih potopiscev k razmišljanju o lastni identiteti med razvijanjem svojega znanja se raziskovalno in pedagoško zanimanje vse bolj obrača k dnevniku oziroma k obliki pisanja dnevnika, ki temelji na vsakodnevem beleženju. Za to obstaja diskurzivna skupnost, ki se trenutno osredotoča predvsem na francosko tradicijo vodenja dnevnika, med drugim v okviru Združenja za avtobiografijo in avtobiografsko dediščino – APA, vendar je praksa beleženja vsakdanjih misli v zadnjem času pritegnila tudi širšo akademsko pozornost. Sam Ferguson (2018) v nedavni študiji predstavi vodenje dnevnika ter kritične odzive na to obliko pisanja, kar literarnim potopiscem pokaže, kako lahko pri dnevniškem beleženju za naročeni projekt premislijo tudi o svojem občinstvu. Samorefleksija in skrb za dokumentiranje vsakdanjega življenja skozi pisanje sta prepoznavni značilnosti modernistične literature – od Conrada (*Srce teme*, 1902 (*Heart of Darkness*)), Virginie Woolf (*Gospa Dalloway*, 1925 (*Mrs Dalloway*)), Itala Sveva (*Zenonove izpovedi*, 1923 (*Zeno's Conscience*)), Katherine Mansfield (*Preludij*, 1918 (*Prelude*)) in Hope Mirrlees (*Pariz: pesem*, 1920 (*Paris: A Poem*)) do Andréja Gidea (*Ponarejevalci*, 1925 (*The Counterfeiters*)) s spremljajočim delom *Dnevnik ponarejevalcev*, 1927 (*Journal of the Counterfeiters*). Fergusonova obravnava obsežnega dela Philippa Lejeuna o dnevniku odpira vprašanja o resničnosti, literarnosti in zaznanega občinstva zasebnega dnevničarja. Ti premisleki pomagajo osvetliti in poglobiti razumevanje posameznih faz pisanja dnevnika pri potopisnem avtorju.

Ko se dnevi postopoma oblikujejo v zapiske, nastale med potovanjem, potopisec ta proces neizogibno usmerja – tudi kadar je v besedilu navidezno zakrit z rabo trpnega načina. Slog, ton in osebna drža zahtevajo zavestne odločitve. Naivnost preprostega beleženja resničnosti dneva izgine že ob odločitvah, kaj izbrati, kaj opisati in kako to predstaviti. Gide v romanu *Paludes* (1895) bralcu odkrito pokaže, da pri pripravi besedila za objavo ne vodi le dnevnika, temveč si predvsem prizadeva za slogovno natančnost. Do te mere, da bralca povabi k izpisovanju citatov in mu v ta namen nameni prazen prostor, za katerega je založnika posebej prosil, naj ga pusti na koncu knjige. Modernistični avtorji, kot je Gide, ponujajo sodobnim potopiscem ter ustvarjalcem znamčenja krajev dragocena izhodišča za eksperimentiranje. Popolno zavedanje procesov zbiranja in oblikovanja besedila ter razumevanje njegovega



posredovanja in bralstva sta osrednji vprašanji, na kateri ti eksperimentalni romanopisci izrecno opozarjajo.

### **Skupnost potopiscev in njihov trg**

Diskurzivna skupnost piscev in ustvarjalcev v turistični industriji ima priložnost za redna srečanja s kolegi in naročniki vsaj od leta 2009, ko je organizacija Travel Blogging Exchange (TBEX) prvič organizirala konferenco v Chicagu. TBEX si vsako leto prizadeva privabiti približno 500 ustvarjalcev potopisnih vsebin ter jim ponuja izobraževanja s področij pisanja, ustvarjanja blagovne znamke in monetizacije. Hkrati privablja tudi naročnike s področja turizma in upravljanja destinacij ter ustvarjalcem omogoča sponzorirana srečanja, trženjske predstavitve in tako imenovana seznanitvena potovanja za ustvarjalce (op. p.: FAM trips). TBEX vsako leto organizira konference v ZDA, Evropi in Aziji, po pandemiji pa je ponovno oživil svoj program.

TravelCon je ameriški organizator dogodkov, ki je vzpostavil podobno platformo za povezovanje bloggerjev in potencialnih naročnikov v ZDA. Obe organizaciji na svoje dogodke redno vabita govorce z obsežnimi portfelji potopisnega pripovedništva, med njimi Faith Adiele. Njena pisateljska praksa diskurzivni skupnosti ponuja vpogled, kako širok nabor medijev lahko potopisci vključijo v svojo ustvarjalnost in si na ta način zagotovijo dohodek – od podkastov, oglaševanja s plačilom na klik na lastnih blogih, video vsebin na YouTubeu, knjig popotniške literature do naročniškega pisanja za revije.

Seznanitvena potovanja (FAM trips) ne širijo diskurzivne skupnosti le zato, ker jih obiskujejo bloggerji in pisci, temveč tudi zato, ker jih organizirajo strokovnjaki za odnose z javnostmi v večjih organizacijah, ki sami ustvarjajo vsebine o turističnih krajih. Osebe za odnose z javnostmi tako postane pomemben del pisne krajine destinacije. Zgovoren primer je RTO 9, regionalna turistična organizacija v jugovzhodnem Ontariu, ki jo financira kanadsko Ministrstvo za dediščino, šport, turizem in kulturo. Njihova spletna mesta predstavljajo ključen del njihovega sodelovanja z mediji in bloggerji ter njihov vložek v grajenje prepoznavnosti regije. Regionalne organizacije za upravljanje destinacij prihajajo tudi iz neangleško govorečih držav, ki želijo privabiti angleško govoreče obiskovalce, zato si aktivno prizadevajo pritegniti pisce in ustvarjalce iz te jezikovne skupine. Eden od primerov,

ki je bil del raziskave za to knjigo, je francosko govoreča Valonija v južni Belgiji. Pisci, ki v svoje delo vnašajo inovacije, morajo nenehno brati novo literaturo in spremljati, kako drugi razvijajo svojo pisateljsko prakso (Weber, D., Wroge, D. in Yoder, J., 2007).

Literarni potopisci v svojih zgodbah obravnavajo mnogo več kot zgolj zahteve itinerarja, zato jim je v pomoč vključevanje v specializirane pisateljske skupnosti znotraj širšega ustvarjalnega prostora. Te strokovne skupnosti so pogosto organizirane v združenja ali cehe z lastnimi spletnimi mesti za člane, med njimi: *Circle of Wine Writers*, *Guild of Food Writers* in *Heritage Management Organisation* s sedežem v Chicagu. Pisci, ki pišejo o arhitekturi, imajo v angleško govorečem prostoru na voljo najmanj dve organizaciji za članstvo in izobraževanje. Critics' Circle v Londonu vključuje strokovnjake s področij književnosti, glasbe, gledališča, filma, plesa in vizualnih umetnosti, kar potopiscem ponuja uporaben pregled kulturnih izrazov, ki pritegnejo strokovno pisanje. Glasbeni kritiški odbor Severne Amerike (*Music Critics Association of North America*), ki deluje od leta 1956, organizira delavnice in konference na temo pisanja o glasbeni umetnosti, kar je lahko dragoceno pri povezovanju urbanih doživetij z glasbeno dediščino. Potopisci pogosto potrebujejo tudi poznavanje etnobotanike, pri čemer so jim v pomoč združenja za pisanje o vrtovih, na primer nedavno preimenovano združenje *GardenComm* v Kaliforniji. Nekatera od teh združenj svojim članom omogočajo dostop do podjetij in njihovih tiskovnih služb, kar piscu omogoča neposrednejše raziskovanje in preverjanje informacij, ki običajnemu obiskovalcu niso dostopne.

### Univerzitetno izobraževanje s področja literarnega potopisnega pripovedništva, ustvarjalnega pisanja in znamčenja krajev

Na področju izobraževanja turističnega menedžmenta je ena ključnih podiplomskih disciplin socialna antropologija, predvsem etnografija kot njen osrednji raziskovalni pristop. Tudi ta disciplina ima svojo diskurzivno skupnost, organizirano v interesne skupine in strokovna združenja, ki so praviloma akademsko, ne pa tržno usmerjena – za razliko od združenj, omenjenih zgoraj. V Združenem kraljestvu *Association of Social Anthropologists of the UK* (ASA) ponuja članstvo ter organizira odprte konference in tematske študijske dogodke, s katerimi ohranja strokovni dialog skozi vse leto. Leta 2022 je ASA, denimo, vodila serijo študijskih srečanj o dekolonizaciji univerz v

zahodnem svetu. *Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland* (RAI) prav tako združuje strokovnjake in akademike.

Potopisno pripovedništvo devetnajstega stoletja je nastajalo vzporedno z razvojem antropologije kot znanstvene discipline, ki se je prav v tem obdobju institucionalizirala na univerzah v Evropi in ZDA. Evropsko združenje socialnih antropologov – EASA (*The European Association of Social Anthropologists*) nadaljuje to tradicijo z objavljanjem raziskav v reviji *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*, medtem ko Evropsko antropološko združenje – EAA (*European Anthropological Association*) s sedežem na Madžarskem opravlja podobno vlogo pri spodbujanju raziskav na sorodnih področjih.

Ameriški antropolog Paul Rabinow je ponovno vzpostavil povezavo med neleposlovno pripovedno prozo in antropološkimi terenskimi poročili s knjigo *Razmišljanja o teranskem delu v Maroku, 1977* (*Reflections on Fieldwork in Morocco*). Vanjo je vključil literarne pripovedne elemente – lik, zgodbo, čustva, prvoosebnega pripovedovalca ter napetost in zaplet – da bi ponovno premislil in pripovedno preoblikoval svojo znanstveno študijo mest Sidi Lahcen in Sefrou v Srednjem Atlasu. Čeprav je njegov literariziran potopis zmotil del antropološke skupnosti, ki je v tistem času stremela k uveljavljanju discipline kot pozitivistične znanosti, je potopisce spomnil, da je njihovo delo obenem raziskovanje in ustvarjanje veljavnega znanja. Jedro Rabinowove knjige ostaja raziskovalno in presega zgolj beleženje poti: jasno je izpostavljeno razmerje do družbenopolitičnih posledic francoskega kolonializma, pripoved pa je oblikovana kot sinteza, kakršno zahteva znanstvena študija. Delo prinaša tudi pomembne kulturne zaključke o enem temeljnih antropoloških vprašanj: ali opazovana skupnost ohranja svojo družbeno strukturo ali pa pred našimi očmi nastaja nov družbeni red? Odkritje nove oblike »ponovne kolonizacije« je vprašanje, ki ga lahko sodobni literarni potopisci raziskujejo v svojem pisanju kot raziskovalnem procesu.

Tveganje, ki sta ga Rabinow in njegov založnik sprejela leta 1977, se je v naslednjih desetletjih izkazalo za upravičeno, kar potrjuje izdaja ob jubilejni trideseti obletnici njegovega dela. V hermenevitičnih raziskavah interpretacija dnevniških izkušenj pride do izraza šele kasneje; razumevanje ni prisotno v trenutku izkušnje. Kulturno dejanje tako najde svoj pomen šele v tem, kar sledi. To je veljalo za Rabinowovo potopisno pripovedništvo in za njegovo ustvarjanje prostora ter danes služi kot spodbuda

sodobnim potopiscem, naj se odpravijo na teren in beležijo svoje izkušnje tudi takrat, ko raziskovalno vprašanje še ni povsem izoblikovano.

## **Zaključek**

Uvod je razširil pogled na discipline in kulturne prakse, ki jih lahko potopisci vključujejo v svoje delo, ter hkrati pokazal, kje se nahajajo razpršene podporne skupnosti, ki jim pomagajo pri sodelovanju s specializiranimi področji in pri iskanju uveljavljenih nišnih trgov za njihove ustvarjalne projekte. Osvetlil je tudi, da se na področju znamčenja mest in upravljanja destinacij odpirajo številne nove priložnosti za pisanje, medtem ko se to razvijajoče se področje šele začenja postopno formalizirati. Znanstvena monografija to vznemirljivo področje dodatno odpira s predlogi metod za sodelovanje z večjimi organizacijami ter z razumevanjem, da lahko pisci z vztrajnim grajenjem zaupanja pridobijo tudi profesionalna naročila. Nazadnje predlaga, da lahko literarni potopisci med ustvarjanjem svojih portfeljev postopoma preoblikujejo svojo identiteto in krepijo samozavest. Ta inovativni procesni pristop je podrobno obravnavan v naslednjih poglavjih.



# 1. poglavje: Uvod v literarno potopisno pripovedništvo in oblikovanje kraja

To poglavje preučuje vrste pisanja, ki so se razvile v povezavi z mestom in potovanjem. Predstavlja tipologijo z definicijami različnih kategorij potopisnega pripovedništva, ki jih danes srečujemo v turistični panogi ter vplivajo na izbiro destinacije in tamkajšnjih doživetij. Razprava natančno obravnava slovnico in slog, da vzpostavi temeljitejšo opredelitev literarnega potopisnega pripovedništva. Namen takšne obravnave je utemeljiti žanr ter raziskovalno naravnani pristop k pisanju za turistično panogo, ki ga znanstvena monografija predstavlja kot inovacijo v profesionalni praksi. Definicije so podprte s primeri iz potopisnih in turističnih besedil ter iz del literarnih avtorjev, ki raziskovalcem in praktikom služijo kot modeli za njihov razvoj.

## Urbani prostor kot prizorišče dogajanja

Znanstvene objave o literarnem turizmu kažejo, da literarno pisanje pomembno vpliva na percepcije obiskovalcev in turistov ter na njihovo željo po obisku določenih krajev. V literarnem turizmu se razmerje med »besedilom v turizmu« pogosto obrne v smer »turizma v besedilu« (Potočnik Topler, 2016), zlasti v urbanih okoljih. Eden izmed avtorjev, ki je obsežno opisoval mesta in jih uporabljal kot »prizorišča dogajanja«, je Norman Mailer. Mesta, ki jih Mailer natančno opiše ali vsaj

omenja, vključujejo Washington, Chicago, Miami, New York, Los Angeles in San Francisco. Mailerjevo delo *Vojske noči*, 1968 (*The Armies of the Night*), ki ga je kritik *New York Timesa* Alfred Kazin opisal kot »dnevnik-esej-pamflet-pridigo« (Potočnik Topler 2016, 50), je umeščeno v Washington, kjer so med 21. in 23. oktobrom 1967 potekali protivojni protesti. Mailerjevi opisi so natančni, živi in izrazito slogovno značilni, zlasti zaradi zabrisovanja meje med fikcijo in novinarskim pisanjem. Slogovno je delo *Vojske noči* (*The Armies of the Night*), ki ga sestavljata prva knjiga: *Stopnice Pentagona* (*The Steps of the Pentagon*) s podnaslovom *Zgodovina kot roman* (*History as a Novel*), in druga knjiga: *Bitka za Pentagon* (*The Battle of the Pentagon*) s podnaslovom *Roman kot zgodovina* (*The Novel as History*), povezano z literarnim novinarstvom, novim novinarstvom in participatornim oz. vključujočim poročanjem. Mailer (1968, 284) pojasni, da je prva knjiga »osebna zgodovina, napisana kot roman, vendar po avtorjevem najboljšem spomenu strogo zvesta dejstvu, zato gre za dokument«, medtem ko je druga knjiga po obliki bližje novinarskemu poročilu ali reportaži. Tako kot novinarji je tudi Mailer uporabil različne pripovedne glasove in diskurze. Delo *Vojske noči* (*The Armies of the Night*) je zato šolski primer heteroglosije – uporabe različnih diskurzov v enem samem delu.

V delu *Miami in obleganje Chicaga*, 1969 (*Miami and the Siege of Chicago*) se Mailer pojavi kot poročevalec, ki dokumentira politično dogajanje v ZDA ob koncu šestdesetih let. Urbana okolja uporabi izjemno učinkovito, o Chicagu in drugih ameriških mestih pa piše s ponosom in z občutkom veličine:

»Miami je veliko ameriško mesto. New York je ena od svetovnih prestolnic, Los Angeles je konstelacija plastike, San Francisco je dama, Boston je postal urbanistična prenova, Philadelphia, Baltimore in Washington svetlikajo kot medli diamanti v smogu vzhodnega megalopolisa, New Orleans pa ni omembe vreden zunaj francoske četrti. Detroit je mesto ene same panoge, Pittsburgh je izgubil svoj zlati trikotnik. St. Louis je postal zlati lok korporacije, v Kansas Cityju pa se noči zgodaj končajo. Zaradi izčrpavanja nafte sta Houston in Dallas za tovrstno igro le šahovnica. Toda Chicago je veliko ameriško mesto. Morda je zadnje izmed velikih ameriških mest.« (Mailer 1969, 83)

Mailerjev pristop k pripovedovanju je odprl prostor za nove slogovne glasove, ki so jih spodbudili eksperimentalni postopki avtorjev, kot je Truman Capote v delu *Hladnokrvno* (*In Cold Blood*), kjer pripovedovalec ni ne jasno prvoosebni ne dosledno tretjeosebni. Poznejše pisanje o urbanem prostoru je bilo močno zaznamovano z navedenimi poskusi iz poznih šestdesetih let v ameriški angleščini. Mailerjev roman *Zakaj smo v Vietnamu* (*Why Are We in Vietnam*) povezuje ta narativna

eksperimentiranja s potopisnim pripovedništvom. Avtor v njem opisuje lovski izlet na Aljasko, na katerega se odpravi skupina iz Teksasa, pri čemer nabor prepoznavnih pripovednih postopkov ustvarja vtis, da Mailer piše iz resničnega kraja in je tam dejansko navzoč, medtem ko bralcem posreduje svoje sporočilo. Bralci v Evropi se ob branju prepričajo, da kraj, imenovan Amerika, resnično obstaja in da ga je mogoče obiskati. Takšna raba jezika je tako globoko zasidrana v zahodnem diskurzu, da bralci pogosto niti ne pomislijo podvomiti v obstoj krajev, ki jih Mailer oblikuje s svojimi pripovednimi postopki. Celo kritični bralec ne bo dvomil o obstoju, na primer, Los Angelesa, temveč se bo osredotočil na Mailerjev opis mesta ter ga razumel kot izraz avtorjeve identitete. Na osnovni ravni lahko zahodni uporabniki angleščine zaznajo sporočila v takšnih opisih kraja in v načinu, kako kraj predstavlja založnik, ter verjamejo, da so ti kraji resnični in dostopni.

### **Pisne prakse na področju turizma, potovanj, znamčenja in oblikovanja krajev**

Ko se je leta 1945 pojavil izraz *deltiologija*, izpeljan iz grške besede *deltion* (majhna pisalna tablica), so bile razglednice že uveljavljena pisna praksa obiskovalcev sejmov. Razglednice posredujejo identiteto popotnikov prek njihovih osebnih zapisov, namenjenih prijateljem in družinskim članom doma, hkrati pa s slikovno platjo predstavljajo blagovno znamko destinacije. Pripovedovanje o krajih prek pisanja ima sicer veliko daljšo zgodovino kot le devetnajsto stoletje, povezano z razmahom poštnih tehnologij in infrastrukture, vendar so ravno te novosti omogočile množično razširitev prakse med različne družbene sloje. V tej znanstveni monografiji je podrobno obravnavanih osem sodobnih pisateljskih praks, ki oblikujejo, pripovedno preoblikujejo in na novo osmišljajo podobe krajev, ki jih ljudje raziskujejo in delijo. Analiza teh potopisnih in krajevnih pisnih praks ter njihovega prepletanja z družbenoekonomskim razvojem omogoča boljše razumevanje oblikovanja identitet in nastajanja krajev. Poleg tega raziskava vabi k namernemu vključevanju v pisanje o krajih z vidika spodbujanja dobrega počutja ter k razmisleku o tem, kako lahko pisateljske prakse odpirajo nova raziskovalna polja in prispevajo k bolj kompleksnim, problemsko zasnovanim načinom spoznavanja v vse bolj pismeni družbi.

#### **i Promocijska turistična besedila**

Poleg razgledniških sporočil z enostavnimi mislimi, kot sta »Odlično se imam« ali »Škoda, da te ni tukaj«, predstavlja prvo veliko kategorijo potopisnega pripovedništva v turistični in gostinski panogi turistična brošura. Ta se je v digitalni



dobi preselila na splet v obliki zaslonskih vsebin, vmesnih oglasov in PDF brošur. Nosilci interesov v tej diskurzivni praksi so jasno prepoznavni tako piscem kot bralcem, ki so hkrati njeni uporabniki. Turistična agencija želi opisati in promovirati svoje izdelke, pisci besedil, ustvarjalci vsebin in kreativci pa uporabljajo kodiran jezik – pazljivo izbrane slovnične strukture, besedišče in pisne tehnike – da predstavijo ponudbo turističnega predstavnika ter njegove vrednote in ciljna sporočila. Profesionalna komunikacija je nujna, saj obiskovalci in porabniki z ustreznimi informacijami lažje izberejo doživetja, ki so zanje primerna in nagrajujoča, hkrati pa se do ponudnikov storitev in lokalne skupnosti vedejo premišljeno.

Pozitivne predstavitve destinacij se oblikujejo z različnimi jezikovnimi postopki in tehnikami, med drugim z Dannovimi (1996, 101–134) turističnimi kategorijami, ki jih povzema kot tri R (romantika, regresija, preporod (op. p. V angleščini gre za: Romanticism, Regression, Rebirth)), tri H (sreča, hedonizem, heliocentrizem (op. p. v angleščini gre za: Happiness, Hedonism, Helio-centrism)), tri F (zabava, domišljija, pravljice (op. p. v angleščini gre za: Fun, Fantasy, Fairy Tales)) in tri S (morje, spolnost, socializacija (op. p. v angleščini gre za: Sea, Sex, Socialization)). Dann (1996, 68) obravnava tudi štiri sociolingvistične modele za promocijska turistična besedila, razvrščene v naslednje kategorije: a) jezik avtentičnosti (poudarja turistovo izkušnjo kot pristno, resnično in čisto, v nasprotju z banalnostjo vsakdanjega življenja); b) jezik diferenciacije (izpostavlja kontrast med dopustom in običajnim življenjem); c) jezik rekreacije (poudarja rekreativni in hedonistični vidik turizma); d) jezik apropiacije (poskuša prevzeti držo nadzora in obvladovanja neznanega).

## ii Vodnik

Turistični vodnik se je kot žanr uveljavil že v dvajsetih letih 19. stoletja z nastankom serije popotniških vodnikov, danes znanih kot »Baedekerji«, poimenovanih po njihovem prvem založniku in podjetniku.

Strokovnjaki, ki pripravljajo vsebine vodnikov, se vse bolj zavedajo vloge komunikacije in diskurza v turizmu, zlasti pri predstavljanju mestnih destinacij. Turisti »aktivno iščejo simulirane, zabavne izkušnje, ki ustrezajo njihovim pričakovanjem« (Pabel & Pearce 2019, 85), kar pisci vodnikov skrbno upoštevajo. Opisi destinacij so slogovno zelo blizu promocijskim besedilom, zato so jasni, razumljivi in komunikativni. Njihova glavna funkcija je spodbujati, informirati in usmerjati – gre torej za opisne in usmerjevalne tipe besedil. Usmerjevalni so zato,

ker bralcu pogosto sporočajo, kaj naj naredi naslednje; pisec lahko uporabi tudi velelno obliko glagola, na primer: poskusite kavo v enem od uličnih lokalov na glavnem trgu.

V opisih destinacij prevladuje sedanjik, najpogostejše glagol sedanjika v osnovni obliki. Kratki in enostavni stavki se izmenjujejo s kompleksnimi, kar daje besedilu ritem in raznolikost. Takšno dinamiko podpirajo priredni in podredni stavki, zlasti oziralni stavki, pogojniki in dopustni stavki (Potočnik Topler, 2022). V spodnjem odlomku iz *Neolepšani vodnik po Trstu (Rough Guide to Trieste)* so usmerjevalni izrazi namenjeni neposredno bralcu in mu nakazujejo, kam naj se odpravi, da bi doživel tradicionalne turistične aktivnosti. Sedanjik ustvarja vtis trajnosti dogajanja, kot da bodo tamkajšnje ulice vedno ponujale iste dejavnosti, in sicer skoraj do te mere, da mora avtor implicitno opozoriti, da se podoba lokalnih barov vseeno spreminja:

»Najbolj prijetno območje za obisk je izključno pešcem namenjena Viale XX Settembre, znana kot Acquedotto («akvadukt»), kjer se domačini zvečer sprehajajo. Via C. Battisti, vzhodno od Sant'Antonia, je dobra izbira za trgovine s hrano. Za nočno druženje pa se lahko odpraviš na ulico Via Madonna del Mare pod gradom, kjer je veliko barov, katerih imena, lastniki in priljubljenost se iz leta v leto spreminjajo« (Dunford 2013, brez številke strani)

### iii      **Ocene uporabnikov na družbenih omrežjih (UGC)**

V širšem marketinškem smislu delimo takšne vsebine na neizrecno pridobljena poročila uporabnikov ter poročila, pridobljena na pobudo ponudnika. Ocene na TripAdvisorju in ocene lokalnih vodnikov na Google Zemljevidi predstavljajo pisno prakso, ki je zelo opazna v trenutku izbire počitniške destinacije, pa tudi med bivanjem v mestu, ko obiskovalci iščejo ali rezervirajo dodatne aktivnosti in znamenitosti.

### iv      **Travelogue, travelog oz. potopis**

V eni od študijskih skupin na Univerzi v Mariboru so študenti magistrskega študija dobili izbor nalog s področja potopisnih zapisov z namenom izboljšanja komunikacijskih veščin v angleščini ter vadbe tehnik turističnega diskurza. Pisanje potopisov je ključno za zagotavljanje visokokakovostnih storitev, jasno predstavljenih izdelkov in profesionalno znamčenih destinacij. Pri nalogi je bilo posebej izpostavljeno, da so v turističnih in gostinskih poklicih poleg ustreznih

jezikovnih spretnosti v maternem jeziku in tujih jezikih, zlasti angleščini, ključnega pomena tudi poznavanje kulturnih posebnosti kraja, med katere sodijo dediščina, literatura, zgodovina, jezikovne specifičnosti, terroir, kulinarika in podnebje. Vse te veščine so ključne za učinkovito komuniciranje s potrošniki na eni strani ter za predstavitev znamenitosti in oblikovanje prepoznavne podobe destinacije na drugi. Pri nalogi so študenti povezali svoje znanje in ustvarjalnost ter pripravili scenarije v dolžini od štiri do dvanajst minut, namenjene izvedbi literarnega sprehoda po izbranem kraju, destinaciji ali znamenitosti.

Ob obravnavi potopisov se odpre več teoretičnih in metodoloških vprašanj. Eno prvih je gotovo samo definiranje potopisa. Pregled literature razkriva raznolike definicije, deloma zato, ker obstaja veliko tipov potopisov, pogosto povezanih z različnimi razlogi za potovanje, bodisi osebnimi bodisi poslovnimi. Raziskave so prispevale k razumevanju motivacij, čustev in razmislekov, ki spremljajo popotnikove itinerarije (Lucchesi 1996). Spletna stran *Travel Writing World* opredeljuje potopis kot »resničen zapis posameznikovih popotniških izkušenj, običajno pripovedovan v pretekliku in prvi osebi« (travelwritingworld.com). Poimenovanje izhaja iz grških besed *monos* (sam) in *logos* (beseda, govor) (travelwritingworld.com). Podobno kot promocijska besedila imajo potopisi potencial, da bralce informirajo, prepričajo, opomnijo in zabavajo, hkrati pa ostajajo prostor za inovativnost in ustvarjalnost.

## **v      Novinarsko potopisno pripovedništvo in popotniško bloganje**

To vrsto pisanja pogosto razumemo kot avtorjevo oceno obiska mesta, letovišča ali znamenitosti. Nacionalni časopisi – tako tiskani kot spletni – imajo redne rubrike s področja *potovanj*, kjer ustvarjajo prostor za oglaševanje hotelov, letalskih prevoznikov in turističnih podjetij. Oglaševalski prihodki založnikom omogočajo, da povrnejo stroške novinarju, bodisi zaposlenemu v redni službi bodisi svobodnemu potopiscu. Dodatno podporo pri izvedbi potovanja in zagotavljanju nastanitve praviloma prispevajo upravljavci destinacij, hoteli ter letalske ali trajektne družbe. Čeprav ima novinarstvo dolgo tradicijo varovanja svojih virov in neodvisnosti od finančnih spodbud, bralci na splošno sprejemajo takšno strukturo financiranja potopisnih prispevkov. S prehodom na splet pa imajo potopisne recenzije daljšo življenjsko dobo kot v tiskanih izdajah, na primer v nedeljskih časopisih ali barvnih prilogah.

Z razmahom popotniškega bloganja po pojavu spleta 2.0, zlasti po vzniku cenovno dostopnih sistemov za upravljanje vsebin, kot je WordPress, lahko svobodni potopisci danes pridobijo lastne oglaševalske prihodke. Programi, kot je Google AdSense, omogočajo tehnično spretnejšim potopisnim novinarjem monetizacijo njihovih blogov. Reden tok digitalne popotniške vsebine, ki bralce pritegne in jih spodbuja k vračanju, privablja oglaševalske povezave na strani blogerja; vsak klik nanje prinese majhne donose na Google račun svobodnega potopisca. Ko govorimo o blogerjih in potopiscih, lahko dobri potopisci hkrati delujejo tudi kot blogerji, pogosto pa se zgodi, da so blogerji pisci z manj izkušnjami, manjšim občinstvom in nižjimi prihodki od pisanja. Jasne meje ni in ne obstajajo pravila, kdo je boljši pisec – ali so to potopisci, ki objavljajo v uveljavljenih časopisih in revijah, ali blogerji. Večji mediji praviloma ne zaposlujejo slabih piscev, medtem ko lahko blog začne skoraj vsakdo. Potopisci za uveljavljene medije so pogosto novinarji z opravljenimi novinarskimi tečaji ali univerzitetno izobrazbo.

#### **vi Neleposlovno literarno potopisno pripovedništvo in prakse oblikovanja kraja, vključno z avtoetnografijo**

Ta pristop k pisanju, ki je v tej znanstveni monografiji predstavljen celovito, predlaga razumevanje pisanja kot raziskovalne metode. Posebej je uporaben na urbanih območjih in na turističnih lokacijah kulturne dediščine, kjer služi kot način oblikovanja modela, ki je lahko uporaben pri prihodnjih projektih. Potovanje, hotelska nastanitev ter vstopnine za znamenitosti in muzeje, potrebni za terensko raziskovanje, so vse pogostejše priznani kot legitimna oblika podpore s strani raziskovalnih agencij, svetov in financerjev; avtor pa je dolžan takšno podporo navesti v vseh akademskih objavah.

V to kategorijo spadata tudi akademska etnografija, pripravljena in objavljena v znanstvenem okviru, ter potopisna literatura, ki jo raziskujejo in ustvarjajo profesionalni potopisci. Ti dve praksi se pogosto prepletata. Pisne metode – in celo metodologije terenskega dela in polstrukturiranih intervjujev – so skupna orodja vseh treh vrst piscev, ki sodijo v to skupino.

#### **vii Naključna potopisna literatura, pogosto leposlovna**

Kategorija naključne potopisne literature zajema potopise, ki nastanejo spontano – med potovanjem ali kmalu po njegovem zaključku. Takšna besedila so lahko objavljena na spletu, v dnevnikih, tedenskih ali mesečnih časopisih in revijah ali v

knjižni obliki, bodisi kot fikcija bodisi kot neleposlovni roman. Med avtorje tega žanra sodi slovenski pisatelj Branko Gradišnik (1951), ki je objavil več potopisov, med drugim *Strogo zaupno na Irskem*, *Strogo zaupno po Siciliji*, *Strogo zaupno o Sloveniji* in *Strogo zaupno na Portugalskem*. Gradišnik v svojih delih kot spreten opazovalec s humorjem opisuje običaje, zgodovino in druge posebnosti obiskovanih destinacij. Med svetovno znanimi avtorji tovrstnega žanra so Bill Bryson *Niti tukaj niti tam* (*Neither Here nor There*), Paul Theroux *Veliki železniški bazar: z vlakom skozi Azijo* (*The Great Railway Bazaar: By Train Through Asia*) in Tony Hawkes *Okrog Irske s hladilnikom* (*Round Ireland with a Fridge*).

Spodnji odlomek iz potopisa *Strogo zaupno na Irskem* jasno ponazarja značilnosti te kategorije:

»Irska je dežela neizrazitih in za naša ušesa zlahka zamenljivih krajev, zato se lahko popotnik, ki na primer potuje iz Ballymena prek Ballyclara in Banbridgea do Ballybaya in naprej do Bailieborougha blizu Ballyjamesduffa, mimogrede znajde v zakotni Ballynahinch ali Ballygawleyju. Prometna križišča so praviloma zasnovana kot otoki, s katerih vodi pet ali šest cest, pred vsakim takim otokom pa stoji kašipot s petimi ali šestimi neizgovorljivimi imeni. Med turisti krožijo legende o junakih, ki jim je uspelo prebrati vsa imena, medtem ko vam bodo domačini, v trenutku zaupljivosti sredi puba, zaupali številne grozljive zgodbe o voznikih, ki so poskušali prebrati kašipote in pri tem nehali paziti na druge udeležence v prometu, zato so povzročili usodno nesrečo. Duhovi tistih, ki so v takih trkih umrli, naj bi zdaj znova in znova obiskovali tisti usodni prometni otok ter ga obkrožali s fantomskimi kombiji, obsojeni na večno trpljenje ob branju istih irskih krajevnih imen na krožišču.« (Gradišnik, 2001, 49–50).

### viii Strateški dokumenti upravljavcev destinacij (DMO)

Družbena omrežja pomembno povečujejo vidnost destinacij, znamenitosti in lokalnih podjetij. Eden izmed razvidnih primerov, kako lahko nova destinacija vstopi na turistični zemljevid, je slovensko mesto Sevnica. Nedavni vzpon turizma v občini s približno pet tisoč prebivalci sega v leto 2016, ko se je to podeželsko mesto ob Savi znašlo v središču svetovnih medijev zaradi dejstva, da je od tam doma Melania Trump, žena Donalda Trumpa. Skupnost je sprva občutila pritisk nenadne pozornosti. Novinarji so se sprehajali po mestu, spraševali prebivalce in posegali v zasebnost nekaterih domačinov. Sčasoma pa je skupnost poskušala medijem stopiti naproti ter v poročanju velikih svetovnih medijskih hiš (Reuters, ABC, BBC, CNN, NBC, *Washington Post*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*) prepoznala priložnost za promocijo svoje turistične ponudbe. Zlasti turistični deležniki so prepoznali potrebo po uporabi tako tradicionalnih kot novih medijev, ki so se izkazali za ključne pri

predstaviti ponudbe, razvoju novih produktov in spodbujanju trajnostnega turizma v Sevnici. Prav novi mediji in nove tehnologije olajšajo pretok informacij ter s tem znamčenje destinacije, turistični marketing in spremljanje povratnih informacij uporabnikov. Z vključevanjem novih medijev postanejo dostopne različne promocijske tehnike, ki obiskovalce obveščajo o trajnostnih praksah ter ohranjanju naravne in kulturne dediščine destinacije. Naslednji korak je razvoj platform, ki turistom omogočajo neposreden stik z dediščino, tradicijo, ustvarjalnostjo, jezikom in umetnostjo.

Sevnica je od leta 2018 članica Zelene sheme slovenskega turizma, nacionalnega certifikacijskega programa, ki združuje napore za trajnostni razvoj turizma v Sloveniji. Glavni cilj sheme je uvajanje trajnostnih modelov med ponudnike turističnih storitev in med destinacije po državi.

Ti nacionalni in regionalni napor, ki jih vodijo ministrstva in druge državne institucije, ustvarjajo tip potopisne literature, ki odpira priložnosti za pisce in strokovnjake, hkrati pa deluje kot arhiv virov za prihodnje potopisce in novinarje, ki želijo preveriti dejstva ali poiskati specifične znamenitosti. Danes skoraj vse destinacije vzdržujejo takšne strateške dokumente in jih pogosto objavljajo na spletu, da so javno dostopni. Primer tovrstnih praks najdemo na Ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo Republike Slovenije, ki redno posodablja turistično dokumentacijo (Slovenia 2017). Manjše skupnosti lahko te dokumente uporabljajo kot vodilo pri razvoju lastnega turizma in pri iskanju sinergij z nacionalnimi pobudami.

### **Neleposlovno literarno potopisno pripovedništvo in prakse oblikovanja kraja**

Pri oblikovanju definicije neleposlovnega literarnega potopisnega pripovedništva lahko bralci takšno pisanje prepoznajo po štirih ključnih značilnostih. Prva je gibanje, ki je v besedilu vedno razvidno. Druga je raba preteklih časov, ki zaznamujejo zaključeno pripoved, tretja značilnost je prvoosebni pripovedovalec, ki daje besedilu etično dimenzijo neposrednega pričevanja, četrta značilnost pa je imanentnost zgodbe – bralec izve le to, kar je zapisano v pripovedi, kar deluje kot dokaz, da je pripovedovalec opisano resnično izkusil.

Med angleškim in slovenskim jezikom je razlika v izražanju preteklosti. V slovenščini se uporabljata preteklik in predpreteklik, v angleškem jeziku pa npr. zasledimo šest preteklih časov v narativnem pisanju:

- *Past Simple*: I walked, I was, We were, I went.
- *Past Continuous*: I was walking (v ameriški angleščini tudi *past progressive*).
- *Past Perfect*: I had walked.
- *Past Perfect Continuous*: I had been walking.
- *Oblikovanje navade v preteklosti*: z izrazoma *used to* ali *would*, kar deluje podobno kot francoski nedovršnik, npr. *I used to walk along this street when I was a student.* ali *I would walk through the park every day.* Pomembno: oblika *would* v tem primeru **ni** pogojniki.
- *Nostalglični Present Perfect*: npr. *I have lived here since I was a teenager.*
- *Past Emphatic*: npr. *I did walk down that same street.*

Raba preteklih časov v besedilo vtke pripovedovalčevo navzočnost, ustvari narativno strukturo in avtentično potrdi potovanje, ki je bilo opravljeno.

Odlomek iz Sebaldovega dela *Vertigo* (angl. prevod, Sebald 1999) ponazarja vse navedene značilnosti:

*»Celotno temno bleščeče jezero je tiho ležalo okoli mene [...] Prižgal sem svetilko na krmilu svojega čolna in se spet lotil veslanja, napol proti zahodni obali in napol proti hladnemu severnemu vetriču, ki vsako noč piha čez jezero.«*

(Sebald 1999, 92)

Vidni so glagoli v enostavnem pretekliku (bleščeče, *tiho ležalo*). V gibanju sta dve entiteti: pripovedovalec, ki vesla, in vetrič, ki prečka Gardsko jezero. Prvoosebni pripovedovalec uporablja osebni zaimек ter si z določilnikom *moj (my)* simbolno prisvaja izposojeni čoln, kar poveča občutek njegove neposredne prisotnosti in avtentičnosti prizora.

## Rast avtoetnografije

Ločevanje raziskovalčeve identitete na tisto, ki zbira podatke, in tisto, ki kasneje analizira lastni terenski dnevnik, je vgrajeno v metodologijo, danes znano kot avtoetnografija. Ta se vse pogosteje uporablja pri preučevanju destinacij in

prostočasnih praks (Coghlan & Filo 2013). Gale (2018), ki razvija pisanje kot raziskovanje, poudarja, da avtoetnografija pomeni, »da nikoli ne more obstajati pogled od nikoder« (Gale 2018, 87). Gale prostorsko razsežnost razmisleka še razširi in ponudi metaforo, izjemno uporabno za potopisce: »Postavljeni smo, imamo svoj pogled [...] zato gledamo svet skozi določena stekla.« (Gale 2018, 87). Stališče oziroma pozicija pripovedovalca in literarnega besedila je bila predmet raziskav tudi pri Althusserju (1971), ki je uvedel idejo, da literarno besedilo »pokliče« bralca – proces poimenuje interpelacija. Pripovedovalec je središče deiktčnih referenc. Ko zapiše »izpod mene je do hotelskega okna prihajal hrup prometa z obrežja«, se bralec znajde umeščen v isti prostor kot pripovedovalčeva prvoosebna figura. Deiktčni predlogi, kot sta *zgoraj* in *spodaj*, dodatno utrjujejo pozicijo pripovedovalca kot prve osebe in ne kot odmaknjene tretje. To izhodišče pripovedi, točka, iz katere govor izvira, označuje grški izraz *origo*. Ob tem dosedanja akademska literatura ne ponuja izraza za položaj naslovnika, tistega, ki je interpeliran; v klasični grščini bi bil to *σκοπός* (*skopós*), drža prejemnika nagovora. Pripoved (enunciacija) potuje od izhodišča k naslovniku; proces, ki ga v popotniški izkušnji posnema tudi turist.

Ta vrsta raziskovalno zasnovanega potopisnega pripovedništva pogosto vključuje kvalitativno metodo avtoetnografije. Avtoetnografija praviloma izhaja iz raziskovalčevega lastnega okolja, torej iz raziskovanja tem in področij, ki so z njim osebno povezani, zato je njena narava nujno subjektivna. Ellis in Bochner (2000) razpravljata o avtoetnografskem pisanju in posebej o evokativni avtoetnografiji, za katero menita, da zahteva izjemno razvite komunikacijske spretnosti. Anderson (2006, 375) uvede pojem analitične avtoetnografije, ki jo opredeli kot »etnografsko delo, pri katerem je raziskovalec (1) polnopravni član raziskovalne skupine ali okolja, (2) kot tak prepoznaven v objavljenih raziskovalnih besedilih in (3) zavezan analitični raziskovalni agendi, usmerjeni v izboljšanje teoretičnega razumevanja širših družbenih pojavov«. Anderson (2006, 378) nadalje poudari, da ima analitična avtoetnografija pet ključnih značilnosti: »(1) status raziskovalca kot popolnega člana, (2) analitično refleksivnost, (3) narativno vidnost raziskovalčevega jaza, (4) dialog z informanti onkraj samega sebe ter (5) zavezanost teoretični analizi.«

Metodologija avtoetnografije se vse pogosteje uporablja tudi na raziskovalnem področju turizma ter upravljanja v gostinstvu. Nedaven primer pri Leeju in Rucku (2022) metodologijo razvije še dlje – v narativno predstavitev ugotovitev in v sintezo kompozitnih likov iz industrije, s katerimi avtorja posredujeta rezultate raziskave:



»Prizor 2 [...] Ob 7.15 se mesto počasi prebuja iz dremeža. Izpušni plini brnečih avtomobilov zaplinjajo mestne ulice. Prodajalci dvigujejo in ropotajo z verigami svojih kovinskih vrat. Postaje hitrega prevoza se polnijo s človeško dejavnostjo in ustvarjajo val pešcev pred vrati kavarne. Kmalu zatem začnejo prihajati prve stranke [...]« (Lee & Ruck 2022, 9)

Na koncu vsakega prizora, vključenega v raziskovalni članek, se avtorja ponovno vrneta k osrednjim temam in jih podrobneje razvijata, na primer s teorijo habitualnih zmožnosti ter z razlago, kako te spodbujajo umetniško-estetske izkušnje (Lee & Ruck 2022).

### **Tkanina kot raziskovalna sinteza**

Kako lahko potopisno pripovedništvo strukturira naracijo tako, da ne posnema zgolj prostora, temveč tudi ustvari občutek gibanja od enega platoja kraja k drugemu? Modiano (1989) v romanu *Otroška garderoba* (*Vestiaire de l'enfance*) ponudi metodo, utemeljeno na literarnem jeziku. Avtor oziroma pripovedovalec bralca opozori, da razmišlja o literarni vrednosti romana (Modiano 1989, 10) v primerjavi z radijsko nadaljevanjo, pri čemer uporabi podobo *tissu* v francoščini; ustrezen prevod v angleščino bi bil stkana tkanina oziroma keper, čeprav angleški prevod romana v času pisanja še ne obstaja. V keprasti strukturi tkanja se niti neprekinjeno prepletajo, pri opazovanju od blizu pa se kažejo kot posamezne točke, denimo pri vzorcu pasjega zoba (op. p. dogtooth). Z razdalje se iz teh točk izriše vzorec, imenovan rebro. Vsak zob vzorca se ujema z zobom v naslednji vrsti. V tkanini te točke razkrivajo plasti oziroma »plovce«, kjer temnejša nit prehaja nad svetlejšo. V romanu Modiano v naslednjih dveh prizorih oziroma narativnih platojih, gledano s perspektive potopisnega pripovedništva, ustvari prav takšno tkanino v svoji pripovedi. Najprej v radijski postaji opazujemo lik, ki pije lokalno mineralno vodo, za katero pripovedovalec pojasni, da ima nenavaden okus (Modiano 1989, 11). Prizor se nato preseli v novo okolje, v Rosal Café, kjer avtor znova uporabi motiv lokalne mineralne vode. Gre za ujemanje s prakso prvega lika, ki bralcu sporoča, da drugi lik že prestopa mejo med turistom in izseljencem. Takšne plavajoče niti, torej rimani poudarki vsakdanjih praks, lahko v potopisnem pripovedništvu ustvarjajo literarnost, saj vzpostavljajo bližino med na videz nepovezanimi prizori. Ta bližina poudarja gibanje oziroma potovanje.

Tkanina kot povezovalni princip je uporabna tudi kot raziskovalni pristop v potopisnem pripovedništvu, ki prehaja od avtoetnografije k etičnemu povezovanju z lokalnimi prebivalci. V nadaljevanju je analiziran primer tkanine iz Sebaldovega

potopisnega romana *Vertigo* (2002), da bi videli, kako potopisec vzpostavlja stik z domačini. To lahko kasneje služi kot osnova za etično raziskovanje, kot pojasnjuje naslednji razdelek. Pred tem pa velja razmisliti o poteh, ki jih ubirajo potopisci, in o postajališčih, ki jih njihovo pisanje ustvarja; ta so poimenovana platoji. Plato je lahko na primer kavarna, kjer avtor raziskovalec zbira podatke v obliki zapiskov, ali celo prostor, kjer te zapiske že preoblikuje v besedilo, podobno končni objavljeni verziji. Sebaldovi prizori v *Vertigu* (2002) ponazarjajo to vrsto platojev. Pripovedovalec Max Sebald biva v hotelu Sole v kraju Limone sul Garda, severno od Verone v Italiji. Glede na datacije v besedilu gre približno za 1. ali 2. avgust 1987 (Sebald 2002, 91–95), kar potrjuje tudi datum v potnem listu (Sebald 2002, 114).

Sebaldovo strukturiranje platojev ponuja uporaben model za raziskovanje kontigvitete. Ko jo enkrat razumemo v teh okvirih, se odpre možnost, da se v literarno potopisno pripovedništvo vpelje raziskovalno preverjanje, zlasti pri avtorjih, ki jih zanima etična razsežnost njihovega dela. V času Sebaldovega bivanja v hotelu Sole in njegovega poznejšega odhoda se zaporedno razgrnejo trije prizori, oziroma, kot jih poimenuje to delo, pisalni platoji. Prvi prizor je pravi pisni plato, saj Sebald izrecno pove, da piše potopisno literaturo, ki jo bralci pravkar berejo: »Sédel sem za mizo ob odprtih terasnih vratih, z listi in zapiski, razgrnjenimi okoli sebe« (Sebald 2002, 94). Opazimo lahko, da je negiben in da ima na voljo ravno površino, plato, na katerem lahko piše. Na teh dveh straneh opiše pogovor med seboj in Luciano Michelotti, lastnico hotela, ki je prav tako pri delu, saj streže prigrizke in pijačo. Luciana ga vpraša, ali bo mesto Limone vključeno v Sebaldovo zgodbo (Sebald 2002, 95).

Drugi prizor, v katerem se Max in Luciana poslavljata, se odvija ob avtobusni postaji za Desenzano. Max je znova našel plato, kjer »naroči espresso in se kmalu [...] poglobi v ponovno oblikovanje svojih zapiskov« (Sebald 2002, 103). Z vključitvijo Luciane v ta prizor ta znova postane lik, prek katerega Max izraža čustveno navezanost. To razraščanje lika čez dva ali tri platoje odraža omenjeno teorijo kontigvitete.

Tretji plato se vzpostavi precej pozneje, na vlaku proti Milanu. Ta prizor predstavlja linijo umika s kraja. Težko je razbrati, ali Max v tem trenutku še vedno razmišlja o Luciani v čustvenem smislu, čeprav opazuje druge sopotnike. Zapiše, da je »spet viden očesu svojega duha« (Sebald 2002, 103), vendar ni jasno, kdaj natančno v tem prizoru dela zapiske za ta popotniški plato. Takšno zaporedje prizorov ponuja

avtorjem raziskovalcem možnost, da se v raziskovalnem projektu pisanja vrnejo k svojim sogovornikom in jim odprejo prostor za izražanje odnosa do kraja. Raziskovalec – pisec, ki želi posnemati Sebaldovo tehniko, bi lahko ohranil stik z osebo, ki jo v zgodbi predstavlja Luciana, in ji pisal z vprašanjem, ali je bilo v opisu platojev, kjer nastopa, kaj izpuščenega. Tak pristop poskuša globlje razumeti, kaj prakse drugih pomenijo njim samim v teh krajih. Da bi sploh spodbudil odziv, bi bilo morda treba vprašanja zastaviti bolj neposredno, na primer: zakaj to počneš? Zakaj si to naredila? Prejete odgovore bi bilo nato mogoče vključiti v prizor umika kot nadaljnje razraščanje materiala, ki vodi proti nastajajočemu literarnemu besedilu.

Tudi brez naknadne korespondence z raziskovalnim sogovornikom po terenskem delu tkanina ponuja metodo za poglobljeno obravnavo izbrane teme. Raziskovalec – pisec se lahko k raziskovalni temi vrača tako, da v pripoved o prizorih s potovanja premišljeno dodaja poudarke, podobno kot plavajoče niti v keprastem vzorcu. Pri vsaki takšni točki ali plavajoči niti potopisec znova obrne raziskovalno vprašanje ali ponudi novo razumevanje teme. Z določene razdalje te plavajoče niti tvorijo rebro, bralčeva izkušnja pa se izriše kot vzorec, v katerem avtor temo obravnava skozi niz manjših, delnih raziskav. V nadaljevanju je predstavljen primer iz belgijskega bloga o znamčenju krajev. Tema, ki jo avtor raziskuje in znova izpostavlja, je bližnjica, ki jo izberejo potniki, ko potujejo zaradi službe in ne zaradi užitka ali turizma:

### **Lille–Liège – Stezice želja, 14. 12. 20, Spletni dnevnik znamčenja Valonije**

Max Sebald je nekoč zapisal, da sta uri v Lillu in Liègu v 19. stoletju kazali isti čas, vendar sta se razlikovali od časa v drugih belgijskih mestih. Šele železniška povezava med francosko in flamsko govorečimi mesti je prinesla časovno uskladitev. V devetdesetih letih sem bil gostujoči predavatelj na Univerzi Lille 3. Ko sem potoval tja poučevat, sem se z vlakom odpravil z newcastelske postaje, nato pa v Londonu prestopil na staro linijo Eurostar, ki je odhajala z londonske postaje Waterloo. Ker je Eurostar z rednimi dnevnimi vožnjami začel šele maja 1995, je bilo še vedno razburljivo na odhodnih tablah daleč na severovzhodu Anglije zagledati izpisano ime Lille. Kratek čas v devetdesetih letih je prihodnji vlak iz Newcastla obstal na obsežnem območju železniških tirov v Londonu; strojevodja je izstopil, se počasi sprehodil po vsej dolžini vlaka, nato pa se vrnil in nadaljeval vožnjo v nasprotni smeri, da je vlak v zadnjih nekaj kilometrih pripeljal na postajo Waterloo International.

Vsako moje bivanje v Lillu med pedagoškimi obveznostmi je bilo izjemno intenzivno, zato je bilo raziskovanje mesta precej omejeno. Postopoma sem spoznal avenijo Allée de Liège, ob kateri se na jugovzhodni strani razteza stekleni nakupovalni kompleks Euralille. Če sem z Eurostarjem prispel pozno popoldne, je nakupovalno središče ponujalo hitrejšo pešpot kot avenija, obenem pa še dodatno prednost majhnega bara s kavo tik pred izhodom. Ob poznejših obiskih sem začel bivati v hotelu Lille Europe, ki je del tega velikanskega steklenega kompleksa. Potovanje zaradi dela vedno ustvarjajo ekonomije gibanja.

Med zajtrkom so okna v višini prostora v prvem nadstropju ponujala panoramski pogled na mesto. Zatemnjeno steklo je nad vozači, ki so hiteli v službo, spuščalo modrikasto siv zastor. Na severozahodu, čez dvojno široko cesto, sem opazoval nastajanje parka Henri Matisse; tam se je še odvijal tihi spopad med novimi tlakovci in uhojenimi bližnjicami, ki so jih v naglici v službo izrisali delavci. Takrat še nisem vedel, da Valonija leži naravnost vzhodno od avenije Allée de Liège in da se ena takšnih uhojenih poti začne le dvesto metrov od kraja, kjer sem začel jutra ob zajtrku.

### Ricœurjev mitos in plastenje kulture

William Dowling na novo osmisli razumevanje, kako literarna dela prispevajo h kulturi nekega kraja, pri čemer izhaja iz Ricœurjeve teorije narativa (Dowling 2011). Ricœurjev koncept mitosa povzame tako:

»Tisto, kar se nato razkrije, je alternativno pojmovanje mitosa kot tega, kar Ricœur imenuje lok delovanja: kompleksen gib, ki izvira iz kulture, razumljene kot simbolni red, nato preide v fiksno ali zamrznjeno obliko v delu, kakršna sta Iliada ali Middlemarch, nato pa se znova vrne v kulturno sfero v zavesti poslušalcev ali bralcev, katerih način bivanja v svetu je bil s tem branjem spremenjen« (Dowling 2011, 2–3).

Dowling uvede novo metaforo – metaforo arheoloških plasti, ki se skozi čas nalagajo druga na drugo. Ta ideja loka delovanja omogoča globlji vpogled v literarne destinacije, ki jih besedila ubesedijo skozi več obdobij. Literarni avtor je lahko tisti, ki prvi zapiše resničen dogodek na točno določeni lokaciji in ga uporabi kot dramatični element, ali pa izkoristi poznavanje lokalnega podnebja, da fikcijskemu prizoru doda občutek resničnosti. Tako se na primer spreminjajoči vetrovi nad Gardskim jezerom pojavljajo tako pri Goetheju kot pri Stendhalu; pozneje Kafka in Sebald te literarne plasti dobesečno »izkopljeta« ter vetrove in njihove učinke

vklučita v svoje potopisne pripovedi. Ključno pri Ricœurju, kot ga interpretira Dowling (2011), je spoznanje, da se bralčevo bivanje v svetu zaradi teh narativnih nanosov spremeni. Tak bralec lahko nato postane obiskovalec, potopisec ali raziskovalec in sam prispeva novo plast v »arheologijo« simbolnega reda nekega kraja. Tako literarni potopisci kot deležniki prostora, obteženega z bogatimi literarnimi nanosi, se zato znajdejo pred podobnim vprašanjem: ali bodo obiskovalci sploh poznali avtorja, ki je k temu simbolnemu redu prispeval? Sebald bralcu namerno nekoliko oteži pot iskanja literarne reference ob Gardskem jezeru, saj za Stendhala uporabi njegovo pravo ime, ne psevdonim. S tem ohrani pridih skrivnostnosti, ki literarnim turistom na destinaciji ponuja nekaj, kar morajo sami razvozlati. Na nasprotnem koncu literarnega spektra je nekdanji dom Agathe Christie v Devonu, kjer lahko obiskovalci v knjižnici prelistajo ali kupijo celoten nabor njenih detektivskih romanov.

### Prepustiti glas drugim v literarnem potopisnem pripovedništvu

Rabinowova (2007) potopisna knjiga, nastala iz njegovega antropološkega terenskega dela v Maroku konec šestdesetih let, je bila v uvodnem poglavju omenjena kot primer družboslovca, ki je znova prestopil mejo med znanstvenim pisanjem in literarno potopisno pripovedjo. Rabinow sintetizira rezultate analitičnega dela v prvoosebni narativ, s čimer uvede inovativni pristop, ki nagovori bistveno širše občinstvo od njegove običajne strokovne skupnosti. Zanimivo je opazovati, kako ravna z intervjuji, še posebej zato, ker je to njegova glavna metoda zbiranja podatkov, hkrati pa tudi metoda, ki jo lahko uporablja potopisec, če ima dovolj časa na določenem kraju. Potopisci so lahko na daljšem bivanju ali pa živijo v kraju, ki ga opisujejo, kar jim omogoča poglobljene pogovore, ki jih lahko pozneje dopolnijo ali razjasnijo po obdobju pisanja in razmisleka. Snemanje zvoka je bilo nekoč invazivno orodje za polstrukturirane intervjuje, danes pa razširjenost pametnih telefonov z diktafoni močno zmanjša zadržanost sogovornikov. Dovoliti drugim, da spregovorijo v potopisnem besedilu, je zavestna etična odločitev raziskovalca in pisca. Vključevanje ugotovitev iz intervjujev, kot pokaže Rabinow, poveča vrednost besedila za bralce, ki jih zanimajo poglobljeni vpogledi v določen kraj in njegove prebivalce. V spodnjem odlomku Rabinow opiše svoje ponavljajoče se pogovore z Richardom, lastnikom in barmanom v hotelu in baru Olive Grove na cesti v Sefrou:

»Drugi dan v Sefrou mi je [Richard] povedal zgodbo o svojem življenju. Izviral je iz premožne pariške družine. Leta 1950 je zapustil dom, da bi našel pustolovščino, in pristal v Maroku [...] Odsotnost običajne francoske zadržanosti in hladnosti je bila osupljiv znak, tako sem razmišljal,

bodisi preobrazbe francoske kulture, ko ta zapusti Francijo, bodisi globoke osamljenosti pri Richardu samem.«  
(Rabinow 2007, 13).

Prva pomembna opazka je odsotnost neposrednega govora, zapisanega v narekovajih. Skoraj celotno Rabinowovo besedilo, dolgo 160 strani, je brez neposrednega govora domačinov, s katerimi se pogovarja. Kratek citat zgoraj pokaže, da Rabinow zaradi jedrnatosti pogosto parafrazira obsežnejše odlomke intervjujev in tako predstavi analitično znanje, izpeljano iz njegove obdelave daljših pogovorov. Na to obdelavo tudi izrecno opozori z vmesnim komentarjem »sem razmišljal« (Rabinow 2007, 13). S tem ohranja etično jasnost pri poročanju Richardovih besed, hkrati pa nakaže dva tematska sklopa, ki ju bralci postopoma prepoznajo kot sintezo novega znanja iz terenskega dela. Prvič, razkrije razklanost francoskih priseljencev v Maroku v začetku petdesetih let v primerjavi z dvema drugima valoma priseljevanja ter tako pojasni Richardovo osamljenost. Drugič, opozori na možnost kulturnih sprememb, ko se kultura preseli v drugačno okolje.

Rabinow bralce opozori tudi na naključnost, s katero je sploh zajel posamezne intervjuje:

»Strukturne možnosti položaja so bile prav tako idealne za zbiranje informacij [Rabinow se je z Richardom pogosto pogovarjal sproščeno in dalj časa, ne da bi bil odnos hierarhičen]. Na začetku tega nisem tako konceptualiziral, zato te situacije nikoli nisem sistematično izkoristil.«  
(Rabinow 2007, 18).

Gre za dragoceno lekcijo, da morajo pisci – raziskovalci ostati odprti za nepredvidena srečanja, tudi kadar niso del prvotnega načrta. Hkrati jih to zavezuje, da najdejo načine za čimprejšnji zajem bistva pogovora, kolikor je mogoče blizu trenutku naključnega srečanja. V poznejšem delu, napisanem mnogo let po maroškem terenskem raziskovanju v sedemdesetih letih, Rabinow znova odpre vprašanje poročanja govorenega jezika, tokrat ob analizi Tukididove *Peloponeške vojne* (*Peloponnesian War*) (Rabinow 2008, 66–72). Tukidid namreč svojo pripoved strukturira okoli 27 govorov, ki jih umesti na prelomne točke političnega dogajanja. Piše jih skoraj kot dobesedne zapise, a hkrati opozori, da je bilo težko natančno rekonstruirati, kaj je bilo dejansko izrečeno. Kljub temu trdi, da uspe zajeti resničen občutek izrečenega. Rabinow ugotavlja, da današnje zgodovinopisje, novinarstvo in tudi njegova lastna disciplina takšnega pristopa skoraj ne uporabljajo več (Rabinow 2008). Potopisno novinarstvo sicer pogosto vključuje citate domačinov ali

predstavnikov podjetij, a daljših govorov ne povzema dobesedno. Zato se pri poročanju besed druge osebe pojavljata dve ključni vprašanji. Prvo je, kako dobro je sogovornik predstavljen. Drugo pa, ali je piščeva interpretacija njegovega prispevka pravična. Ob tem mora pisec presoditi tudi vrednost: ali bo vključeni govor domačina prispeval k sintezi raziskovalnih ugotovitev in k estetskemu učinku literarnega besedila?

## 2. poglavje: Afekt, doživetje in literarno besedilo

To poglavje podrobno obravnava pojem literarnega besedila ter ga podkrepi z relevantnimi akademskimi viri. Predstavljeni so ključni koncepti iz literarne teorije, ki tvorijo teoretično ozadje za potopisca. Vključene so tudi ideje iz estetike prostora, ki omogočajo bogatejše in kompleksnejše razumevanje literarnosti v potopisnem pripovedništvu. Poglavje se opira na model razumevanja emocij tako pri doživljanju turistov kot pri branju besedil za užitek, da bi lahko učinkoviteje razvili postopke afektivnega pisanja. Model emocij je podprt z odlomki iz t. i. počitniške potopisne literature.

### Kaj je literarno besedilo?

Potopisno pripovedništvo, obravnavano v tem poglavju, je subjektivno in literarno. Toda kaj pravzaprav pomeni izraz literarno, ko opisuje diskurz v turistični panogi? In kako se razlikuje od neliterarne pisave? Katere značilnosti dajejo besedilu tako imenovano literarnost? Kuijpers in Hakemulder (2018, 620) omenjata »edinstvene značilnosti literarnega sloga«. Dixon in sodelavci (1993) trdijo, da je literarnost v resnici učinek, ki nastane »med interakcijo bralca in prepoznavnimi značilnostmi besedila« (Kuijpers & Hakemulder 2018, 620), ter posebej izpostavita poetične elemente besedila (Kuijpers & Hakemulder 2018, 621). Pri branju literarnega



besedila se doživljanje bralca razlikuje od doživljanja pri branju neliterarnega besedila (tj. matematičnega, pravnega, filozofskega) (Kuijpers & Hakemulder 2018). Čustva, ki se sprožajo med branjem, so zelo pogosto med ključnimi označevalci literarnosti. Seveda razumevanje besedil vključuje tako čustvene kot kognitivne vidike (Kneepkens & Zwaan 1994), kar pomeni, da tudi pravno besedilo lahko sproži čustveni odziv pri bralcu.

Posebna vrsta potopisnega pripovedništva je tesno povezana s čustvi, z občutji in s celotnim razponom doživljanja – od upanja do razočaranja. Bralci segajo po besedilih iz različnih razlogov: da bi se učili, uživali, pobegnili od resničnosti ali se sprostili (Kneepkens & Zwaan 1994). Kneepkens in Zwaan (1994, 125) poudarjata, da so literarna besedila »med redkimi vrstami besedil, ki lahko v bralcu vzbudijo čustva«. Čeprav kognitivna obdelava poteka pred čustvenim doživljanjem, lahko čustva naknadno vplivajo na način kognitivne obdelave. Miall in Kuiken (1998) prav tako izpostavljata osrednjo vlogo občutij pri literarnem branju. Po njunem mnenju besedila, ki v bralcu vzbudijo občutke, lahko prispevajo k daljšemu času branja.

Miall (1988, 259) ugotavlja, da so »literarne zgodbe praviloma o ljudeh v družbenih situacijah«. Forgas (1981) izpostavlja pomen afekta pri oblikovanju zaznav družbenih položajev. Figurski (1987) ter Miall (1986, 1988) opozarjata na ključno vlogo jaza kot vira afektov in stališč pri zaznavanju oseb in pomnjenju. Miall (1988, 260) poudarja: »Če sta razumevanje jaza in zaznava družbenih dogodkov močno prežeta z afektom, je verjetno, da ima afekt pomembno vlogo tudi pri odzivu na narativ.« Pri branju in interpretaciji literarnih besedil so občutja osrednjega pomena (Miall & Kuiken 2002).

Nedvomno je namen zgodb vzbuditi različne afektivne odzive (Brewer & Lichtenstein 1982; Miall 1988). Miall (1988, 260) celo predlaga, da ima afekt »osrednjo vlogo pri razumevanju literarnih zgodb« in predstavlja ključen del bralčevega odziva. Zapiše (Miall 1988, 260–261): »Razumevanje vključuje povezovanje besedila z obstoječim znanjem o svetu, ki ga lahko opišemo kot kode, okvirje, sheme itd.; vendar obstaja tudi zaporedni, izkustveni vidik branja, ki razkriva dvoumnost, nedoločenost in napetosti med shemami. Te zahtevajo interpretativno dejavnost bralca, med katero se sheme premikajo, preoblikujejo ali nadomestijo.«

Kneepkens in Zwaan (1994) omenjata tudi vlogo jezika pri prebujanju čustev – izraz, ki ga uporabljata, je »zapeljivi detajli« (1994, 128). Nanaša se na »informacije, ki so čustvene, žive, dramatične, vznemirljive in osebno vpletene, na primer podatki iz osebnega življenja glavnega lika« (1994, 128). Nell (1988) dodaja, da lahko bralci posvečajo pozornost besedilu nezavedno, skoraj samodejno, ali pa zavestno in subjektivno. V akademskem kontekstu je branje praviloma hermenevtično: bralec si prizadeva besedilo razumeti, interpretirati ter oblikovati kritični odziv.

Miall in Kuiken (2002, 223) poudarjata, da se lahko »občutja pri literarnem odzivu razvrstijo približno v štiri področja: (1) Evalvacijska občutja do besedila, na primer splošno uživanje, prijetnost ali zadovoljstvo ob branju kratke zgodbe; (2) Narativna občutja, povezana s posameznimi elementi fikcijskega zaporedja dogodkov, kot sta empatija do lika ali ujemanje z vzdušjem; (3) Estetska občutja kot odziv na formalne (žanrske, pripovedne ali slogovne) sestavine besedila, denimo trenutke, ko bralca nagovori posebej domišljena metafora; (4) Samopreoblikovalna občutja, ki prestrukturirajo bralčevo razumevanje pripovedi in hkrati njegovo doživetje samega sebe.« Druga pomembna ugotovitev Kneepkensa in Zwaana (1994, 128) je, da »pozornost, namenjena zanimivim informacijam, zahteva manj kognitivnih virov kot pozornost, namenjena nezanimivim informacijam«.

Miall in Kuiken (2002) sta v svoji raziskavi izpostavila ključno spoznanje, da bralci na isto besedilo reagirajo izjemno individualno. Številne raziskave so doslej potrdile povezavo med branjem in empatijo (Johnson 2012; Johnson 2013; Kidd & Castano 2013) ter med branjem in refleksijo (Miall & Kuiken 2002; Sikora, Kuiken & Miall 2010; Koopman 2016). Koopman (2015) je raziskovala tudi vpliv žanra besedila, osebnostnih dejavnikov in afektivnih odzivov med branjem na dva tipa empatije: empatijsko razumevanje ter prosocialno vedenje (npr. pripravljenost na doniranje). Rezultati so pokazali, da imajo pomembno vlogo bralčeve osebnostne značilnosti.

Vsi zgornji argumenti podpirajo misel, da morata biti pisanje in branje obravnavana kot bistveni del turističnega diskurza, znamčenja destinacij in trženja ter s tem ključna elementa turistične izobrazbe. Vključevanje literarnega branja in ustvarjalnega pisanja v visokošolsko izobraževanje je pomembno iz več razlogov – tako na področju potovanja in turizma kot pri interpretaciji dediščine. Po mnenju Fialho in Kuzmicove (2019) ima literatura v izobraževanju in na delovnem mestu pomembno vlogo: v akademskem okolju širi kulturna, socialna in osebna obzorja študentov, v delovnem okolju pa krepi medosebne kompetence, socialno uspešnost

in moralno občutljivost. Branje lahko izboljša socialno-kognitivne sposobnosti (Mumper & Gerrig 2017) ter prispeva k razvoju empatije (Thexton, Prasad & Mills 2019). Poleg tega branje spodbuja dobro počutje, zdrav osebnostni razvoj in učinkovitejši prenos znanja (Darling-Hammond et al. 2020). Literarna besedila pogosto vključujejo odlomke, ki terjajo intelektualni napor, pozorno branje in določeno občutljivost za kompleksnost pomenov. Romani iz obdobja romantike so značilen primer te potrebe po poglobljenem branju, saj pogosto zahtevajo tudi ponovni premislek in ponovno branje, da bralec popolnoma dojame konceptualne poudarke ter niansirane pomenske plasti, kar lepo ponazarja spodnji primer iz dela Jane Austen.

### Heteroglosija in svobodni indirektni govor

Ena od značilnosti literarnosti je vključevanje različnih glasov ali diskurzov v besedilo, ne le pripovedovalca, ki opisuje dogodke, temveč tudi reprodukcijo govora drugih, čim bolj zvesto prepisanega ali posredovanega z uporabo odvisnega govora. Tretja oblika diskurza pa je t. i. svobodni indirektni govor (Russell 2010). Adam Russell predstavi in analizira primer SID (ang. free indirect discourse - FID, v slovenščini: svobodni indirektni govor - SID) iz romana Jane Austen *Prepričevanje* (*Persuasion*) (1818). Spodaj je podrobnejši odlomek:

»Ali ni ta pesem vredna, da ostanete,« je rekla Anne, nenadoma prevzeta z mislijo, ki jo je še bolj spodbudila k temu, da bi bila prijazna.

»Ne,« je odgovoril odločno. »Ničesar ni, zaradi česar bi ostal.« In takoj je odšel.

Ljubosumje na gospoda Elliota! To je bil edini smiseln motiv. Kapitan Wentworth je ljubosumen na njeno naklonjenost! Bi lahko verjela temu pred tednom dni – pred tremi urami! Za trenutek je bilo zadovoljstvo neizmerno. Toda žal so ji misli takoj zaplule drugam. Kako naj bi se takšno ljubosumje pomirilo? Kako naj bi resnica prišla do njega? Kako naj bi v vseh posebnih okoliščinah, ki so ju ovirale, kdaj izvedel za njena resnična čustva? Mučno je bilo pomisliti na pozornost gospoda Elliota. Škoda je bila neizmerna.« (Austen 1818, 190–191)

Zaključni odstavek – zlasti od besed »Toda žal« dalje – je primer svobodnega indirektnega govora (SID). Diskurz se oddalji od neposrednih misli Anne, vendar sprva ohranja njen način izražanja. Hkrati se SID odmika tudi od govora, ki bi ga nedvoumno lahko pripisali pripovedovalcu. Odlomek v SID je pogosto moralni glas ali doksa, ki izraža prevladujoče stališče družbe v času nastanka besedila.

Moralizirajoči vložki, kot na primer »Tako pa že ne gre«, sodijo v to kategorijo SID. Tudi naslednji primer iz romana *Mansfield Park* ponazarja to družbeno dokso:

»Vladali so hrup, nered in neprimernost. Nihče ni bil na pravem mestu, nič ni bilo storjeno tako, kot bi moralo biti. Staršev ni mogla spoštovati, čeprav si je to želela.« (Austen 1814, pogl. 3)

Pripovedovalčev glas se ponovno vzpostavi šele z uporabo tretjeosebnega zaimka: »Ni mogla spoštovati«. Prvi dve povedi sta torej »svobodni« – ne pripadata ne pripovedovalcu ne liku. Pri branju za užitek bralec tega hermenevitičnega postopka ne izvede zavestno. Celotna družbena ali moralna plast besedila je sprejeta kot celota, kar omogoča, da pisec zgradi moralni, čustveni ali ironični odnos do dogodkov ali prostorskih praks v zgodbi. V turističnem kontekstu bi lahko bil primer SID vložka: »Nihče se ne bi sončil ob hotelskem bazenu.«

Ko dopustniki prispejo v počitniško letovišče, sprva ne vedo, kaj je v tem družbenem prostoru dovoljeno. Pierre Bourdieu meje dovoljenega sociološko opredeli kot dokso:

»Vsak uveljavljen red teži k naturalizaciji svoje lastne arbitrarnosti [...] iz česar izhaja občutek meja, ki ga običajno imenujemo občutek za realnost [...] ta pa je temelj najtrdovratnejše navezanosti na obstoječi red. [...] To izkustvo bomo imenovali doksa.« (Bourdieu 1977, 164)

V literarnem besedilu je ravno svobodni indirektni govor (SID) tisti, ki govori z avtoriteto dokse. SID pove, *kaj je tukaj dovoljeno*, s čimer bralca socializira – oblikuje njegovo mišljenje in ustvarjeni literarni svet naredi omejen, a razumljiv in zato realističen. Tako kot se dopustnik ob prihodu v novo mesto znajde pred praznim družbenim platnom, je tudi bralec romana sprva svoboden, da si napisano razlaga na različne načine. A družbena mediacija postopoma omeji možne interpretacije, dokler bralec – turist ne sprejme uveljavljenega reda. V romanu to družbeno usmerjanje izvaja prav svobodni indirektni govor. Literarni potopisec se tega drži, da ohrani realističnost potopisnega besedila, saj bi bralci sicer prenehali verjeti opisanemu potovanju.

## Interpelacija ali vpetost v besedilo

Catherine Belsey (1980) razvije Althusserjevo idejo interpelacije (Althusser 1971) in predlaga, da je bralec med branjem poklican ali vpet v literarno besedilo. Na neposredni ravni lahko ta pojav opazujemo v Modianovem romanu, v angleškem prevodu Johna Cullena *Villa Triste* (2016). Roman je uporaben primer literarnega ustvarjanja kraja, saj navaja ulična imena in nostalgичno omenja prostore gostoljubja v počitniški destinaciji Annecy:

»tudi sosednji kavarna v obliki rotunde je izginila. Se je imenovala Café des Cadrans ali morda Café de l'Avenir?« (Modiano 2016, 3)

Pripovedovalec postavlja vprašanja, ki so sicer lahko retorična, vendar imajo potencial, da nagovorijo bralca. Kmalu zatem nadaljuje:

»Mimogrede greš mimo izložb – knjigarne Chez Clément Marot [...] na levi lahko vidiš rdeče in zelene neonske luči kina Cintra, ki svetijo na koncu ulice.« (Modiano 2016, 4)

Bralec je zdaj neposredno nagovorjen v drugi osebi, kot »ti«. Poleg tega ga deiktična fraza »na levi« prostorsko umesti v urbano okolje. Počitniško mesto Annecy je tako sooblikovano z bralcem prek dveh literarnih postopkov: deiksisa in interpelacije.

## Estetika urbanega prostora v turizmu

Estetika je ključna za »človeški občutek blagostanja«, panoge, kot sta turizem in dediščina, pa so neposredno usmerjene v »zadovoljevanje estetskih potreb« (Porteous 1996, 5). »Lépo« se zato kaže kot bistveni element turizma in turistične komunikacije, ki sta bila od nekdaj neločljivo povezana z estetiko, ta pa je po Prallu (1929, 45) temeljna značilnost človeške narave. Di in sodelavci (2010) poudarjajo, da so estetske vrednote v središču človekovega zaznavanja turistične destinacije. Estetska vrednost je hkrati eno pomembnejših meril pri presoji vlog naravnih območij za uvrstitev na Unescov seznam svetovne naravne dediščine (Di et al. 2010, 59). Že v prvi polovici osemdesetih let 20. stoletja so se Zube in sodelavci (1982) posvečali zaznavanju krajine, v zadnjih desetletjih, zlasti od osemdesetih let dalje, pa je rast turistične industrije spodbudila voditelje in odločevalce, da so krajino znova začeli obravnavati kot vir prihodkov (Porteous 1996, 10). Estetika, ki preučuje naravo lepote, predstavlja eno izmed petih klasičnih področij filozofskega

raziskovanja, ob epistemologiji, etiki, logiki in metafiziki (Sporre 2006, 7), obenem pa zavzema pomembno mesto tudi v turistični literaturi (Austin 2007; Knudsen in Greer 2001; Scarles 2007). Ustvarjanje dragocene izkušnje za turiste ter predstavitev grajene dediščine kot nečesa lepega sta med ključnimi cilji turističnega oglaševanja, zato ima estetska razsežnost turistične znamenitosti ali destinacije pomembno vlogo, čeprav je pojem estetike v filozofiji močno problematiziran (Todd 2012, 65). Knudsen in sodelavci (2015, 179) v tem kontekstu razlikujejo tri tokove estetike v turizmu: turizem skozi prizmo semiotike; foucaultovsko diskurzivno analizo kot okulocentrično dejavnost; ter antropološko izhodišče, ki turizem povezuje z ritualnim performansom.

Estetske značilnosti turistične znamenitosti ali destinacije vplivajo na doživljanje in zadovoljstvo turistov ter prispevajo k njihovi želji po ponovnem obisku krajev in znamenitosti v mestu. Alegre in Garau (2010) ugotavljata, da so estetske značilnosti destinacije že dolgo bistveni sestavni del številnih lestvic zaznave in zadovoljstva, ki se uporabljajo v turističnih raziskavah. Zahodna filozofija in sodobna sociologija še vedno odpirata vprašanje, ali je lepota lastnost artefakta ali pa izhaja iz posameznika, ki opazuje predmet oziroma mestno krajino. Če se osredinimo na turistično izkušnjo, ki je »ključni pojem v literaturi o trženju in upravljanju turizma« (Kirillova 2012, 282), ima turistična estetika svoje posebnosti, saj »turistična izkušnja vključuje popolno potopitev posameznika v okolje, ki se lahko bistveno razlikuje od njegovih vsakdanjih življenjskih okoliščin« (Volo 2009 v Kirillova 2016, 283). Ali turisti neko znamenitost doživljajo kot lepo, je lahko povezano tudi z njihovimi predhodnimi izkušnjami okolij (Maitland in Smith 2009).

Vendar je treba opozoriti, da je pri vrednotenju opazovane krajine »estetsko relevantno predvsem poznavanje tega, zakaj je takšna, kakršna je, kaj je in kakšna je, ne glede na to, ali je to znanje v strogem pomenu besede znanstveno« (Carlson 2002, 549). Carlson (2002, 549), ki govori o »estetski relevantnosti informacij«, poudarja, da so ključnega pomena podatki o zgodovini opazovanega objekta, njegovih funkcijah in vlogi v našem življenju; prav turistični vodniki in potopisci so tisti, ki te pomembne informacije posredujejo. Posledično je veliko odvisno od načina, kako pisci, recenzenti ali vodniki predstavljajo objekte in znamenitosti. Informacije, ki jih posreduje potopisec, imajo namreč osrednjo vlogo pri zaznavanju mestne krajine ali muzejskega artefakta. »Estetska relevantnost takšnih informacij je še posebej očitna pri okoljih, ki predstavljajo pomembne kraje v zgodovini in kulturi posameznih skupnosti« (Carlson 2002, 550). Bistveno je »čustveno in kognitivno bogato

vživljanje v kulturni artefakt, ki ga je zavestno ustvaril oblikovalski um, utemeljeno v umetnostnozgodovinskih tradicijah in praksah umetnostne kritike ter globoko vpeto v kompleksen, večplasten svet umetnosti«, pa tudi »čustveno in kognitivno bogato vživljanje v okolje, ki so ga oblikovale naravne in kulturne sile ter ga sooblikujeta znanstveno znanje in kulturna izročila« (Carlson 2002, 551). Po Ittelsonu (1978) estetika v turizmu vključuje veččutne izkušnje, ki lahko zajemajo številna razmerja, ne zgolj tistega med turistom in okoljem.

### **Izkušnje turistov in oblikovanje uporabniške izkušnje (UXD)**

Kulturne izkušnje so po Richardsu in sodelavcih (2020, 1) »eden najpomembnejših elementov turistične produkcije in potrošnje«. Turisti, ki načrtujejo obisk mesta ali določenega turističnega prostora, pogosto razmišljajo o tem, kakšno izkušnjo si tam želijo doživeti. To je vprašanje, h kateremu se upravljavci teh prostorov in snovalci doživetij za obiskovalce redno vračajo. Turistične izkušnje so lahko zasnovane kot samostojne poti, denimo z zemljevidi, brošurami ali mobilnimi aplikacijami, ali pa kot vodeni ogledi, pri katerih vodniki na kraju samem ponujajo razlage in interpretacije.

McIntyre (2009) na to vprašanje opozarja v kontekstu muzejev in galerij. Njegove raziskave kažejo, da ima obiskovalčeva izkušnja, ko jo opisuje ali reflektira, več razsežnosti: od tako imenovanega »kulturnega potapljanja« v neposredni bližini artefaktov do prostorov, ki »omogočajo oddih ali distancirano premišljevanje o predmetih in strnjeni izkušnji, na primer z branjem muzejske literature« (McIntyre 2009, 167). McIntyrejevi izsledki kažejo, da je treba te raznolike izkustvene prostore jasno označiti v muzejskih zloženkah in načrtih, da lahko obiskovalci na podlagi informacij izberejo izkušnjo, ki jim bo najbolj ustrezala. Raziskovalni potopisec lahko lastna čustva in doživljanje zabeleži na način, ki obiskovalcem služi kot tovrstna načrtovalna literatura, ter s tem prispeva k oblikovanju edinstvenih kulturnih izkušenj. Takšno besedilo ni zgolj usmerjevalec poti, temveč lahko pomeni tudi ponovno zasnovo izkušnje, saj v rabo prostora vnaša časovno razsežnost. McIntyre (2009) se v svojem delu dotika tudi stalnega izziva v turizmu: ali se turisti iz avtentičnih artefaktov in lokalnih praks učijo ali predvsem iščejo razvedrilo. To vprašanje spremlja kulturne artefakte in nesnovno kulturno dediščino skozi vso zgodovino turizma: od razmisleka, ali je bil predmet nekoč uplenjen ali prodan v korist lokalne obrti, do tega, ali ga danes ustvarjajo in predstavljajo nosilci kulture sami za sodobno potrošniško občinstvo. Prav zato imajo lokalni prebivalci,

prepoznani kot nosilci kulturne dediščine in kulture, ključno vlogo pri upravljanju kulturne dediščine, njenem ohranjanju, predstavljanju in promociji ter morajo biti dejavno vključeni v oblikovanje turističnih dejavnosti, ponudb in strategij.

Čustva so tesno povezana s turističnimi izkušnjami in imajo v izkustveni potrošnji ključno vlogo, vendar so razmeroma slabo raziskana (Richins 1997). Raziskave kažejo, da so čustva pomemben dejavnik pri izbiri in uporabi določenega izdelka, vplivajo pa tudi na zadovoljstvo ter odločanje o naslednjem izdelku ali destinaciji (Tung, Ritchie 2011). Nawijn in sodelavci (2013) so v drugi raziskavi preučevali čustva turistov med dopustom. Po njihovih ugotovitvah (Nawijn idr., 2013) je čustva težko meriti, saj so kompleksna in kratkotrajna, poleg tega pa posamezniki v enem samem dnevu doživijo več različnih čustvenih stanj. Razvitih je bilo več lestvic za merjenje čustev, vendar se je za potrebe razvoja turističnih izkušenj in produktov uveljavila zlasti Lestvica čustev destinacije (Destination Emotion Scale), ki sta jo leta 2010 razvila Hosany in Gilbert ter se osredotoča na dejavnike veselja, ljubezni in pozitivnega presenečenja (Ilić idr., 2021). Nawijn idr. (2013) opozarjajo tudi, da priključitev čustev po več dneh ali tednih (denimo po koncu počitnic) ne velja za zanesljivega, zato zagovarjajo stališče, da je treba čustva meriti čim bližje trenutku, ko se pojavijo. To je pomembna raziskovalna ugotovitev tudi za potopisce. Če je cilj potopisnega pripovedništva zajeti občutja, mora pisanje nastajati med potovanjem, ne pa naknadno, ob poskusih priklica čustev in spominov. Ker pa je izkušnja sama učinkovit način zaznavanja in zajemanja čustev, ima potopisno pripovedništvo potencial, da postane dragoceno orodje ne le za znamčenje destinacij, produktov in storitev, temveč tudi za vzorčenje turističnih izkušenj in čustev ter posledično za merjenje zadovoljstva turistov.

»S pomočjo lastnega utelešenega bivanja so posamezniki zmožni vstopiti v posebno obliko imaginativne igre, v kateri se prepletajo spomini na preteklost, latentna resničnost in udejanjena zaznana sedanost, ki se med seboj sooblikujejo« (Tursić 2019, 211).

Tursić (2019) s tem poudarja, da se morajo upravljavci turističnih prostorov zavedati, da njihovi raznoliki obiskovalci bivajo v imaginativnem in topološkem prostoru, ki ga pogojuje njihovo akumulirano znanje. Literarni potopisec mora zato hkrati razumeti širše kulturne narative, obenem pa biti pripravljen ustvarjati nove, dopolnilne pripovedi, ki se nalagajo k že obstoječim plastem krajev, ki jih raziskuje. Eden ključnih načinov za to je spodbujanje in nato beleženje lastnih izkušenj v danem prostoru.



## Literarni potopisec kot ciceron in docent

Ciceron med vodenim ogledom opozarja turiste na zanimive stvarne povezave, medtem ko se premikajo mimo grajene dediščine. Izraz izhaja iz imena Marka Tulija Cicerona (106 pr. n. št.–43 pr. n. št.), pisca proze in govornika. Iskanje ravnotežja med preobilico informacij in diskretnim poudarjanjem, zakaj je določen tehnični vidik zanimiv, predstavlja enega ključnih izzivov pri vodenju občinstva. Ciceron se pri tem opira na številna strokovna področja, katerih celoten razpon je predstavljen v uvodnem poglavju te knjige, da bi razkril lepoto ali namen arhitekta, graditelja ali oblikovalca. S tem bogati izkušnjo obiskovalcev.

Za ponazoritev vzemimo grajeno dediščino londonske postaje St. Pancras International po prenovi leta 2007, ko je postala terminal za vlake Eurostar. Gre za arhitekturni prostor, v katerem potniki sedijo in čakajo, preden se, ko so poklicani, odpravijo v nadstropje nad njim na vlak za Pariz. To je izkušnja, ki jo uživajo številni, saj Eurostar letno prepelje okoli 11 milijonov potnikov. Postaja je tako prostor, kjer mnogi turisti med čakanjem berejo vodnike, počitniško literaturo ali potopisna besedila – bodisi zato, da si krajšajo čas, bodisi da natančneje izoblikujejo svoj popotniški načrt. Nekateri bodo besedila preletavali v naglici, drugi pa bodo uživali v literarnem prostoru, ki ga besedilo ustvarja. Čakalnica je lahko metafora za ta dva načina branja: utilitarno, poslovno branje ali pa branje, ki se prepusti estetski zasnovi besedila.

Da bi obiskovalci lažje zaznali in posledično tudi bolj uživali v estetiki grajenega okolja, bi spreten ciceron dodal nekaj stvarnih informacij, ki usmerijo pozornost k tistemu, kar se sprva zdi vsakdanje ali celo nevidno, na primer tla. Šest tisoč kvadratnih metrov masivnega lesa jatoba je podjetje Atkinson & Kirby iz Ormskirka obdelalo in položilo pravočasno za odprtje v torek, 6. novembra 2007. Takrat je šlo za največjo enotno površino lesenih tal v Evropi. Jatoba je trd les iz certificiranih gozdov v Braziliji. Ob polaganju ima rožnat do svetlo rjavkast odtenek, sčasoma pa potemni v globoko, živo rdečo barvo s črnimi progami. Prav zato bodo tla ob ponovnem obisku Pariza čez tri ali štiri leta bistveno temnejša in bogatejša. Prava barva, ki so jo načrtovalci imeli v mislih, zahteva čas. Za uživanje v tem vidiku prostora mora biti potrpežljiv tudi obiskovalec.

Turistični vodnik bi lahko to dejstvo predstavil v enem samem platuju oziroma v kratkem postanku z razlago; branje takšne informacije v potopisnem besedilu pa od bralca zahteva tehnično angažiranost. Za posredovanje vseh vidikov, ki ustvarjajo vrednost tega elementa, bi bilo potrebnih približno tristo besed, kar bi pomenilo dovolj veliko arhitekturno digresijo v potopisni pripovedi, da drugih oblikovalskih elementov ne bi bilo več treba omenjati. Enako načelo velja za obiske muzejev v potopisnem besedilu. Podrobna obravnava ene same slike ali kipa zadostuje, da bralci pridobijo razumevanje, ne da bi se besedilo preobrazilo v muzejski vodnik ali v pisni ekvivalent muzejske razlage docenta, ki vodi skupino skozi zbirko. V pisni praksi ekonomija, ki se osredotoči neposredno na en artefakt ali eno razgledno točko, bralcem odpre dovolj znanja, ne da bi pri tem odvrnila pozornost od osrednje teme potopisne pripovedi. Gide namreč poudarja, da mora biti literarno besedilo očiščeno vsega, kar ne pripada neposredno zgodbi (Gide 1925, 84). V tem smislu mora literarni potopisec poskrbeti, da izpostavljeni artefakt ali pogled ne zmoti temeljne pripovedne linije. To premišljeno zadržanost in natančno odmerjeno izbiro doseže tudi Vita Sackville-West v svojem raziskovanju perzijskega mesta Isfahan, kot je prikazano v naslednjem odseku.

### **Pogled navzdol, pogled skozi, skrivnost v pripovedovanju**

Ko literarni pisec predstavi prizor, osebo, skupino ali celo artefakt, ki ga ni mogoče jasno videti, v pripoved vstopi skrivnost. Bralcev takšna nepopolna razkritost pri tovrstnih besedilih ne moti, temveč pušča odprt, nerazrešen prostor, v katerem lahko soustvarjajo pomen, podobno kot pri namigu v detektivski fikciji. Delno zastiran pogled skozi vrtno mrežo lahko bralce povabi k dejavnejšemu sodelovanju pri razreševanju skrivnosti. Sackville-West (2007) bralcem ponudi spretno oblikovan odstavek, ki zariše zemljevid ključnih krajev za obiskovalce perzijskega Isfahana. Povzpne se na razgledno ploščad safavidske palače Ali Qapu, ki se proti vzhodu odpira nad trg Naqsh-e Jahan, medtem ko za njo, proti zahodu, leži paviljon Chehel Sotoon z dolgim odsevnim bazenom. Opozoriti velja, da se nekateri zapisi imen nekoliko razlikujejo od današnjih.

»Ali Carpi se je tresel pod mojimi nogami; sprva sem pomislila, da bo potres zravnal Isfahan z zemljo v enem samem veličastnem oblaku prahu, a sem kmalu spoznala, da je tresenje zgolj posledica nestabilnosti krhke stare stavbe. Zato sem ostala, kjer sem bila. Lahko sem pogledala navzdol v bazen Dvorane štiridesetih stebrov – Chel Setun – obrobljen z dežnikastimi borovci in strogo zaključen ob vznožju male palače. Lahko sem pogledala navzdol na Meidan, kjer so se sprehajale drobne postavbe ali pa je čez trg zapeljala kočija, podobna igrači, za seboj pa

dvignila vrtnice prahu. Skoraj sem lahko pogledala v dvorišče mošeje – v tisto svetišče, prepovedano neverniku. Gledati na mesto s strehe visoko nad njegovimi strehami pomeni pridobiti nov zorni kot; vse se kaže v nenavadnem kotu in nenavadni okvirji ustvarjajo majhne, zaokrožene slike, podobne vinjetam v srednjeveških iluminacijah; tako sem med modrimi kupolami uzrla skupino rjavih hiš s silhueto hribov v ozadju; ali pa sem skozi okna zagledala eno samo zaobljeno modro kupolo, kakor velikansko zemeljsko karto, kjer so celine in morja predstavljali madeži tam, kjer so ploščice odpadle. Na strehi je bilo dovolj, da je zamotilo brezdelneža, spustiti se iz tistih zračnih samot nazaj na zemljo pa je bilo kakor vrnitev v svet, nad katerim si imel premeteno prednost.« (Sackville-West 2007, 112).

Bližina odsevnega bazena paviljona Štiridesetih stebrov sodobnim obiskovalcem pogosto ostane neopažena, saj je danes pozornost usmerjena predvsem v pogled navzdol na prostrani trg; čeprav se tla palače Ali Qapu še sto let po tem, ko je Sackville-West v začetku dvajsetih let 20. stoletja tam zapisovala svoje vtise, še vedno rahlo tresejo. Uokvirjanje in zorni kot, ki ju posreduje bralcem, jih dvigneta nad urbani prostor in jim omogočita, da kakor lebde opazujejo živahno mesto pod seboj. Kljub temu ta skrbno zasnovan prizor ne odvrča od pripovedi; avtorica ostaja zvesta Gidejevemu napotku. Najprej zato, ker ne more povsem uzreti prepovedanega prostora dvorišča, s čimer bralce spomni na lokalni kulturni kontekst. Poleg tega dosledno gradi širšo temo tega poglavja, svoj odnos s perzijskim mestom. Gre za močno čustveno doživetje, ki izhaja tako iz telesne izkušnje kot iz spomina. Opazimo lahko, da se odstavek začne hkrati z gibanjem – s tresenjem stavbe – in z neposrednostjo čutnega doživetja, ki je bilo najprej zaznano telesno, od spodaj, in ne zgolj vidno.

Walter Benjamin v svoji analizi delovanja pripovedi predlaga, da »vsaj polovica umetnosti pripovedovanja pomeni ohraniti zgodbo brez razlag« (Benjamin 2019, 35). Za razliko od informacij se skrbno oblikovana zgodba ne izčrpa, saj vedno pusti vrzel, ki jo morajo bralci zapolniti sami, ko si razlagajo njen pomen. Sklepe morajo oblikovati sami in s tem soustvarjati pripoved, pogosto z različnimi interpretacijami ob različnih časih, zlasti ob ponovnem branju. Modiano v romanu *Otroška garderoba* (*Vestiaire de l'enfance*) iz leta 1989 ponudi postopno razkrivanje pripovedne vloge lokalne mineralne vode v zgodbi o oblikovanju kraja. Bralci se z nenavadnim okusom mineralne vode prvič srečajo kot del karakterizacije dolgoletnega izseljenca, ki je od te tekočine, težke kot živo srebro, neločljiv. Po tej uvodni predstavitvi voda ostane pomemben označevalec tudi v kavarni Rosal, kjer jo strežejo v majhnih karafah. Do tedaj se že vzpostavi pomen, da turisti te vode iz zaledja pristaniškega mesta ne pijejo. Ko pripovedovalec opazi, da jo natakarkar nosi k novemu gostu, ga to

seveda vzbudi zanimanje, kdo bi ta oseba lahko bila. Modiano tu uporabi skrivnost pogleda skozi delno zakrit prizor; rešetke okrašenih železnih vrat in kontrast močne sončne svetlobe otežujejo razločevanje lika. Prav to zastiranje je posebej učinkovito, saj je izraz na obrazu nekoga, ki to vodo okuša prvič, nezgrešljiv pokazatelj njegovega statusa v obmorskem pristanišču: ali gre za mimoidočega ali že skoraj domačina. Celoten roman kot benjaminovska pripoved se ne izčrpa, kot zapiše ena od recenzentk na Goodreads: »Pričakovala sem več in nisem dobila odgovorov, ki sem jih iskala« (Carla, 2015).

### **Model DRAMMA v kontekstu potopisnega pripovedništva**

Potopisne pripovedi imajo po Laingu in Frostu (2017, 110) sposobnost oblikovati zaznavanje turističnih krajev in predstavljajo »uporabno orodje za razumevanje turističnih izkušenj«. Takšne pripovedi opravljajo več funkcij: lahko navdihujejo, spodbujajo, izobražujejo, informirajo, zabavajo in s tem prispevajo k subjektivnemu blagostanju tako avtorjev kot bralcev. Nekatere novejša raziskave so se osredotočile na razmerje med potopisnim pisanjem in blagostanjem (Newman idr., 2014; Laing in Frost, 2017; Kujanpää idr., 2021) ter analizirale tako imenovani model DRAMMA, ki vključuje šest psiholoških potreb: odmik, sprostitvev, avtonomijo, obvladovanje, smisel in pripadnost (op. p. DRAMMA = detachment, relaxation, autonomy, mastery, meaning, and affiliation).

Newman in sodelavci (2014), ki so model DRAMMA razvili, pojasnjujejo, da se odmik običajno nanaša na odmik od dela ali od obremenjujočih vidikov posameznikovega življenja; sprostitvev je povezana s počitkom in regeneracijo; avtonomija pomeni vključevanje v nove dejavnosti, ki zahtevajo samostojnost in samousmerjanje; obvladovanje se nanaša na vključenost v dejavnosti, ki posamezniku omogočajo razvoj in napredek; smisel je povezan z iskanjem namena in vrednosti v posameznikovem življenju; pripadnost pa z odnosi ter povezovanjem z drugimi in s skupnostjo.

Te psihološke potrebe zajemajo tako evdaiomonične kot hedonistične razsežnosti blagostanja (Laing in Frost, 2017) ter povezujejo prosti čas z blagostanjem in optimalnim delovanjem (Kujanpää idr., 2021). Med pogoste elemente evdaiomonije sodijo rast, avtentičnost, smisel in odličnost, medtem ko so za hedonistično razsežnost značilni užitek, zadovoljstvo in odsotnost neugodja (Huta in Waterman, 2014, 1427).

Potopisno pripovedništvo predstavlja pot do blagostanja, zlasti prek procesov samospoznavanja (Laing in Frost 2017) in razvoja identitete. Z uporabo modela DRAMMA (Newman et al. 2014) ter psiholoških potreb po odmiku, sprostitvi, avtonomiji, obvladovanju, smislu in pripadnosti je mogoče potopisne ture nadalje razvijati v turistične produkte za različne segmente turistov ter s tem prispevati k njihovemu čustvenemu in telesnemu blagostanju.

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>D</b> etachment  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Odmik od dela in miselna razbremenitev</b></li> <li>• Odmik od dela, študijskih obveznosti ter zavestna mislena odklopljenost.</li> </ul>                                                                            |
| <b>R</b> elaxation  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Sprostitev</b></li> <li>• Sprostitev ob branju knjig, pohodništvu, sprehodih, jogi in podobnih dejavnostih.</li> </ul>                                                                                               |
| <b>A</b> utonomy    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Avtonomija</b></li> <li>• Občutek nadzora in svobode ob tem, ko se posvečaš svojim najljubšim dejavnostim, kot so branje, raziskovanje, pohodništvo, kolesarjenje, potovanja in drugo.</li> </ul>                    |
| <b>M</b> astery     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Obvladovanje</b></li> <li>• Učenje potopisnega pripovedništva prek priročnikov, člankov, predavanj in drugih virov.</li> </ul>                                                                                       |
| <b>M</b> eaning     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Smisel</b></li> <li>• Ukvarjanje s potopisnim pripovedništvom, ki daje občutek namena, zadovoljstva ter zavedanje, da počneš nekaj prijetnega, koristnega ter morda celo prispevaš k družbenemu napredku.</li> </ul> |
| <b>A</b> ffiliation | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Pripadnost</b></li> <li>• Povezovanje z drugimi ljudmi prek potopisnega pripovedništva (srečevanje z domačini, drugimi potopisci, knjižničarji ter vzpostavljanje stika z bralci).</li> </ul>                        |

**Tabela 2.1 Model DRAMMA, prilagojen za potopisno pripovedništvo**  
(Mansfield in Potočnik Topler po Newman et al. 2014)

Vsi elementi modela DRAMMA (odmik, sprostitve, avtonomija, obvladovanje, smisel in pripadnost) so prisotni v romanu Frances Mayes (1996) *Pod toskanskim soncem* (*Under the Tuscan Sun*). Na ravni povedi in odstavkov je mogoče opaziti številne primere, zato so v nadaljevanju izluščeni ključni odlomki kot vodilo za nadaljnje delo:

**Odmik**, ki je običajno povezan z umikom od dela ali od obremenjujočih vidikov posameznikovega življenja, je razviden v naslednjem odlomku:

PRAVKAR SE PRIPRAVLJAM NA NAKUP HIŠE V TUJI DRŽAVI. Hiše s čudovitim imenom Bramasole. Je visoka, kvadratna in marelično obarvana, z obdelimi zelenimi polkni, staro streho iz strešnikov in železnim balkonom v drugem nadstropju, kjer so morda nekoč dame s pahljačami opazovale dogajanje spodaj. A spodaj se razraščajo robide, vrtnice in plevel

do kolen. Balkon je obrnjen proti jugovzhodu in gleda v globoko dolino, nato proti toskanskim Apeninom. Ko dežuje ali se spremeni svetloba, se pročelje hiše obarva v zlato, oker barvo; stara škrlatna barva proseva v rožnatih lisah, kot škatla barvic, ki so se stopile na soncu. Tam, kjer je omet odpadel, grob kamen razkriva, kakšna je bila zunanost nekoč. Hiša se dviga nad strada bianca, belo makadamsko cesto, na terasastem pobočju, poraščenem s sadnim drevjem in oljkami. Bramasole: iz bramare, hrepeneti, in sole, sonce – nekaj, kar hrepeni po soncu; in da, tudi jaz.

(iz poglavja *Bramare*, [brez označbe strani])

**Sprostitev** je razvidna v naslednjem odlomku:

Tukaj sem se naučila, da je preprostost osvobajajoča. Simcina filozofija se v tej kuhinji povsem udejanja, saj ničesar več ne merimo, temveč preprosto kuhamo. Kot vedo vsi kuharji, so sestavine trenutka najboljše vodilo. Veliko tega, kar počnemo, je preveč preprosto, da bi se temu reklo recept – gre preprosto za način, kako se to naredi. (iz poglavja *Zapisi iz poletne kuhinje* (*Summer Kitchen Notes*), [brez označbe strani])

**Avtonomija**, povezana z vključevanjem v nove dejavnosti, ki zahtevajo samostojnost in samousmerjanje, je razvidna v naslednjem odlomku:

Vsak dan nosimo in drgnemo. Postajamo tako izsušeni kot griči okoli nas. Kupili smo čistila, nov štedilnik in hladilnik. S pomočjo dveh podpor in dveh desk smo si uredili kuhinjski pult. Čeprav moramo vročo vodo nositi iz kopalnice v plastičnem lavorju za perilo, imamo presenetljivo uporabno kuhinjo. Kot nekdo, ki je Williams-Sonoma leta uporabljal kot trgovino z igračami, se začnjam vračati k elementarnemu občutku kuhinje. Tri lesene kuhalnice, dve za solato, ena za mešanje. Ponev za sotiranje, nož za kruh, kuhinjski nož, strgalnik za sir, lonec za testenine, pekač in espresso lonec za na štedilnik. S seboj smo prinesli star pribor za piknike ter kupili nekaj kozarcev in krožnikov. Tiste prve testenine so božanske. Po dolgem delu pojemo vse, kar nam pride pod roke, nato pa se zgrudimo v posteljo kot delavci na polju. Najraje imamo špagete s preprosto omako iz na kocke narezane pancete, hitro popečene in nato vmešane v smetano ter seseklano divjo rukolo (lokalno imenovano ruchetta), ki jo zlahka najdemo na našem dovozu in ob kamnitih zidovih. Po vrhu naribamo parmigiano in pojemo ogromne porcije. Poleg najboljše solate vseh časov – tistih neverjetnih paradižnikov, debelo narezanih in postrženih z nasekljano baziliko in mocarelo – se naučimo pripravljati toskanski beli fižol z žajbljem in oljčnim oljem. Zjutraj fižol oluščim in kuham, nato pa ga pustim, da se ohladi na sobno temperaturo, preden ga prelijem z oljem. Pojemo osupljivo količino črnih oliv. (iz poglavja *Hiša in zemlja, ki jo dva vola orjeta dva dni* (*A House and the Land It Takes Two Oxen Two Days to Plow*), [brez označbe strani])

Naslednji odstavek je primer **obvladovanja**, ki se v modelu DRAMMA nanaša na vključenost v dejavnosti, ki posamezniku omogočajo razvoj in osebno rast:

Zdaj imam rada hitro mašo v majhnih cerkvah zgornje Cortone, kjer isti zvoki že skoraj osemsto let predstavljajo mirno središče za prebivalce. Ko je nekega dne noter zašel črn labradorec, je duhovnik prekinil svojo sveto razlago in zavpil: »Pri božji ljubezni, naj nekdo spravi tega psa ven.« Če se oglasim dopoldne med tednom, tam sedim sama in uživam v podeželskem baroku. Pomislim: Tukaj sem. Rada imam sprevede relikvij po ulicah, ko se duhovniki v zlatih oblačilih premikajo v oblakih kadila, pot pa jim pripravljajo otroci v belem, ki ulice posipajo s cvetnimi listi brnistre, vrtnic in marjetic. V opoldanski vročini skoraj haluciniram. Kaj je v tisti zlati skrinjici, ki jo visoko nosijo skupaj s prapori – trska iz zibelke? Saj vendar mislimo, da se je Jezus rodil v skromnem hlevu; torej je to trska prave zibelke. Ali pa se motim? Je to trska pravega križa. Enkrat na leto jo prinesejo na ulice, na zrak. In nenadoma pomislim: kaj je pomenila tista hvalnica, »razklan zame«, zapeta pred leti, ki je odmevala iz bele lesene cerkve v Georgii?

(iz poglavja *Ostanki poletja* (*Relics of Summer*), [brez označbe strani])

**Smisel** je povezan z iskanjem namena in vrednosti v posameznikovem življenju:

Življenje tukaj me je znova močno povežalo z naravo. Zemlja je, kot smo se naučili, vedno v živahnem procesu spreminjanja. Dreved cipres in sivke, ki smo ga zasadili, začena delovati, kot da je bil tam od nekdaj. Vitke ciprese, visoke toliko kot jaz ob sajenju, so zdaj videti kot klicaji, ki poudarjajo toskansko pokrajino. Med njimi ametistni sij sivke osvetljuje pot. Vrtnice, ivanjščice, sivka, blede rumene petunije in lilije na naših sprednjih terasah so bršljan in robidovje spremenile zgolj v spomin. Največja sprememba pa je trava. Trava ni toskanska. Več let smo živeli z redno pokošeno in zalivano travo, ki je bila čudovita spomladi in v zgodnjem poletju, avgusta pa je delovala klavrno. Nobena količina dragocene vode je ni ohranila pri življenju. Nekega septembrskega tedna smo s pomočjo treh sosedov razgrnili kilometre trate, pripeljane s tovornjaki iz Rima. Namakalni sistem je videti kot poveljniški center gasilske brigade Chicaga. Nihče od nas ga povsem ne razume. Zdaj, po nekaj letih, so se detelje in drobni cvetovi vrnili – trava se spet umika plevelu.

(iz poglavja *Ben tornati* (*Dobrodošli nazaj*) (*Ben tornati* (*Welcome Back*)), [brez označbe strani])

**Pripadnost** se kaže v odnosih ter v povezovanju z drugimi in s skupnostjo:

PRVO JUTRO PO VRNITVI V CORTONO, po več mesecih v Kaliforniji, se z možem Edom odpraviva v mesto po živila. Najprej oddam film v razvijanje v fotografski trgovini Giorgia in Line. »Ben tornati,« zavpije Giorgio – dobrodošla nazaj. Lina pride izza pulta in vsi štirje izmenjamo ritualne poljube na lica. Končno sem se naučila iti najprej na desno, nato na levo in se tako izogniti sunkovitim obračanjem glave ali polnim stikom z ustnicami. Lina ne izgublja časa. V gneči drugih strank in v tesnem prostoru iz njenih besed razberem: »Moramo na večerjo,« »Na podeželju, a blizu,« in končno najvišjo pohvalo: »Kuham kot moja mama.« Giorgio jo prekine. »V soboto ali nedeljo? Jaz imam raje soboto, a bi bil pripravljen na najvišjo žrtev.« Videti je kot starejša, bolj navihana različica Caravaggiovega Bakhusa. Je mestni fotograf, prisoten na vsaki poroki in prazniku, znan pa je tudi po tem, da rad pleše. Lani poleti smo z njim in Lino – in seveda še kakimi dvajsetimi drugimi – delili pojedino, v celoti posvečeno gosjemu mesu. Vsako praznovanje vključuje mizo, ki se lahko neskončno širi.

»Testenine z raco.« Zmaje z glavo. »Ta raca je zjutraj še kvakala v ogradi, zvečer pa je bila že na mizi.« »Kaj pa je žrtev?« vpraša Ed. »Nogomet v Rimu.« »Potem gremo v soboto.« Ed ve, da je nogomet svetinja. Prečkava trg in naletiva na Alessandro. »Gremo na kavo,« reče in naju povleče v bar, da nadoknadimo novice. Pravkar je noseča in želi razpravljati o imenih. Ko se poslovimo in nadaljujemo proti trgovini, zagledamo Cecilio z njenim angleškim možem in dvema čarobnima deklicama, Carlotto in Camillo. »Večerja,« rečeta. »Pridita, kadar lahko. Kateri koli večer.«

(iz poglavja *Ben tornati (Dobrodošli nazaj)* (*Ben tornati (Welcome Back)*), [brez označbe strani])

## Potopisno pripovedništvo kot katalizator tourema

Toureme pomeni ustvarjanje vrednosti med počitnicami. To oblikovanje pomena nastaja na presečišču treh elementov: kulturnega kapitala dopustnikov, ki izhaja predvsem iz njihovega branja, formalne izobrazbe ali interesov v prostem času; izkušnje, ki jo doživljajo v turističnem prostoru; ter tretjega elementa – trenutka pripovedovanja, na primer pisanja razglednice ali sporočila prijatelju. Sem sodi tudi vodenje dnevnika o doživetju. Koncept tourema izhaja iz Bourdieujevega pojmovanja kulturnega kapitala, ki se udejanja v prostoru prostega časa, saj imajo turisti čustveno priložnost doživeti potrditev svojega znanja. Na primer: v romanu, ki ga berejo, izvedo, da je obmorsko mesto v Bretanji nekoč služilo kot ribiško пристanišče; nato v mestu naletijo na opuščeno tovarno za konzerviranje sardel z značilnim dimnikom, pri čemer se znanje iz romana zrcali v urbanem prostoru, ki ga pravkar doživljajo. Da bi se ta trenutek v celoti uresničil kot toureme, pa je potreben še dodaten proces – nagovor domišljije dopustnikov. Ta zadnji element tourema je pripovedovanje prijatelju skozi pisanje, v katerem opišejo svoje odkritje. Teoretsko ozadje ponovnega pripovedovanja razvije Kristin Ross (1988), ki izhaja iz eseja Maurica Blanchota o skrivnem zakonu pripovedi oziroma *récit*, prvotno objavljenega v francoščini leta 1959:

»Zvabili so ga na kraj, kamor ni želel pasti, in skriti v središču Odiseje, ki je postala njihov grob, so njega – in mnoge druge – potegnili v to srečno, nesrečno potovanje, ki je potovanje pripovedi: pesmi, ki ni več neposredna, temveč je pripovedovana in se zato zdi nenevarna, ode, ki se je preobrazila v epizodo.«

(Blanchot 1998, 445)

Ponovno pripovedovanje oziroma *récit*, kot ga poimenuje Blanchot, nasprotuje doksi realističnega romana, saj presega družbeno akulturacijo (Ross 1988) prevladujočega žanra. Njegov namen ni poročati o tem, kaj se je zgodilo, temveč postati dejanski prostor in trenutek ustvarjenega znanja. Blanchot to misel še zaostri z ugotovitvijo:



»*Récit* ni pripoved o dogodku, temveč je ta dogodek sam« (Blanchot 1998, 447, cit. v Ross 1988, 49). Če se literarni potopisci tega pojava zavedajo, lahko ponujajo pripovedi, v katerih beležijo svoje trenutke tourema, in če njihovi bralci z njimi delijo podoben kulturni kapital, lahko ti bralci poiščejo kraje in izkušnje iz pisateljevih zgodb. Potopisci lahko v svoja besedila vključijo tudi katalizatorje tourema, tako da ponudijo dovolj informacij o literarnem avtorju, ki je na določenem mestu pisal, ali o dogodku, ki je bil v romanu umeščen v ta prostor, in s tem ustvarijo vse pogoje za nastanek touremne vrednosti. Gre seveda za izjemno občutljivo nalogo, saj lahko preobilje informacij razprši skrivnost in turistom odvzame možnost lastnega odkrivanja na podlagi namigov. Poleg tega se mora za nastanek tourema zgoditi tudi ponovna pripoved: turist mora svojo izkušnjo na neki način posredovati naprej, denimo v sporočilu prijatelju, da se aktivira in udejani njegova domišljija.

Turisti, ki obišejo Isfahan, imajo morda s seboj potopisno knjigo Sackville-West, ko se vzpenjajo po tresočih se stopnicah palače Ali Qapu, in tam poskušajo poustvariti njene skrivnostne poglede na paviljon Chehel Sotoon ter razmišljajo o tem, kaj je še vidno in kaj se je vmes dodatno pozidalo. Nato lahko svoje ugotovitve zapišejo za prijatelje in si tako ustvarijo lasten toureme.

## 3. poglavje: Potopisno pripovedništvo v znamčenju krajev

To poglavje pojasnjuje, da obstaja vzročna povezava med potopisnim pripovedništvom in vedenjem turistov. Podrobneje obravnava potopisno pripovedništvo ter razmerje med literarnim potopisnim pripovedništvom in raziskovanjem vrednosti destinacije. V nadaljevanju je predstavljena vloga pripovednega procesa v potopisnem pripovedništvu in v znamčenju destinacij. Obravnavan je proces znamčenja destinacij, opisani pa so tudi ključni elementi znamčenja krajev. V sklepnem delu so podrobno predstavljene študije primera, podana priporočila za raziskovalce podobe destinacij, naročnike vsebin in potopisce; študija primera je zasnovana kot model, ki ga je mogoče ponovno uporabiti kot orodje za spremljanje blagovne znamke prek medijskih objav.

### **Razmerje med literarnim potopisnim pripovedništvom in vrednostjo destinacije.**

Literarno potopisno pripovedništvo, ki ga lahko razumemo kot besedilno prakso, ki bralce pritegne že s samim besedilom, predstavlja eno izmed orodij za privabljanje turistov in obiskovalcev v destinacije, podobno kot to velja za tradicionalni literarni turizem (Sardo in Chaves 2022). Takšno vživljanje v kraje, upodobljene v literarnem besedilu, pri bralcih ustvarja vrednost teh krajev, saj so v razumevanje besedila vložili

osebni napor. Prek pripovedi so kraje spoznali. Thompson (2011) ugotavlja, da se je ugled potopisnega pripovedništva v drugi polovici 20. stoletja močno povečal, zlasti z novo generacijo kritiško priznanih avtorjev. Ti veljajo za literarne potopisce in mednje sodijo Paul Theroux, Bruce Chatwin, Ryszard Kapuściński in Robyn Davidson. Ta pojav je bil pogosto preučevan z vidika znamčenja krajev in promocije destinacij, hkrati pa obstaja obsežna akademska literatura, ki potopisno pripovedništvo obravnava z različnih drugih raziskovalnih perspektiv. Eden od razlogov za interdisciplinarno zanimanje za potopisno pripovedništvo je v tem, da ima »pisano besedilo, ki je hkrati bolj zasebno in bolj javno kot govorjena beseda, svoje lastne edinstvene zmožnosti preoblikovanja resničnosti« (Tuan, 1991, 690). Vendar pa so se potopisne študije kot raziskovalna disciplina utrdile šele v devetdesetih letih 20. stoletja (Culbert, 2018) in odtlej igra vse pomembnejšo vlogo v upravljanju turizma. Culbert (2018, 343) potopisna besedila opredeljuje kot »raznolika, hibridna in vsebinsko široka« ter poudarja, da so bila »izjemno dragocena za preučevanje našega vse bolj mobilnega in medsebojno povezanega sveta«. Po mnenju Alúja in Hilla (2018, 1) se v potopisnih besedilih »pogledi in zazrtosti oblikujejo v pripovedni prostor, iz katerega pripovedovalec in bralec opazujeta, presojata in razvrščata raznolike kulture in družbe, ki jih raziskujeta«. Forsdick (2009, 287) trdi, da gre za »v osnovi transkulturni, transnacionalni in celo transjezikovni pojav«, zato so vprašanja kulturnih identitet pri potopisnem pisanju še posebej pomembna (Rubiés in Bacon, 2000). Med znamenita potopisna besedila sodijo opisi velikega potovanja (Grand Tour), kot so Baconovo delo *O potovanju* (*Of Travel*) (1612), Montaignov *Popotniški dnevnik po Italiji* (*Journal de Voyage en Italie*) (1580–1581), Lockovo *O izobraževanju* (*On Education*) (1692) (Antosa, 2008), pa tudi *Knjiga Johna Mandevilla* (*Book of John Mandeville*) ter Polovo delo *Svetovna valuta* (*Devisement du monde*) (Culbert, 2018). Že prvi časopisi so med svoje vsebine vključevali potopisne zapise (Hutchins, 2013), ob koncu 18. stoletja pa je založniška industrija potopisnih knjig doživela velik razcvet (Zilcosky, 2008). Odgovor na vprašanje, zakaj je ta literarna zvrst pri bralcih tako dobro sprejeta, se morda skriva v dejstvu, da je »ena najpomembnejših funkcij jezika posredovanje pripovedi, s katerimi se prenašajo dejanja akterjev« (Yuan idr., 2018, 1298). Do začetka 21. stoletja je akademska revija *Študije potopisnega pripovedništva* (*Studies in Travel Writing*) postala pomemben vir literarnih analiz potopisnega pripovedništva kot dovršene kulturne oblike, medtem ko sta *Cambridgeski priročnik za potopisno pripovedništvo* (*The Cambridge Companion to Travel Writing*) in *Routledgeov priročnik za potopisno pripovedništvo* (*The Routledge Companion to Travel Writing*) postali temeljni deli za raziskovalce, ki jih zanimajo družbenopolitična vprašanja, povezana s to literarno zvrstjo.

Potopisno pripovedništvo je pogosto obravnavano kot podzvrst literarnega turizma (Busby & Klug, 2001; Gentile & Brown, 2015). Koncept literarnega turizma zajema potovanja na destinacijo zaradi zanimanja za določeno literarno povezavo s tem krajem (Robinson & Anderson, 2002; Agarwal & Shaw, 2018) in temelji na prepričanju, da obisk literarnih krajev obiskovalcem omogoča globlje razumevanje avtorjev, njihovega življenja in del, kot bi ga lahko pridobili zgolj z branjem literarnih kritik (Potočnik Topler, 2016). Literarni turizem kot oblika kulturnega oziroma dediščinskega turizma je primarno povezan z obiskovanjem »tako krajev, povezanih z avtorji v njihovem resničnem življenju, kot tudi tistih, ki so služili kot prizorišča njihovih romanov« (Herbert, 1995, 33; Stiebel, 2007). Gre za pojav, ki je postal pomembna niša v turizmu, in mogoče je trditi, da literarni turizem zajema vse, kar je povezano z literaturo, vključno z literarnimi dogodki, uprizoritvami in festivali. Smith (2012, 9) meni, da med literarni turizem sodijo tudi podpisovanja knjig in tečaji kreativnega pisanja. Ob tem (2012, 11) poudarja, da ljudi k literarnemu turizmu ne navdihujejo zgolj proza, dramatika in poezija, temveč tudi biografije in avtobiografije. Pojav literarnega turizma tako dodatno zaplete razumevanje vpliva potopisne literature na vedenje turistov, saj avtorji in dela, ki jih ne uvrščamo v žanr potopisnega pripovedništva, delujejo kot označevalci krajev in spodbujajo obiskovalce k obisku določenih lokacij.

Ko gre za opredeljevanje potopisnega pripovedništva, se številni avtorji strinjajo, da gre za izjemno raznolik žanr (Holland in Huggan 2000; Forsdick 2009; Singer 2016; Alú in Hill 2018). Čeprav Robinson (2004) obširno razpravlja o tem, kaj potopisno pripovedništvo je in česa vanj ne moremo uvrstiti, ter poudarja, da je tovrstni pojav težko enoznačno opredeliti, ga vseeno opiše kot »pisanje o izkušnji potovanja in obiskovanja »drugih« krajev« (Robinson 2004, 303). Rubiés in Bacon (2000, 6), ki potopisno literaturo označujeta kot »žanr žanrov«, jo opredelita kot »raznoliko telo besedil, ki, ne glede na to, ali je njihov osnovni namen praktičen ali fikcijski, potovanje jemlje kot bistveni pogoj svojega nastanka«. Ob tem poudarjata, da potovanje ne zajema zgolj dejanskega premikanja v prostoru, temveč deluje tudi kot retorično sredstvo znotraj kulturnih diskurzov. Potovanje tako vzpostavlja retorični okvir za različne namene, na primer religiozne, satirične ali epske. Monga (1996) izpostavlja več vidikov potovanja in opozarja, da lahko potovanje deluje tudi kot metafora življenja. Mansfield (2019) to tematiko nadalje razvija v prispevku *Vloga strokovnjakov za potopisno pripovedništvo v upravljanju turizma in raziskavah znamenja krajev* (*The role of travel writing practitioners in tourism management and place-branding research*), kjer navaja, da so turistom ali lokalnim prebivalcem sprva ponujena literarna besedila, v

katerih so kraji prepoznavni in jih je mogoče odkriti. Naslednji korak je vodeno ali samostojno gibanje turistov do krajev, opisanih v romanu. Zaradi izrazite interdisciplinarnosti so definicije pisanja o krajih in potopisnega pripovedništva raznolike in pogosto neostre, vendar ostaja ključno dejstvo, da literatura in besedilo predstavljata temeljni medij v številnih znanstvenih in strokovnih disciplinah.

Za pozicioniranje destinacij sta komunikacija in diskurz ključna pojma (Potočnik Topler 2018). V turizmu je potopisno pripovedništvo posebej zanimivo kot orodje za oblikovanje podobe destinacije in kot trženjsko sredstvo (Seraphin 2015; Woodside in Megehee, 2010). Znamčenje krajev, ki je bilo sprva obravnavano predvsem v okviru marketinga, šele pozneje pa kot del upravljanja destinacij in razvoja turizma (Van Assche, Beunen in Oliveira, 2020), se udejanja skozi jezik, zato so jezikovne izbire izjemno pomembne (Potočnik Topler, 2018). Znamčenje krajev zahteva »usklajeno intervencijo« (Van Assche, Beunen in Oliveira, 2020, 1275) ter uporabo praks, ki ustrezajo ambicijam in ciljem posameznega kraja (Van Assche, Beunen in Oliveira, 2020). V potopisnem pripovedništvu se prepletajo tradicionalni in sodobni literarni, novinarski, promocijski in turistični diskurzi. Pri tem pa je bistveno, da potopisno pripovedništvo ohrani verodostojnost, kar zahteva spoštovanje določenih načel: pridobivanje zanesljivih informacij, podkrepitev zapisanega z dokazi ter vključevanje izjav relevantnih oseb, denimo intervjujev z lokalnimi prebivalci. Pri opisovanju potovanja ali poti se lahko uporabijo štirje sociološki modeli rabe jezika v promocijskih turističnih besedilih, ki jih opredeli Dann (1996, 68): 1) jezik avtentičnosti (poudarja izkušnjo popotnika kot pristno, resnično in čisto ter jo postavlja v nasprotje z banalnostjo vsakdanjega življenja); 2) jezik diferenciacije (izpostavlja kontrast med počitnicami in običajnim življenjem); 3) jezik rekreacije (poudarja rekreativno in hedonistično plat turizma); in 4) jezik apropiacije (poskuša zavzeti držo nadzora in obvladovanja neznanega). Poleg tega morajo biti komercialno producirani potopisi, v nasprotju s potopisno literaturo, skrbno strukturirani, saj morajo v omejenem prostoru posredovati informacije, izkazovati skrbno izbran nabor pisnih tehnik ter sprejemati strukturne, leksikalne in slovnične odločitve, ki ustrezajo pričakovanjem turističnega bralca. Zato so takšna besedila osredinjena okoli turističnega proizvoda destinacije, ki se v turistični industriji včasih označuje tudi kot osnovni oziroma temeljni produkt (op. p. ground product).

Alú in Hill (2018) raziskujeta vizualno imaginacijo v potopisnem pripovedništvu in potopisni naraciji nasploh ter poudarjata, da v potopisu »pogledi in zrenja vzpostavljajo pripovedni prostor, iz katerega pripovedovalec in bralec opazujeta, presojata in razvrščata raznolike kulture in družbe, ki jih raziskujeta skozi pisanje in branje«. Bechmann Petersen (2006) govori o konceptu križnih medijev, Scolari (2009, 587) pa o transmedijskem pripovedovanju, ki ga opredeli kot »posebno pripovedno strukturo, ki se širi prek različnih jezikovnih kodov (verbalnih, ikoničnih itd.) in medijev (filma, stripov, televizije in videoiger)«. Vizualni elementi (fotografije, računi, skice, zemljevidi, promocijski materiali) potopisna besedila naredijo avtentična. »Že stoletja skice, akvareli, grafike, litografije, fotografija, film in danes digitalni mediji uokvirjajo in beležijo vse vidike naših premikov in izkušenj razseljenosti« (Alú in Hill 2018, 1). Kot opozarjata Alú in Hill (2018, 11), je pri potopisnem pripovedništvu izbira izjemno pomembna, in sicer »ne le glede tega, kaj pokazati, temveč tudi, čigave fotografije vključiti«. Literarno potopisno pripovedništvo W. G. Sebald na primer vključuje podobe tiskanih kulturnih artefaktov, ki jih avtor zbira skoraj kot avtentične podatke ob poti. Te podobe delujejo kot namigi za pozornega bralca, ki mu omogočajo razbiranje datumov in vzpostavljanje kronologije pripovedovalčevega potovanja, kar je posebej razvidno v delu *Vertigo* (2016).

Medtem ko potopisno novinarstvo in promocijska turistična besedila pogosto naštevajo znamenitosti, možnosti potovanja in t. i. osnovni turistični produkt, literarno potopisno pripovedništvo odlikuje pripovedovanje zgodb, ki je »dvosmerna interakcija, pisna ali ustna, med tistim, ki pripoveduje zgodbo, in enim ali več poslušalci« (Sundin et al., 2018). Literarno potopisno pripovedništvo je v tem smislu pripovedovanje v pisni obliki, pripovedovanje zgodb pa ima dolgo tradicijo. Njegovi začetki segajo k ljudskim pripovedim, ki jih najdemo v sumerski, egipčanski, kitajski, grški, latinski in sanskrtski kulturi (Hsu 2008). Aristotel je teoretične temelje pripovedovanja zgodb opredelil v delu *Poetika* (*Poetics*), v katerem je oblikoval tako imenovano aristotelisko strukturo zgodbe (Tierno 2002, predgovor ii). V *Poetiki* Aristotel (prev. Butcher 2008) poudari mimezis (posnemanje), katarzo in enotnost dejanja kot ključne značilnosti ter našteje sedem vidikov dobre zgodbe: zaplet, lik, temo, dikcijo, melodijo, dekor in spektakel. Ljudje pripovedujejo zgodbe »z namenom zabave, prenosa znanja med generacijami, ohranjanja kulturne dediščine ali opozarjanja drugih na nevarnosti« (Lugmayr et al. 2017, 15707). Zgodbe radi poslušajo, »ker jim prinašajo užitek« (Smith 2012, 24), hkrati pa usmerjajo pričakovano vedenje, vzpostavljajo pomen in soustvarjajo identiteto (Godsil in

Goodale, 2013). V turizmu pripovedovanje zgodb predstavlja poseben način posredovanja informacij od gostitelja h gostu, od turističnega vodnika k obiskovalcu, pri čemer ima osrednjo vlogo turistična izkušnja (Vitić-Četković et al., 2020). Produkti in destinacije se znamčijo prek zgodb, saj je bilo ugotovljeno, da pripovedovanje ustvarja čustvene povezave med destinacijo in njenimi ciljnimi skupinami (Keskin et al., 2016; Ilić et al., 2021). Z uporabo novih tehnologij in novih medijev lahko zgodbe, ki jih pogosto zaznamuje visoka informacijska gostota (Bassano idr., 2019), pomembno prispevajo k prepoznavnosti in razlikovalnosti turističnega produkta ali destinacije. To je še posebej pomembno, saj so podjetja in zaposleni, ki so odvisni od prodaje ground product ali od prihodkov obiskovalcev, neposredno odvisni od vključenosti turistov v zgodbe, ki spremljajo te produkte (Mossberg, 2007). Pri uporabi pripovedovanja zgodb v turizmu je treba poudariti, da »koncept pripovedovanja zgodb zahteva komunikacijo med različnimi deležniki: oblikovalci turističnih politik, upravljavci destinacij in ponudniki storitev. Vključuje turistične organizacije, javno upravo na lokalni in regionalni ravni, zasebne partnerje, različne vrste ponudnikov storitev (hoteli, restavracije, muzeji, trgovine itd.) in pripovedovalce zgodb (posameznike)« (Vitić-Četković idr., 2020, 93). Proces pripovedovanja zgodb ima po ugotovitvah Mossberg idr. (2010) ciklične učinke na turistične deležnike in na gospodarski razvoj destinacije; njihovo delo ponuja uporaben diagram tega procesa (slika 3.1).

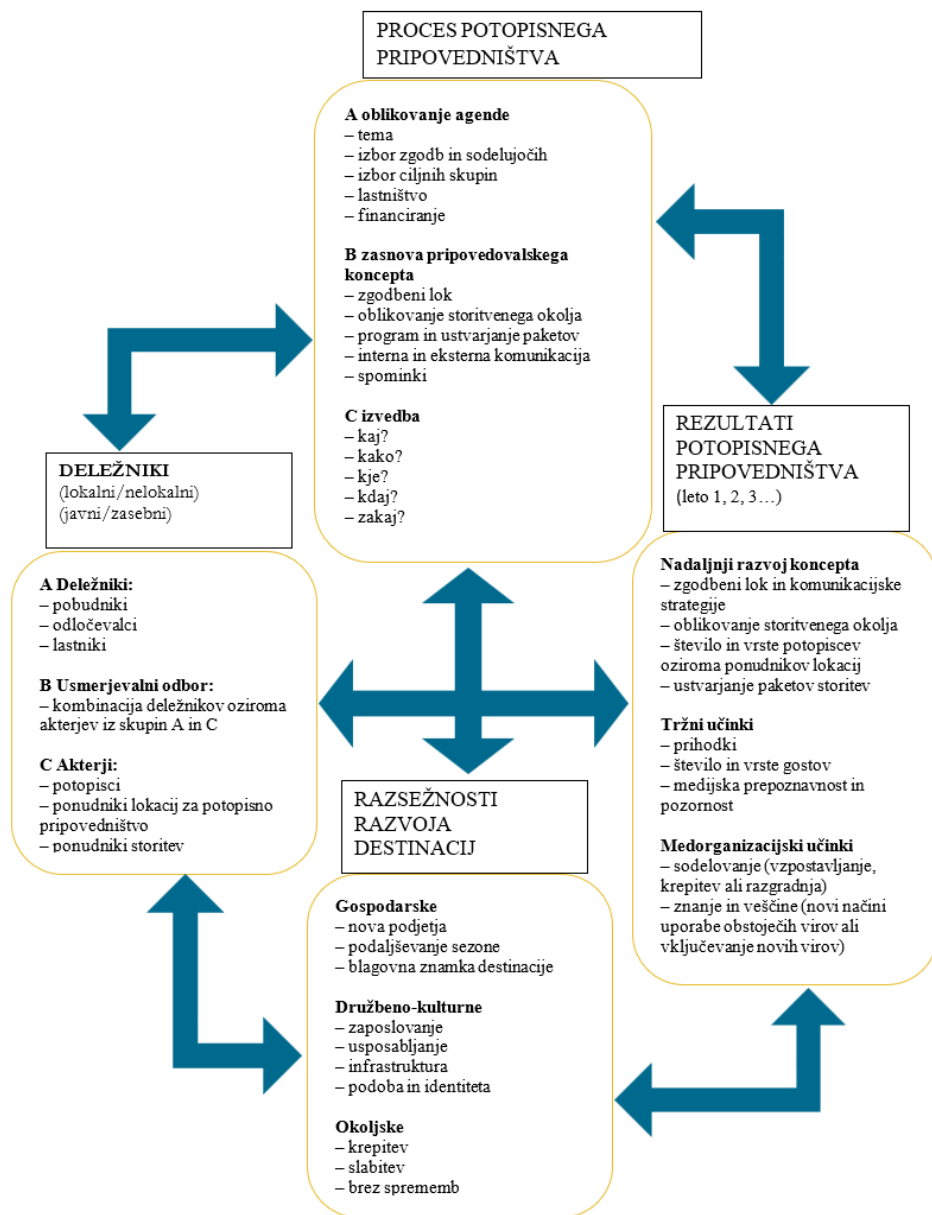
Ni pretirano trditi, da so družbena omrežja prevzela velik del vlaganj v pripovedovanje zgodb blagovnih znamk, ki so bila nekoč namenjena tiskanemu časopisju, oglaševalskim panojem ter deloma tudi televiziji in radiu. Na Zahodu so trenutno največja družbena omrežja Facebook (več kot 2 milijardi uporabnikov), Instagram (več kot 1 milijarda uporabnikov) ter glavna spletna video platforma YouTube (1,5 milijarde uporabnikov), ustanovljeni leta 2004, 2010 in 2005 (van Laer et al. 2019). Ključni mediji, ki se v okviru ustvarjanja zgodb za blagovne znamke in produkte upoštevajo v tem procesu, v marketinški industriji pogosto poimenovanem resno pripovedovanje, vključujejo množične medije, računalniške igre, računalniško grafiko, pametne medije, simulacije in virtualna usposabljanja (Lugmayr et al. 2017). Raziskave na področju marketinga kažejo, da so narativni oglasi učinkovitejši od oglasov, ki temeljijo zgolj na dejstvih (van Laer et al. 2019). Seveda tradicionalni mediji pripovedovanja zgodb, kot so romani in leposlovje v okviru knjižnega založništva, vključno z založniško skupino Bertelsmann Stiftung iz Gütersloha v Nemčiji, niso primarno vođeni z vidika komercialnega uspeha promocije krajev. Zanje je pojem blagovne znamke precej bolj razčlenjen, denimo vezan na posamezne

priznane avtorje, ter bolj heterodoksen, kot na primer blagovna znamka Penguin Books v Združenem kraljestvu in Združenih državah Amerike. Nekatere knjižne založbe so bile sicer prevzete s strani večjih medijskih korporacij; tako je na primer založba Fourth Estate, ki izdaja britanske uspešnice Hilary Mantel, v lasti družbe News Corp s sedežem v New Yorku.

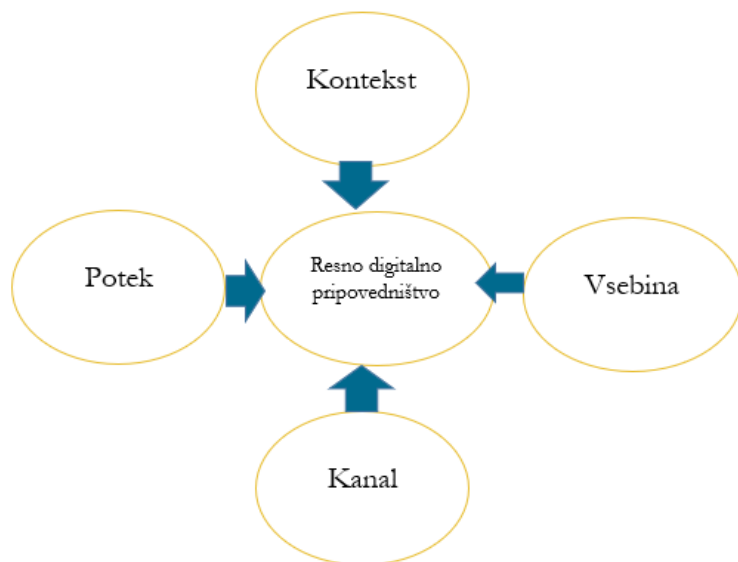
Po Lugmayru in sodelavcih (2017) je mogoče resno pripovedovanje zgodb z vidika medijskih študij ponazoriti z njihovim modelom 4C (Slika 3.2.). Štirje C-ji predstavljajo ključne sestavine: kontekst, ki se nanaša na situacijo; potek, ki pomeni celoto zgodbe oziroma zapleta; vsebino, kamor sodijo akterji in prizorišče pripovedi; ter kanal, ki označuje tehnologijo posredovanja zgodb, na primer YouTube, Facebook, tiskani roman, Instagram ali zapisi na Twitterju.

V digitalni dobi tržniki vse pogosteje uporabljajo pripovedne tehnike za prepričevanje potrošnikov (van Laer et al. 2019). Uporaba pripovedovanja zgodb v turizmu prek aplikacij za pametne telefone ima vse pomembnejšo vlogo, saj so zgodbe, posredovane prek družbenih omrežij, dostopne v realnem času, dinamične, vidne in zato vplivne (van Laer et al., 2019). Mobilno pripovedovanje zgodb na primer ponuja številne možnosti, med drugim »pošiljanje personaliziranih informacij uporabnikom« (van Laer et al. 2019, 137) o ozadju določene kulturne ali turistične znamenitosti. Na področju izobraževanja, tudi v turizmu, lahko pripovedovanje zgodb zagotavlja relevantne in učinkovite učne izkušnje (Lugmayr et al., 2017).





**Slika 3.1 Proces pripovedovanja zgodb**  
(Mansfield in Potočnik Topler po Mossberg et al. 2010)



**Slika 3.2 Resno digitalno pripovedovanje zgodb – model 4C**  
(Mansfield in Potočnik Topler po Lugmayr idr., 2017)

### Razmerje med novinarskim pisanjem in promocijo destinacij

Turizem in mediji so tesno prepleteni skozi procese soustvarjanja (Månsson, 2015). Månsson (2015) obravnava mediatizacijo turizma in ugotavlja, da turisti niso več zgolj potrošniki, temveč tudi proizvajalci medijskih vsebin, ustvarjalci in aktivni soudeleženci znamenja krajev (Jenkins 2006; Månsson, 2015).

Mee (2009) poudarja, da med potopisnim pripovedništvom in novinarstvom obstaja dolgoletna povezava, ter izpostavlja, da so besedila z izrazitejšimi novinarskimi značilnostmi pogosto obravnavana kot manj vredna v primerjavi z bolj literarnimi oblikami. Vendar je treba opozoriti, da potopisno pripovedništvo ni isto kot potopisno novinarstvo, saj mora novinarstvo ostajati faktografsko in preverljivo (Tiede, 2016). Tako imenovana zlata pravila novinarstva, ki jih novinarji upoštevajo ves čas, vključujejo naslednje zahteve: poročanje mora biti natančno; spoštovati mora šest novičarskih vrednot (1. aktualnost – novejši dogodki imajo večjo novičarsko vrednost kot starejši; 2. bližina – zgodbe iz domačega okolja imajo večjo vrednost kot tiste iz oddaljenih krajev; 3. prepoznavnost – znane osebnosti in javne figure imajo večjo novičarsko vrednost kot neznani posamezniki; 4. edinstvenost ali

nenavadnost – nenavadne in bizarne zgodbe so bolj novičarske od vsakdanjih; 5. vpliv – zgodbe, ki zadevajo veliko število ljudi, imajo večjo novičarsko vrednost kot tiste z manjšim dosegom; 6. konflikt – zgodbe s konflikti in nasiljem so bolj novičarske); besedilo naj bo strukturirano po načelu obrnjene piramide, tako da se začne z najpomembnejšimi dejstvi in konča z manj pomembnimi, ter odgovarja na pet temeljnih vprašanj (kdo, kaj, kdaj, kje in zakaj) (Writing Center, 2020).

V turizmu kot »pomembni globalni kulturni industriji« (Heller et al. 2014, 432) je razmerje med novinarskim potopisnim pripovedništvom in promocijo destinacij, ki jo izvajajo upravljavci destinacij (DMO), ključnega pomena. Strokovnjaki s področja turizma se zavedajo vloge sodobnih medijev in komunikacijskih konceptov, ki so bistveni za pozicioniranje destinacij (Potočnik Topler, 2017). Pri znamčenju in promociji destinacij imajo novi mediji izjemno pomembno vlogo (Potočnik Topler 2019); dejansko veljajo za enega najpomembnejših trendov, ki so zaznamovali turistično industrijo in prinesli pomembne spremembe v turistični komunikaciji (Leung et al. 2013, 3). Že leta 2009 sta Mangold in Faulds (2009) opozorila na to, da se potrošniki vse bolj odmikajo od tradicionalnih medijev. Bruhn idr. (2012, 770) ugotavljajo, da družbena omrežja in mikroblogi »vse pogosteje nadomeščajo tradicionalne medije« ter da so družbeni mediji pomemben vir informacij o različnih blagovnih znamkah. Komunikacija blagovnih znamk in s tem tudi komunikacija destinacij ne nastaja več zgolj v podjetjih in pri upravljavcih destinacij, temveč jo vse pogosteje ustvarjajo »potrošniki sami prek tako imenovane uporabniško ustvarjene komunikacije na družbenih omrežjih« (Bruhn et al. 2012, 771), pri čemer so potrošniki hkrati tudi ustvarjalci vsebin. Poleg tega so družbena omrežja korenito spremenila načrtovanje in doživljanje potovanj (Hudson in Thal, 2013; Zeng in Gerritsen, 2014), saj zajemajo celoten proces potovanja, od izbire destinacije in ponudnikov storitev do deljenja izkušenj (Zeng in Gerritsen, 2014). V zadnjem desetletju se je s preučevanjem vloge družbenih medijev v turizmu ukvarjalo veliko raziskav (Leung in Bai, 2013; Wilson et al., 2012; Stepchenkova in Zhan, 2013). Kljub temu pa se pri iskanju idej za počitnice in novih destinacij kupci turističnih produktov najpogosteje najprej zatečejo k spletnim iskanjem, kjer se jim prikažejo viri iz kanalov, v katere so bile usmerjene največje naložbe v marketinške kampanje. Te kanale še vedno v veliki meri obvladujejo popotniške rubrike nacionalnih medijev države, ki ustreza naslovu IP, jeziku in valuti iskalca, kar se označuje kot lokalizacija e-trgovine.

Ključni deležnik, ki ga zanimajo predstave in zaznave, ki jih ima iskalna javnost o nekem mestu, je mestni svet (v Sloveniji občina oz. občinska uprava). V večjih mestih, kot je Nantes, ki je v nadaljevanju podrobneje obravnavan, je odgovornost za podobo destinacije prenesena na specializirano enoto znotraj mestnega sveta. V Združenem kraljestvu se ta oddelek označuje s kratico DMO, to je upravljavec destinacije. Vloga manjših DMO-jev je predvsem promocija mesta, kadar izvoljeni mestni svet presodi, da je povečanje števila obiskovalcev iz določenega demografskega segmenta zaželeno. Večji in bolje financirani DMO-ji posegajo tudi v infrastrukturne spremembe, s katerimi spodbujajo ali omejujejo prisotnost določenih demografskih skupin. Pogosto je ta vloga povezana tudi s spodbujanjem neposrednih naložb v regijo, kar vodi v razvoj nepremičnin. DMO skupaj s podjetji, ki delujejo na podočju ekonomije obiskovalcev, denimo hoteli, turističnimi agencijami, restavracijami, muzeji in drugimi znamenitostmi, poskuša razumeti in nato vplivati na podobo destinacije, ki jo imajo turisti o njihovem mestu. Nantes je izbran kot primer za ponazoritev spremljanja učinkovitosti znamenja krajev. Uporabljena je perspektiva Združenega kraljestva, saj britanski turisti dolino Loare dobro poznajo kot destinacijo, medtem ko mesto Nantes kljub temu, da je šesto največje mesto v Franciji, ostaja razmeroma slabo prepoznavno.

Kot je bilo pojasnjeno že prej, je popotniška rubrika britanskega nacionalnega tiska glavni kanal za komuniciranje blagovne znamke Nantes z namenom privabljanja britanskih turistov za krajše oddihe. Ker so angleški časopisi danes dostopni tudi na spletu, imajo DMO-ji na voljo dostopen vir podatkov za vrednotenje tega, kako je blagovna znamka njihovega mesta predstavljena. Seveda je DMO hkrati dejavno ustvarjal priložnosti za novinarje in svobodne potopisce, da so lahko nastali članki, ki so na spletu dostopni približno pet let, v nasprotju s tiskanimi časopisi in barvnimi prilogami, ki imajo bistveno krajši doseg. V tej ilustrativni študiji je zbirka potopisnih člankov najprej oblikovana kot podatkovna baza, nato pa analizirana po tematskih sklopih, ki se primerjajo z elementi, uporabljenimi v znamenju krajev. Analiza je pokazala, da trije ključni elementi, ki jih uporabljajo komercialni in akademski strokovnjaki za znamenje krajev, v prispevkih avtorjev popotniških rubrik britanskega nacionalnega tiska niso zajeti.

### **Zbiranje besedil potopisnega novinarstva za spremljanje sporočil znamenja**

Kot študija primera je bila zbrana zbirka dvanajstih potopisnih člankov iz spletnih virov, pri čemer je bilo simulirano iskanje in brskanje angleško govorečega bralca z naslovom IP v Združenem kraljestvu in valuto GBP, ki razmišlja o kratkem

mestnem oddihu. Poudarek je na francoskem mestu Nantes ob reki Loari kot verjetni destinaciji za obiskovalce iz Združenega kraljestva, ki potujejo z letališč v Bristolu ali Southamptonu. Vsebina člankov je tematsko analizirana in primerjana z elementi, ki se uporabljajo za ustvarjanje vrednosti kraja v znamčenju mest (Zakarevičius in Lionikaitė, 2013).

Cilj analize je ugotoviti, ali praksa potopisnega novinarstva v opisih krajev predstavlja enake elemente, kot jih snovalci mestnih blagovnih znamk želijo izpostaviti pri oblikovanju podobe destinacije. Če temu ni tako, se zastavlja vprašanje, kateri elementi znamčenja krajev v prispevkih novinarjev in svobodnih potopiscev za popotniške rubrike britanskega nacionalnega tiska niso zajeti. Na podlagi ugotovitev analize so nato oblikovana priporočila za ključne deležnike v tem komunikacijskem procesu, vključno z uredniki popotniških rubrik in njihovimi avtorji ter upravljavci destinacij, njihovimi analitiki znamčenja in predstavniki za odnose z javnostmi.

Znamčenje krajev se ne začne s slogani, kot sta »I AMsterdam« ali izvirni I♥NY, ki ga je Sartre prvič zapisal v francoščini v svoji potopisni knjigi *Situacije III (Situations III)* (1945, 2). Analitična faza znamčenja krajev je v akademski literaturi dobro dokumentirana (Azevedo, 2009; Zakarevičius in Lionikaitė, 2013). Azevedo predstavi načrt za spraševanje prebivalcev o tem, zakaj njihovo mesto ponuja visoko kakovost življenja. Takšen pristop k razkrivanju čustvene vrednosti urbanega prostora ima jasne vzporednice s cilji promocijskega potopisnega novinarstva. Ob preučevanju analitične faze znamčenja krajev se pokaže, da ta ponuja načine dela z lokalnim znanjem, ki jih pri raziskovanju potopisnih člankov za množične medije uporabljajo tudi samostojni avtorji (McGaurr, 2012). To se razlikuje od delovanja družbenega medija TripAdvisor, ki spodbuja potrošniška poročila z namenom ustvarjanja elektronskega ustnega izročila v obliki priporočil ali kritik. Raziskave so že pokazale, da urbani dediščinski turizem obiskovalcem prinaša vrednost oziroma zadovoljstvo takrat, ko je močna identiteta kraja povezana s kontinuiteto (Ginting & Wahid, 2015). Kontinuiteta kot koncept v znamčenju krajev se umešča v dediščinsko arhitekturo zgodovinskih stavb in do določene mere tudi v spomine, ki jih turisti ustvarijo ob preživljanju časa v jasno opredeljenih urbanih območjih, na primer ob obedovanju na določenem trgu (Ginting in Wahid, 2015). Raziskovalna faza potopisnega pripovedništva omogoča tudi odkrivanje in eksplicitno predstavitev zgodovine te dediščinske arhitekture, saj ta velja za del turističnega produkta in je zato vidna v promocijskih dokumentih ter na spletnih straneh (McKercher, 2016; Benur in Bramwell, 2015). Obujanje spominov na preživeti čas v urbanem prostoru

pa predstavlja bistveno večji metodološki izziv in je za samostojne avtorje, ki pišejo za časopisne popotniške rubrike, pogosto preveč časovno zahtevno, saj imajo praviloma zagotovljena sredstva le za dvodnevno bivanje na terenu (Saunders in Moles, 2016). Posledično je znamka kraja, ki jo je organizacija za upravljanje destinacije skrbno raziskala in oblikovala, potencialnim obiskovalcem posredovana le delno. V časopisnih popotniških prispevkih je namreč večinoma obravnavan predvsem tako imenovani turistični produkt oziroma osnovni produkt destinacije, skupaj z opisom prevoznih sredstev iz izvirne države. Mimogrede velja omeniti, da so v britanskem tisku ti prevozi potopisnim novinarjem pogosto zagotovljeni brezplačno, kar je praviloma na koncu članka tudi razkrito.

Za trenutek se ustavimo ob uvodu oziroma incipitu enega izmed potopisnih člankov, da vidimo, kaj se v njem sporoča, ter si skušamo predstavljati avtorico in pritiske različnih deležnikov, ki jo obdajajo. Žal je bil izvirni vir tega članka medtem odstranjen s spletnih strani, kjer je bil objavljen, saj je bila spletna stran prenovljena.

»Nantes: dinamično mesto – Pays de la Loire – polno idej za počitnice

Za tiste, ki razmišljajo o gastronomski pustolovščini, je na voljo obilica kulinaričnih možnosti, od tradicionalnih francoskih jedi do sodobnih fuzijskih okusov. Četrť Bouffay kar kipi od restavracij, sprehod po njenih ulicah pa vam omogoča, da že ob vonjavah začutite, da še pred izbiro okušate arome, ki se širijo iz kuhinj.

Če vas zamika, da bi katero izmed okusnih jedi, ki ste jih poskusili, pripravili tudi sami, so na voljo številne tržnice, kjer lahko kupite vse potrebne sestavine. Obiščite tržnico Talensac ob koncu tedna in zagotavljam vam, da boste imeli več kot dovolj izbire.

Torej: voda, zgodovina, čudovite stavbe, izjemne razstave in razvajene brbončice – kaj pa ... nakupovanje? Ne boste razočarani. Tisti, ki vedo, se ob koncu tedna odpravijo na ulico Crébillon. Ta ulica je po nakupovanju tako znana, da je njeno ime postalo celo glagol (crébilloner) za eno naših najljubših razvedril – malce terapevtskega nakupovanja. Tu boste našli obilje francoskih in mednarodnih blagovnih znamk.«

Naslov želi mesto Nantes umestiti v razmerje do doline Loire. Dolina Loire je prostor, ki ga britanski turisti poznajo po imenu, vendar ga pogosto ne znajo natančno umestiti na zemljevid. Francosko ime *Pays de la Loire*, vključeno v naslov, je ime regije; za večino britanskih bralcev to nima posebnega pomena, hkrati pa razkriva, da so bili avtor ali uredniška ekipa Francozi in so želeli regionalni upravi oziroma njenemu DMO-ju pokazati, da je bila regija eksplicitno omenjena. Poimenovanja mestnih četrti, kot so Bouffay, Talensac in Crébillon, mestnemu

DMO-ju sporočajo, da je bilo mesto skrbno kartirano z namenom spodbujanja gibanja obiskovalcev in komercialne potrošnje. To je tudi temeljna funkcija te diskurzivne prakse: deluje kot del kroga gospodarske produkcije, promocije in potrošnje. Avtorica si s pisanjem ustvarja dohodek, najverjetneje v okviru agencije za odnose z javnostmi, podjetja za vsebinski marketing ali lokalne javne ustanove. Besedilo je za obiskovalce dragoceno, ker jih hitro usmeri v urbane prostore, ki so pripravljeni, da jih sprejmejo in jim omogočijo prijeten kratek oddih. Mimogrede pa zapis ustvarja tudi vtis poglobljenega poznavanja kraja s frazo »tisti, ki vedo, prisegajo na Crébillon«. To turistični izkušnji dodaja vrednost, saj jo bogati z lokalnim znanjem. Demografska skupina britanskih obiskovalcev, ki se odpravi proti jugu v Nantes, se zanima za francoski jezik in francoski način življenja, in sicer tako za eksotično kulturo, ki jo želi doživeti, kot tudi kot simbol družbenega statusa.

### **Turistične raziskave, ki preučujejo vlogo potopisnega pripovedni stva v turizmu**

Raziskovalci si prizadevajo ugotoviti, kje in na kakšen način sta potopisno ali literarno pisanje prispevala k povečanju vrednosti nekega kraja za obiskovalce. Richards in Wilson (2004) menita, da potopisci ter literarni avtorji, ki pišejo o svojih potovanjih, denimo Kerouac (1922–1969), dejansko vplivajo na obiskovalce. S tem se odpira vprašanje, ali si turist na potovanju želi ponoviti pot slavnega avtorja ali pa posnemati njegov življenjski slog. Pisanje ponuja tudi način pogajanja o identiteti ob srečevanju z novimi kulturami, ne glede na to, ali obiskovalci berejo besedilo, umeščeno v njihovo po itni sko destinacijo, ali pa sami pišejo dnevnik oziroma blog. Objavljena potopisna literatura lahko spreminja vedenje turistov; Macaulayjeva knjiga *Pravljica obala: od Pirenejev do Portugalske (Fabled Shore: From the Pyrenees to Portugal)* (1949) je primer literarnega potopisa, ki je nehote postalo promocijsko besedilo (Dann 1999). Zgornja analiza sicer uporablja izraz potopisno pripovedni stvo za kategorizacijo obravnavanih praks, vendar se v resnici bolj osredotoča na potopisno literaturo. Mo no je, da so prav mo ne pripovedne strukture, značilne za potopisno literaturo, ključni dejavnik, ki prispeva k njeni uporabi med turisti. Kategorija  asopisnega potopisnega novinarstva v omenjenih raziskavah ni analizirana, kar pušča vrzel v razumevanju, kako vsebine potopisnega novinarstva vplivajo na obiskovalce. Jasno pa je, da imajo potopisni novinarji, ki ustvarjajo takšna besedila, v mislih vedenje turistov in razmišljajo o tem, kako bi njihova besedila to vedenje lahko spremenila. V prej obravnavanem besedilu na primer potopiska uporablja ve elne oblike glagola v stavku »Oglejte si tr znice

Talensac». Takšno navodilo oziroma zapoved razkriva njeno identiteto in razumevanje lastne vloge: njeno delo je spodbujati bralce – obiskovalce k spremembi vedenja v turističnem prostoru Nantesa.

Na širši ravni so bili preučeni tudi načini nastajanja tovrstnih medijsko posredovanih potopisnih člankov ter njihov vpliv na podobo destinacije (Gladwell in Wolff, 1989; Dore in Crouch, 2003):

»[Te PR-aktivnosti, ki jih organizirajo DMO-ji, so] lahko poimenovane na različne načine, vključno z novinarskimi potovanji, programi za gostujoče novinarje (VJP) ter študijskimi potovanji za potopisce ali medije. Vsem pa je skupno, da so namenjeni privabljanju različnih novinarjev, piscev, filmskih ekip, ustvarjalcev dokumentarcev in drugih v določeno destinacijo, da tam izkusijo turistični produkt in zagotovijo medijsko izpostavljenost izbrani destinaciji.« (Dore in Crouch 2003, 140)

Na presečišču sodobnejšega koncepta znamenja krajev in potopisnih člankov v nacionalnem tisku je na voljo razmeroma malo raziskav, z izjemo študije Kubackega in Skinnerja (2006), ki obravnava znamenje celotnih držav na podlagi potopisnih člankov v britanskih medijih. Avtorja utemeljita uporabo štiridesetih člankov iz britanskih kakovostnih časopisov (broadsheets) za analizo znamke z naslednjima izhodiščema, s katerima podpreta svojo raziskavo in ugotovitve:

»Nacionalna blagovna znamka se komunicira prek geografije države, njene zgodovine, uradnih izjav, zabavne industrije in medijev, umetnosti in glasbe, znanih osebnosti ter drugih značilnosti, pa tudi prek kulture, jezika, turizma in potopisnega pripovedništva ter komercialnih blagovnih znamk.« (Kubacki & Skinner, 2006, 288)

»Potopisno pripovedništvo je relevanten vir podatkov, saj mu ljudje praviloma lažje verjamejo in ga sprejemajo, kadar je uporabljen komunikacijski kanal sam po sebi kulturni artefakt, in ne plačani medij« (Anholt 2002)

Kot sklep tega razdelka lahko ugotovimo, da raziskovalci verjamejo v obstoj vzročne povezave med potopisnim pripovedništvom, tako v obliki medijskih potopisnih člankov kot tudi potopisne literature kanoničnih avtorjev, in vedenjem turistov. Potopisci in organizacije, ki jih zaposlujejo, si prizadevajo to vedenje usmerjati, bodisi z namenom, da turiste sploh spodbudijo k izbiri določene destinacije, bodisi zato, da kot obiskovalci na destinaciji sprejemajo odločitve o tem, kaj si bodo ogledali in kaj bodo počeli v urbanem prostoru. V akademski literaturi se vrednost, užitek in zadovoljstvo omenjajo le obrobno, prevladujoča pozornost pa je namenjena



motivaciji in promociji krajev z namenom povečanja števila obiskovalcev. Kljub temu se literarno potopisno delo obravnava kot kulturni artefakt sam po sebi (Anholt 2002), zato mu je mogoče pripisati določeno vrednost. Pisanje oziroma avtor tako prevzame vlogo vodstva za obiskovalca pri odločanju, kam iti in kaj početi v urbanem prostoru. Zaradi teh dveh ravni vpliva je ključno, da se posredovanje besedila časovno ujema s trenutkom turističnega odločanja: izbira destinacije se zgodi doma, izbira dejavnosti pa na samem dopustu.

### **Analitična faza v procesu znamčenja turistične destinacije**

Na začetku procesa znamčenja destinacije se od notranjih deležnikov sistematično pridobiva lokalno znanje, da bi se razumelo, kateri vidiki letovišča ali urbanega prostora prebivalcem dajejo občutek vrednosti, zadovoljstva ali ugodja. Vključevanje prebivalcev v soustvarjanje podobe destinacije, vključno z integracijo glasov lokalnih skupnosti, je v strokovni literaturi dobro dokumentirano (Eshuis, Klijn in Braun, 2014; Zenker in Erfgen, 2014). Prvi avtorji opredelijo tri ključne prispevke prebivalcev v procesu razvoja znamke: »čustva, občutja in slogovne preference« (Eshuis, Klijn in Braun, 2014, 156). Zakarevičius in Lionikaitė (2013) v svoji obravnavi znamčenja krajev stopita še korak dlje in predstavita seznam elementov, razvrščenih po pomembnosti, ki jih raziskovalci podobe krajev najpogostejše vključujejo v vprašalnike ali obravnavajo v posvetovanjih s prebivalci. Ta sinteza Zakarevičiusa in Lionikaitė (2013) je še posebej relevantna za potopisce in upravljalce destinacij (DMO-je), saj upošteva delo tako akademikov kot praktikov na področju znamčenja mest ter razvršča ugotovitve na podlagi analize obeh skupin. Na podlagi njune raziskave, ki je v nadaljevanju povzeta, je mogoče predlagati nabor tem za kodiranje vsebine besedil v potopisnih člankih o Nantesu, analiziranih v tej študiji.

Avtorja poudarjata, da kampanje, ki ne vključujejo interesov lokalnega prebivalstva, vodijo v izgubo avtentičnosti in pomanjkanje prepoznavnosti kraja v končni promovirani podobi, ko je blagovna znamka posredovana javnosti (Zakarevičius in Lionikaitė 2013). V to komuniciranje blagovne znamke kraja sodijo tudi potopisni članki v časopisih. Promocija tistega, kar v nekem kraju že obstaja, njegove geografije in podnebja, je skoraj v neposrednem nasprotju s pisanjem oglasnih besedil, kjer je v ospredju vrednostni sistem kupca, saj je v oglaševanju ključno prav spreminjanje vedenja kupca z namenom doseganja prodaje turističnega paketa.

Tabela 3.1 Shema kodiranja analize znamenja kraja, razvita po Zakarevičiusu in Lionikaitė (2013, 152–153)

| Oštevilčena tema blagovne znamke |
|----------------------------------|
| 01-dediščina                     |
| 02-vodstvo                       |
| 03-infrastruktura                |
| 04-kultura                       |
| 05-ljudje                        |
| 06-družba                        |
| 07-vlada                         |
| 08-dogodki                       |
| 09-zgodovina                     |
| 10-zaznana vrednost              |
| 11-družbeni pogoji               |
| 12-javne storitve                |
| 13-zgodbe                        |
| 14-podjetništvo                  |
| 15-okolje                        |

Azevedo (2009) izvaja raziskavo mestne blagovne znamke z aktivnim vključevanjem prebivalcev. Njegov vprašalnik, ki ga je izpolnilo 107 sodelujočih (Azevedo 2009, 8), je izluščil pozitivne elemente mesta in jih predstavil v jeziku, ki so ga uporabili anketiranci sami, na primer »prijazno« (13,3 %) in »lepo« (11,1 %). Razmeroma visok delež, 11,3 % vprašanih, omenja župana kot pozitiven dejavnik njihovega odnosa do mesta, kar potrjuje pomen vodstva in upravljanja z vidika elementov, navedenih v zgoraj povzeti tipologiji (Zakarevičius in Lionikaitė 2013). Za potopisca in upravljavca blagovne znamke kraja so posebej dragocene tudi konkretne lokacije, ki jih domačini povezujejo s temi pozitivnimi občutki, denimo »odlične plaže«, »vinske kleti« ali »bregovi reke Douro«, saj lokalni prebivalci pri tem verjetneje izhajajo iz lastnih pozitivnih izkušenj kot pa iz spomina na oglaševalska besedila iz promocijskih gradiv (Azevedo 2009). Raziskovalni DMO in potopisec bi se lahko nato usmerila v raziskovanje fizičnih lokacij v mestu, ki imajo za prebivalce tako izrazito pozitivne asociacije.

Azevedo (2009) svojih sodelujočih ne sprašuje po zgodbah, čeprav jih sprašuje o dediščini, medtem ko Zakarevičius in Lionikaitė (2013) zgodbe, združene v skupino z dediščino, uvrščata med zelo pomembne elemente. Iskanje načinov, kako od domačinov pridobiti zgodbe, povezane z njihovimi pozitivno zaznamovanimi lokacijami, bi bilo zato smiselno raziskovalno izhodišče. Ključna večšina raziskovalcev podobe destinacije je v njihovi sposobnosti oblikovanja raziskovalnih orodij, ki so hkrati dovolj močna in dovolj občutljiva, da zmorejo zabeležiti pozitivne

komponente oblikovanja identitete ljudi, ki so v proučevanem urbanem prostoru prepoznali vrednost in kulturo. Za tovrstno raziskovalno delo je v preteklosti obstajalo tudi intelektualno gibanje, situacionisti v petdesetih letih 20. stoletja.

### **Obstoječe znamčenje destinacije Nantes**

V Nantesu je bila leta 2011 ustanovljena javna družba za upravljanje projekta turistične in kulturne promocije. Ta DMO se imenuje *Potovanje v Nantes (Le Voyage à Nantes)* (LVAN). LVAN ima letni proračun v višini 27.000.000 evrov in 260 zaposlenih, preračunanih v ekvivalente polnega delovnega časa (Nantes.Tourisme 2015). *Le Voyage à Nantes* je *société publique locale* (SPL), pravna oblika, zasnovana za bolj konkurenčno upravljanje javnih sredstev v zahodnih demokracijah. V okviru SPL se vodstvo in zaposleni, vsaj v primeru *Le Voyage à Nantes*, dojemajo kot dovolj svobodni, da lahko naročajo umetniška dela in nastopajo kot pokrovitelji, podobno kot renesančni mecenarji umetnosti. Ta prevzeta vloga je za profesionalnega potopisca in za pomenjeni projekt posebej zanimiva, saj ponuja možnosti financiranja vodenih sprehodov ali naročanja raziskav, pisanja, oblikovanja in distribucije potopisnih besedil, pa tudi delavnic ali rezidenc, povezanih z znamčenjem kraja Nantes.

Za umestitev turistične dejavnosti britanskih počitnikarjev v Nantes so bili uporabljeni podatki iz produkta INSEE Pack Hôtels (INSEE, 2016). Najprej so bili analizirani podatki o številu hotelskih prenočitev v celotni Franciji med turisti, katerih država stalnega prebivališča je Združeno kraljestvo. Ob podrobnejšem pregledu podatkov je razvidno, da je upad števila britanskih gostov v francoskih hotelih med letoma 2008 in 2011 najverjetneje posledica svetovne gospodarske krize po bančnih zlomih, ki so postali očitni jeseni 2008. Od najnižje vrednosti 10.468.822 hotelskih prenočitev v letu 2011, kot kaže stolpčni graf zgoraj, je v kasnejših letih opazno postopno okrevanje do najnovejših razpoložljivih podatkov (INSEE, 2016). Podatki o hotelskih prenočitvah za Nantes so bili pridobljeni pri DMO *Le Voyage à Nantes*. Čeprav ne pokrivajo povsem enakega časovnega obdobja, vseeno jasno kažejo zanimanje britanskih turistov za Nantes. Na leto so turisti iz Združenega kraljestva v Nantesu ustvarili med 20.000 in 30.000 nočitev. V petletnem obdobju to nihanje v razponu približno  $\pm 10.000$  nočitev pomeni, da lahko različni dejavniki močno vplivajo na številke. Tudi če bi vsaka nočitev predstavljala le 80 funtov porabe, to pomeni razliko v višini približno 800.000 funtov, ki je lahko povezana tudi s spremembami v promocijskem pisanju in objavljanju.

Urbano območje, ki ga zajemajo ti podatki, je CU (*Communauté urbaine*), ki vključuje Nantes in 23 primestnih območij v njegovi okolici. Povečanje števila prenočitev v letu 2013 je mogoče pripisati temu, da je Nantes prejel naziv Evropsko zeleno mesto 2013, kar je prineslo dodaten obisk, zlasti iz Bristola. Bristol se je namreč potegoval za naslednji naziv zelenega mesta in hkrati načrtoval novo letalsko povezavo z Nantesom. Če se ti dve skupini podatkov združita, se pokaže, da je leto zelenega mesta 2013 Nantesu dejansko prineslo povečanje deleža britanskih obiskovalcev v primerjavi z drugimi francoskimi regijami.

Merjenje deleža v odstotkih hkrati opozarja, da se francoski DMO-ji med seboj potegujejo za svoj delež britanskih turistov, kar jasno kaže na pomen znamenja destinacij in sistematičnega merjenja njegove učinkovitosti. Analitične metode, kakršne so predstavljene v tej knjigi, so zato dragoceno orodje za DMO-je, saj jim omogočajo vrednotenje učinkov znamenja ter prepoznavanje vrzeli v podobi blagovne znamke destinacije.

### **Spremljanje znamenja krajev za DMO**

V komercialnem okolju se lahko potopisno novinarstvo uporablja za povečevanje prihodkov s promocijo turističnih produktov, ki so na voljo obiskovalcem mestnih oddihov. Za same obiskovalce pa je kulturno znanje, pridobljeno z branjem in raziskovanjem dediščine, povezano z osebno emancipacijo. Kulturni turisti iščejo izkušnje, ki jim omogočajo bolj izpolnjeno življenje. Osebna vrednost počitnic lahko izhaja iz dosežkov in pozitivnega razvoja identitete; ti procesi so povezani z odkrivanjem skritih izkušenj v sodobnem mestu (Koeck & Warnaby, 2015).

K vrednosti, ki jo iščejo potencialni obiskovalci, prispevajo tudi psihoanalitični pristopi. Bernstein pojasnjuje, da lahko ljudje, če v ponujeni pripovedi prepoznajo lastni jaz, nadaljujejo prekinjen proces oblikovanja sebe in dosežejo emancipacijo (Bernstein, 1995, 64). Poenostavljeno povedano je to blizu identifikaciji s pripovedovalcem v zgodbi, čigar dejanja nato vplivajo na bralce.

### **Postopki zagotavljanja integritete podatkov za potopisne novinarske članke**

Metoda zbiranja podatkov za to spremljanje znamke je preprosta in jo lahko zlahka ponovijo tako DMO-ji kot tudi potopisni novinarji. Članki so zajeti z interneta. Uporabljeni sta dve vrsti osnovnega iskanja, ki simulirata angleško govorečega

uporabnika s sedežem v Združenem kraljestvu, ki išče informacije o kulturnem oddihu ali mestnem oddihu v Nantesu. Uporabljena sta iskalnika Google v brskalniku Chrome in Bing v Internet Explorerju. Zajeto je zgolj besedilo člankov, ki se nato očisti in shrani v kodiranju UTF-8, da se ohranijo vsi naglašeni znaki. Vsi članki, ki so jasno datirani pred letom 2000, se izločijo. Če datuma ni mogoče določiti, se namesto tega uporabi datum zajema.

**Ključne besede za iskanje:** Nantes, Nantes potovanje, Nantes kultura, Nantes potopisno pripovedništvo, Nantes potopis, Nantes obisk mesta.

### **Metode kodiranja potopisnih člankov za analizo**

Metoda okvirja (framework method) se pogosto uporablja pri odkrivanju znanj s področja turizma (Brunt, 1997), Gale idr. (2013) pa ponujajo natančen vodnik za uporabo te metode pri tematski analizi kvalitativnih podatkov. Njihov postopek obsega pet korakov, od začetnega kodiranja do razporejanja podatkov v matriko. Zadnji korak temelji na interpretaciji z zapisovanjem analitičnih memov (memo-writing). Ti koraki temeljijo na induktivnem sklepanju, pri katerem podatki sami nakazujejo močne vzorce in dokaze. V zaključni fazi je uporabljena abdukcija, torej prehod od opažanj k verjetni novi teoriji, ki izhaja iz ugotovitev. Gale idr. (2013) uporabljajo odprto kodiranje, saj nimajo vnaprej oblikovane hipoteze o tem, kaj bodo v podatkih odkrili. Analiza v okviru spremljanja znamke kraja pa je usmerjena drugače: osredotoča se na iskanje ujemanj s kodnim seznamom, ki izhaja iz prakse znamčenja krajev, z namenom odgovoriti na ključno vprašanje: ali ti lahko dostopni potopisni članki posredujejo sporočilo DMO-ja? In kje so vrzeli? To pomeni: kateri elementi znamčenja kraja so v javno dostopnih potopisnih člankih o Nantesu slabo zastopani?

Ko je v posameznem potopisnem članku zaznano ujemanje, ga raziskovalec vnese v ustrezno celico preglednice, nato pa ob zaključku kodiranja spremeni oznake v skupno število, na primer IIII = 5. Hrana je kodirana pod 04 – kultura in terroir, medtem ko je terroir umeščen tudi pod 15 – okolje. Pri vzorcu dvanajstih člankov je mogoče celoten postopek kodiranja in seštevanja v preglednici opraviti v enem dnevu. Spodaj so prikazani podrobnejši izseki iz preglednice, ki prikazujejo kodiranje teh potopisnih člankov.

**Tabela 3.2 Izvleček preglednice za beleženje elementov blagovne znamke, ki jih najdemo v vsakem časopisnem popotniškem članku.**

| Naslov članka s številčno kodo       | A : 01-dediščina | B : 02-vodstvo |
|--------------------------------------|------------------|----------------|
| 01 KLM Sprehod po četrti Graslin     | 1                | 0              |
| 02 ArrivalGuides Dobrodošli v Nantes | 1                | 1              |

Vizualni pregled jasno pokaže, kje se sporočilo DMO-ja prek glavnih spletnih časopisov in popotniških medijev prebija do bralcev v Združenem kraljestvu. Ničelni podatki oziroma prazni stolpci razkrivajo področja, kjer komunikacija sploh ne poteka.

Najbogatejši članek z vidika ujemanja z elementi znamenja krajev je prispevek Audrey Gillan, ki je bil 13. avgusta 2015 objavljen na spletu pri reviji *National Geographic* in posodobljen 5. julija 2021. Gre za revijo in ne za klasično potopisno rubriko dnevnega časopisa, pri čemer ima *National Geographic* uveljavljen sloves temeljito raziskanega in poglobljenega pisanja. Gillan besedilo začne v obliki dnevnškega zapisa oziroma bloga in bralce že ob 8. uri zjutraj umesti skupaj s sabo na tržnico. Opazno je, kako domačine v članku uvaja poimensko in jih obravnava kot like. Nato poveže lokalno vino z geologijo in geografijo območja, kar povzame pojem *terroir*. Gillan poimensko omeni lokalno restavracijo ter bralcem predstavi vrsto vina, ki jim bo v pomoč pri naročanju v Nantesu – muscadet.

»Ob osmih zjutraj na tržnici Talensac v Nantesu [...]

Živahen in očarljiv Bourget, lastnik restavracije La Raffinerie v predelu Madeleines v tem severozahodnem mestu, mi pokaže debele redkvice na stojnici, kjer sladek vonj jagod Gariguette sproži skoraj pavlovski refleks, da roke sežejo v žepe po denarnice. [...]

Medtem nam v Vins de Loire Solène Franquet razloži, da je muscadet vino z veliko več raznolikosti, kot bi si sicer nevedno mislili. Poskusimo primer, ki je živahen in svež, z rahlim pridihom morja, ter drugega, bolj viskoznega, 'tretje ravni' *crus communaux*, ki ga zaznamujejo kandirano sadje in med.

'V pridelavi muscadeta sodeluje 600 vinarjev, večina v območju Sèvre et Maine, vendar so tla zelo različna, zato so tudi okusi lahko zelo različni,' pravi Franquet. 'Mladi muscadet na jeziku ustvari drobne bisere, medtem ko ima *crus communaux* zelo posebna tla in zori 18 mesecev.'« (Gillan 2021).

## Kako se potopisni članki ujemajo s 15 elementi znamčenja kraja?

Analiza razkriva razmerje med elementi znamčenja krajev in temami, ki jih obravnavajo potopisni članki v spletnih časopisih. Matrični graf pokaže, da en potopisni članek obravnava 5 od 15 elementov znamčenja krajev, kar pomeni zelo visoko stopnjo ujemanja. Graf hkrati razkrije določeno soglasje med potopisnimi novinarji, saj sta na primer elementa 04 – kultura in 09 – zgodovina zajeta v 7 od 12 najdenih člankov o Nantesu. Ne glede na pogoje, ki vplivajo na izbiro vsebin, ki jih avtorji vključujejo v svoja besedila, se izriše prepoznaven vzorec. Natančno branje referenc, ki sodijo v kategorijo 04 – kultura, pokaže sezname krajev, kjer je mogoče jesti, ki so zelo podobni tistim v turističnih vodnikih. Omejen čas, ki ga imajo avtorji na terenu, ter zaznana pričakovanja njihovega občinstva, tako urednikov kot bralcev, določajo, katere vidike turističnega produkta vključijo v svoje pisanje. V nobenem od prispevkov ni zaznati poskusa, da bi bralcem ponudili zgodbo, ki bi jo lahko vključili v lastno pripoved, čeprav Coates nakaže možnost pripovedi, ko v članek vpelje lik svojega 21-letnega sina in uporabi dialog (Coates 2014), pri čemer v prizoru z vrtiljakom pride tudi do določene razrešitve zgodbe (Coates 2014). Kljub temu je treba skleniti, da spletni potopisni članki, ki jih objavljajo ugledne medijske hiše, bralcem ne ponujajo priložnosti, da bi se identificirali z Nantesom ali si mesto simbolno prisvojili skozi pripoved ali zgodbo.

Opazno je tudi, da trije elementi znamčenja niso zajeti v nobenem izmed člankov: 06 – družba, 11 – socialne razmere in 13 – zgodbe. Obstaja pa dokumentiran primer, ki kaže, kako je te tri manjkajoče elemente mogoče raziskati in prepoznati. Akademsko sociologinja Delcroix uporablja refleksivne oblike akcijskega raziskovanja in v svojem delu predstavi zgodbo enega izmed projektov v Nantesu (Delcroix in Inowlocki, 2008). Gre za uspešen primer, v katerem so izolirani očetje v skupnosti opolnomočeni, da se povežejo z najstniškimi skupinami in skupaj razvijajo socialni kapital z namenom izboljšanja socialnih razmer v mestu. Skozi delavnice pripovedovanja življenjskih zgodb očetje ustvarjajo družinski spomin in iz tega pridobijo moč z večanjem mrežnega socialnega kapitala urbanega prostora (Bourdieu & Passeron, 1990). Metodologijo pripovedovanja življenjskih zgodb z uporabo refleksivnih, s strani praktikov vodenih srečanj, podrobneje razložijo Chaxel, Fiorelli in Moity-Maïzi (2014); njihova raziskava pokaže, kako lahko udeleženci razkrijejo vire iz prejšnjih obdobj svojega življenja, ki jih je mogoče uporabiti kot del prihodnjih emancipatornih praks (Chaxel et al., 2014). Delcroix in

drugi akademski raziskovalci na terenu preživijo bistveno več časa, kot si ga lahko privoščijo potopisni novinarji, ki delajo po naročilu spletnih medijskih založnikov.

### **Kako lahko te ugotovitve vplivajo na proces naročanja potopisnih avtorjev?**

Plačani potopisci in terenski raziskovalci na področju znamenja krajev pogosto nimajo jasnih usmeritev glede urbanih prostorov, v katerih nastajajo zgodbe, povezane z elementom 13 – zgodbe, denimo kompleksne zgodbe, ki izhajajo iz socialnih razmer, obravnavanih zgoraj (Delcroix in Inowlocki, 2008). Tudi prostori, ki jih turisti odkrivajo kot skrite dragocenosti sodobnega mesta (Koeck in Warnaby, 2015), bi lahko bili vključeni med lokacije, ki jih DMO predlaga plačanim avtorjem. S tem se odpira vprašanje, kako so ti kraji razporejeni v urbanem prostoru obravnavanega mesta, v tem primeru Nantesa. Michel na primer v svoji doktorski raziskavi s pomočjo polstrukturiranih intervjujev preučuje ustvarjalno četrt Nantesa z imenom Les Olivettes in na tej podlagi opredeli interesni plato mesta z mapiranjem mrež odnosov med kreativnimi podjetji (Michel 2014). Saunders in Moles (2016) predstavita operacionaliziran proces za pridobivanje zgodb o prostoru v okviru zbiranja zvočnih posnetkov mladih moških v eni izmed četrti Cardiffa. Takšne dolgoročne akademske raziskovalne pristope bi bilo mogoče razviti v bolj zgoščen proces sodelovanja z lokalnimi prebivalci, osredotočen na specifične lokacije v mestu. Na ta način bi se lahko zgodbe, ki imajo vrednost za druge obiskovalce in uporabnike prostora, aktivirale kot del bolj dostopnega omrežja socialnega kapitala.

### **Priporočila za raziskovalce podobe destinacij, naročniške urednike in potopisce**

DMO-ji za mesta in turistična območja bi lahko s pomočjo tega modela nadaljevali sprotno analizo potopisnih člankov, ki so objavljeni na spletu in namenjeni bralcem v Združenem kraljestvu. Tak proces spremljanja omogoča identifikacijo elementov, ki v potopisnem tisku ostajajo prezrti. Z naročanjem besedil bi lahko DMO-ji natančno določili, katere elemente naj avtorji vključijo, da bi pritegnili občinstvo in ga povezali z mestom. Prepoznavanje vodilnega avtorja na tem področju zahteva dobro poznavanje medijskega prostora v državi izvirnega turističnega trga. Element 13 – zgodbe v znamenju kraja je mogoče najti v kulturni zgodovini mesta, ki sovпада z elementom 6 – družba; oba sta prisotna v arhitekturi in v literarnih besedilih, umeščenih v obravnavano urbano okolje.





## 4. poglavje: Vrednost, aksiologija in pisna reprezentacija kraja

To poglavje obravnava pojem kraja, njegove značilnosti in lastnosti ter razmerja do turizma in pripovedovanja zgodb, in sicer z namenom vzpostaviti akademsko podlago za nadaljnje raziskave. Posebni razdelki so namenjeni raziskovanju kraja skozi pisanje ter konstrukciji kraja v literarnem potopisnem pripovedništvu. Poudarjeni in podrobneje razdelani so postopki pridobivanja znanja, terenski zapiski in vodenje dnevnika, s čimer je prikazano, kako je mogoče iz vsakdanjih praks na terenu izluščiti aksiološko vrednost. Novi teoretski elementi poglavja so podprti z razdelanimi primeri in praktičnimi napotki. Podrobno je predstavljen tudi večkrat uporaben digitalni oblikovalski predlog, ki združuje dnevniško pisanje in koncept Zettelkasten, namenjen ponovni uporabi s strani piscev in pedagogov pri pouku ali v lastnih potopisnih projektih.

### Ali je mogoče kraj deliti prek napisanih besedil?

Opredelevanje kraja predstavlja izziv za teoretike. Eden od razlogov za to je, da pojem kraja uporabljajo številne discipline, njegova narava pa je izmuzljiva, zato se zaznave in predstave o kraju med seboj močno razlikujejo. Razlikuje se tudi terminologija; izrazi »kraj«, »prostor« in »kulturna geografija« so vsi povezani s kraji (Shi & Zhu 2018, 224) in tudi s turističnimi destinacijami. Vprašanje kraja je hkrati

sociološko, filozofsko, politično, ekonomsko in čustveno. V raziskavah turizma na primer vse več pozornosti pritegujeta navezanost na kraj (Dwyer et al., 2019) in konstrukcija kraja. Brown (2005, 18) pojem kraja obravnava kot »družbeno konstrukcijo, oblikovano skozi interakcije med človekom in okoljem«. Poleg pojma kraja avtorji obravnavajo tudi občutek kraja, ki odraža številne razsežnosti, od kulturnih, verskih, zgodovinskih in osebnih do ekonomskih (Stuart Chapin & Knapp 2015). Kraj je lahko soba, celo kavč, postelja, pisalna miza, hiša, vas, mesto, most, jasa sredi gozda, poseben kamen na plaži, točno določena jablana na travniku, vrt ali park. V raziskovalni literaturi najdemo več definicij kraja; od »fizičnega vidika obstoječega okolja« (Jeremiah 2000, 23) do »okolja, v katerem so umeščena in obravnavana vprašanja pisanja ter drugih jezikovnih spretnosti« (Jeremiah 2000, 23). Patterson in Williams (2005, 361) pišeta, da se je pojem kraja pojavil v poznih šestdesetih letih 20. stoletja »kot osrednja tema pri raziskovanju odnosa med človekom in okoljem«, hkrati pa opozarjata, da še vedno obstaja »pomanjkanje konceptualne jasnosti«. Kraj ima svoje fizične, zgodovinske, naravne, družbene in ekonomske značilnosti ter kot tak vzpostavlja lastne odnose z ljudmi, organizacijami in drugimi kraji. Van Assche et al. (2020) poudarjajo, da ima vsak kraj tudi svoje lastne pripovedi, Grenni idr. (2020) pa opozarjajo na pomen kulturnih pripovedi pri znamčenju krajev, ki se »nanaša na ustvarjanje vrednosti v prostoru s krepitvijo in reprezentacijo značilnosti kraja na koherenten način, kot narativno podobo samega kraja« (Grenni et al., 2020, 1355). Zgodbe so s kraji globoko prepletene tudi zato, ker ima vsaka zgodba svoj kraj dogajanja, identiteta in podoba vsakega kraja pa se prav tako gradita skozi zgodbe (Mundell, 2018). Po drugi strani pa je kraje mogoče tudi ustvariti – spretni potopisci in strokovnjaki za znamčenje lahko ustvarijo kraj, ki je pomemben z vidika turističnih študij. Pomemben vidik krajev je tudi ta, da imajo različne pomene (Gustafson, 2001) in da ljudje do njih razvijejo navezanost. Posamezniki so običajno navezani na kraje, kjer so odrasčali ali kjer so preživeli lepe trenutke. Po mnenju Stedmana in sodelavcev (2004, 582) imajo izkušnje ključno vlogo, saj trdijo, da se navezanost na kraj »gradi skozi izkušnjo«. Hidalgo in Hernandez (2001, 274) obravnavata pojem navezanosti na kraj in ugotavljata, da je »terminološka in konceptualna zmeda« na tem raziskovalnem področju zavirala napredek. Patterson in Williams (2005, 375) pojasnjujeta, da obstaja več razsežnosti pojma kraja; nekatere je mogoče »kvantitativno operacionalizirati«, druge pa »raziskovati bolj subtilno s kvalitativnimi pristopi«.

Smith (2015), Ram in sodelavci (2016) ter D'Orey in sodelavci (2019) so kraje preučevali z vidika turizma kot osrednje turistične kategorije, ki je ključna za razvoj turističnih produktov. Smith (2015, 220) je podrobneje raziskoval »pomen kraja v kontekstu razvoja in trženja turističnih produktov« ter vzpostavil vzporednice s pojmom *terroir*, ki ga je poimenoval »*terroir* kraja«. Ta vključuje »zgodovino, lokalne tradicije in kulture, religijo, industrijo, naravno okolje, kulinariko in umetnost ter znamenitosti in dogodke« (Smith, 2015, 220). Smith (2015, 220) poudarja, da je kraj kompleksna kategorija, bistveno več kot zgolj geografski pojem, ter da je »ključna značilnost razvoja in promocije na kraju temelječih produktov prepoznavanje in pripovedovanje zgodbe kraja z uporabo različnih pripovednih tehnik«, kot so pripovedovanje zgodb, tisk, video, grafični in digitalni mediji. Ram in sodelavci (2016) so se osredotočili na turistične znamenitosti kot dejavnike navezanosti na kraj in avtentičnosti ter ugotovili, da turistične znamenitosti prispevajo tako k navezanosti kot k občutku avtentičnosti. D'Orey in sodelavci (2019) menijo, da je razumevanje odnosa med kraji in turisti v turizmu ključno ter vodi k izboljšanju trajnosti turizma. Prav tako so opredelili štiri osrednje koncepte zaznavanja »občutka kraja«: 1 pripadnost kraju (Chang, 1997; Kaltenborn, 1998; Relph, 1976; Vorkinn in Riese, 2001), 2 naklonjenost kraju (George in George, 2012; R. Stedman et al., 2004; R. C. Stedman, 2003; Yuksel et al., 2010), 3 zavezanost kraju (Shamai, 1991; Shamai in Ilatov, 2005; Smaldone et al., 2005) ter 4 identifikacijo s krajem (Proshansky, 1978; Proshansky et al., 1983).

Pojem kraja je seveda tesno povezan s pojmom časa (Friedland & Boden, 1994), oba skupaj pa tvorita okvir za nemški izraz »*Zeitgeist*«, ki se danes uporablja za opis duha določenega časa na določenem kraju; pri tem Gieryn poudarja, da »kraj vztraja kot sestavni element družbenega življenja in zgodovinskih sprememb« (Gieryn, 2000, 463). Pri razvoju turizma se iščejo kraji z lastnostmi, zaradi katerih so privlačni za obiskovalce, saj imajo »edinstvene značilnosti, ki odražajo njihovo zgodovino, način življenja ali okolje« (McKercher et al., 2004). Więckowsky (2014) poudarja, da se turistični prostor razlikuje od drugih prostorov zaradi različnih dejavnosti, ki ta prostor opredeljujejo, zato imajo neposredne investicije, človeške prakse in komunikacija pomembno vlogo pri razvoju turističnega prostora. Turistični prostor je pravzaprav »del geografskega in družbenoekonomskega prostora, v katerem potekajo turistični pojavi« (Warszyńska & Jackowski, 1979, 31 v Więckowsky, 2014, 18), ter »podprostor splošnega geografskega prostora, sestavljen iz naravnih in družbenih komponent« (Liszewski & Bachvarov, 1998 v Więckowsky, 2014, 18). Zelo pogosto imajo pri ustvarjanju krajev pomembno vlogo formalne institucije, kot

so občine in upravljavske agencije, oziroma, kot zapišejo Stedman in sodelavci (2004, 583), pri »ustvarjanju pomenov krajev«.

Van Assche in sodelavci (2020, 1276) menijo, da »uresničevanje plodnih sinergij med prostorskim načrtovanjem in znamčenjem krajev zahteva temeljito razumevanje praks načrtovanja in znamčenja ter umeščenost obeh v upravljanje«, s čimer potrjujejo, da so izvoljeni lokalni predstavniki v najboljšem položaju za vodenje projektov analize znamčenja krajev v koordinaciji s postopki prostorskega načrtovanja mest in krajev.

Lastnosti, ki tvorijo bistvo kraja in so tesno povezane s človeškimi zaznavami, so odvisne tako od izkušnje kot od opazovanja (Brown 2005); o tem je že leta 1937 razpravljal Ekblaw. Pozneje so Tuan (1974, 1977), Relph (1976) in Brown (2005) poskušali opisati kognitivne, čustvene in vedenjske sestavine »posameznikovega občutka kraja« (Brown 2005, 18). Po Brownu (2005, 18) so »ljudje aktivni udeleženci v krajini – mislijo, čutijo in delujejo – kar vodi v pripisovanje pomena in vrednotenje določenih krajin in krajev«. Takšna teoretska izhodišča piscu, ki se ukvarja s pisanjem o krajih, omogočajo, da preizprašuje lastno udeležbo v dejavnostih in poskuša svoje misli ter občutja posredovati bralcem kot ustvarjalno dejanje. Za raziskovalnega pisca kraja je to oblika osebne antropologije, ko se sprašuje, kaj tukaj sem, in osebne etnografije, ko se sprašuje, kaj verjamem, da tukaj ustvarjam.

### **Pisanje kot raziskovanje kraja: Kaj lahko o mestih spoznamo skozi besedilo?**

Prostor obstaja v literaturi in »predstavlja referenčni okvir za literaturo« (Škulj 2004, 22). Literatura za svoj obstoj potrebuje prostor, saj ta predstavlja prizorišče dogodkov v zgodbi. V literaturi je kraj navadno povezan s časom in obliko, torej z »družbenim okoljem oziroma družbenim kontekstom literarnega dela« (Jeremiah 2000, 23). Knoop in sodelavci (2016, 35) ugotavljajo, da ob »posredovanju zaznane estetske privlačnosti literarnega dela drugim svojo izkušnjo projiciramo v prostor razpoložljivih besednih konceptov ter izberemo tiste, ki se nam zdijo najprimernejši za zajem narave vtisa«.

Prostor v literaturi je lahko povsem fiktivski in ustvarjen s strani avtorja. Po drugi strani pa lahko avtor uporablja poročevalske tehnike za realistično opisovanje krajev in njihovih vsakdanjih praks. V spodnji študiji primera Montreala je to podrobneje

obravnavano, da bi pokazali, kako literarni avtor združuje družbene odnose s prostorsko artikulacijo mesta, tako da se ti medsebojno osvetljujejo.

V eseju *Hoja po mestu (Walking in the City)* (1980) Michel de Certeau zagovarja tezo, da urbana mesta oživijo šele skozi hojo ljudi. Morris (2004, 676) ugotavlja, da ta esej »ponuja prepričljiv teoretski okvir za razumevanje časovnih in prostorskih operacij popularne kulture, zlasti z vidika praks občinstva«. Hoja, ki je za domačine lahko povsem običajna izkušnja, lahko za obiskovalce in turiste postane izjemna. Morris (2004, 676) ta pojav poimenuje »izjemno vsakdanje«.

Po eni strani lahko literarna besedila posredujejo čustva in podrobnosti o mestu, po drugi strani pa se lahko obiskovalci in turisti učijo tako, da po mestu hodijo in ga »berejo«. Ko se sprehajalec, ki je hkrati pisec in raziskovalec, loti zapisovanja svojih opažanj o mestu, je mesto na določen način označeno, opredeljeno in interpretirano; ustvari se določena percepcija, ki vpliva na podobo mesta. Prihodnji raziskovalci in obiskovalci so lahko pod vplivom te podobe, pa tudi vseh podob, ki so jih oblikovali ob branju besedil prejšnjih piscev – raziskovalcev, še preden so mesto sami prehodili in raziskali. Besedila, ki jih ustvarjajo pisci – raziskovalci, lahko vplivajo na identiteto mesta ter sprožijo in spodbujajo razprave o njegovi identiteti in prihodnjem razvoju.

### Literarno pisanje kot konstrukcija kraja: študija Proulxovega Montreala

Monique Proulx je québeška romanopiska in dramatičarka, rojena leta 1952 v Quebec Cityju, ki pa živi in ustvarja v Montrealu. Njeno zgodnje delo iz osemdesetih let je hitro pritegnilo pozornost literarne javnosti; zbirka kratkih zgodb *Brezsrčen in nedolžen, novele (Sans cœur et sans reproche, nouvelles)* (1983) ji je prinesla nagrado Prix Littéraire Desjardins. Delo, ki je v tej študiji primera obravnavano z vidika literarnega ustvarjanja kraja, je njen prvi roman novega tisočletja in hkrati tretji roman v njenem opusu, *Srce je neprostovoljna mišica (Le Cœur est un muscle involontaire)* (2002), ki je na voljo tudi v angleškem prevodu z naslovom *The Heart Is an Involuntary Muscle* (2003). Proulx jasno nakaže, da je roman umeščen v mesto Montreal in v novo stoletje, in sicer z navajanjem letnic, kot je 2001, ter z uporabo imen ulic, zapisanih z lokalno samoumevnostjo, na primer »rue Sherbrooke, coin McGill« (Proulx, 2002, 193).

Pristop k njenemu romanu in k literarnemu pisanju kot diskurzivni praksi v nadaljnji razpravi sledi stališču Jamesa Reida, ki poudarja:

»[Obstaja] sodobno zavedanje, da diskurzivne paradigme geografskega in družbenega prostora ne predstavljajo, temveč ga konstruirajo« (Reid 1993, 19).

Čeprav Proulx izhaja iz prepoznavne mestne krajine in urbane družbe v specifični fazi njenega razvoja, zlasti v obdobju spreminjajočih se delovnih razmer, bo razprava v nadaljevanju pokazala, kako njena literarna praksa deluje kot proces konstrukcije kraja, še posebej urbanega kraja.

Proulxin roman *Srce je neprostovoljna mišica* (*Le Cœur est un muscle involontaire*) (2002) je za to študijo izbran zato, ker gre za roman novega stoletja, umeščen v jasno prepoznaven urbani prostor frankofonskega Montreala. Zlasti pomembno je, da roman uporablja delovne vzorce in kulturne prakse enaindvajsetega stoletja za mobilizacijo likov ter njihovo umeščanje v urbana okolja, kjer jih je mogoče opazovati v razmerju do družbenih struktur, ki obstajajo v tej sodobni komercialni prestolnici. S tem se legitimno odpira vprašanje, kako avtorica prek tipov likov gradi urbani prostor in kako se ti liki odzivajo na razporeditev moči, ki v tem prostoru deluje. Z analizo njihovih gibanj po prostoru, zasedanja posameznih krajev in prostorskih praks, ki so razvidne v Proulxinem pisanju, je mogoče razviti kritiko rabe urbanega prostora. Ta osvetli avtoričino lastno tekstualno konstrukcijo mesta in omogoča sklepanje o strahovih, željah in razumevanju mesta v sodobni urbani kulturi. Namen takšnega pristopa je pokazati, da lahko tudi sodobno literarno potopisno pripovedništvo uporablja podobne pisne prakse za posredovanje živahnega, dinamičnega urbanega prostora, namesto nostalgичnega pogleda na preteklo obdobje, ki sodobnemu obiskovalcu ni več dostopno. Literarni potopisec lahko na primer, podobno kot Proulx pri svojih likih, ki delujejo na področju spletnega oblikovanja novih medijev, v svoje pripovedi vključi sodobne delovne vloge.

Analiza se osredotoča na pisne prakse in zaznane družbene prakse ter na načine, kako se te uporabljajo za zamejevanje, nadzor in reproduciranje prostora. Eden od takih primerov je raba pisnih in pravnih dokumentov, s katerimi določena družbena skupina legitimira uporabo prostora. Takšna raba pravnih dokumentov je tesno povezana tudi z razvojem turizma, kjer so za gradnjo ali spremembo namembnosti stavbe ali zemljišča v mestu potrebna ustrezna dovoljenja. Tudi pri delovanju podjetij so pravni subjekti, kot so partnerstva in družbe z omejeno odgovornostjo, regulirani prek državne obdavčitve in lokalnih poslovnih dajatev.

Roman se vrti okoli Florence, 25-letne spletne razvijalke v zelo majhnem podjetju s področja novih medijev; na začetku romana je lastnik podjetja, Zéno, njen edini sodelavec. Florence skozi celotno zgodbo nastopa kot prvoosebna pripovedovalka, zato so liki njenega očeta Pepe, delodajalca Zéna, samotarskega pisatelja Pierra Lalibertéja in Zénovega psa Poquéja predstavljeni skozi njeno perspektivo. Prav ti liki omejujejo ali odpirajo prostor, v katerem Florence deluje. Uvodno poglavje vzpostavi Florenceino iskanje v tem smislu, da njen oče Pepa umre, ne da bi se z njo kot hčerjo zares povezal. To iskanje očetovske figure se z razvojem pripovedi postopoma subvertira. Iskanje se sproži v trenutku, ko Florence spozna, da sploh ni slišala očetovih zadnjih besed, ko je ležal v bolnišnici, čeprav je veliko časa preživela ob njegovi postelji v vlogi bdéče spremljevalke.

Bralcu so postopoma razkriti trije ključni družinski krogi, od katerih ena Proulxovi omogoča pogled nazaj v Kanado osemdesetih let prejšnjega stoletja. Ti trije krogi so: družina Florenceine matere, očeta in dveh bratov v prejšnjem stoletju; družina Zénove matere in odtujenega očeta; ter družina Pierra Lalibertéja, ki jo sestavljata njegova sestra in partner, ki živita zunaj mestnih meja. Te družinske skupnosti in njihova kohezivnost predstavljajo močan kontrast Florenceinemu samskemu statusu, ki je stalnica skozi celoten roman. V Proulxinem čutnem in preišljenem pristopu je osamljena ženska, ki v mestu zaseda in oblikuje lasten prostor, vredna osrednje pripovedne pozornosti. To je mogoče brati tudi kot aluzijo na upadanje bele frankofonske populacije v Québecu. Čeprav je frankofonsko prebivalstvo Montreala ob koncu tihe revolucije (1960–1976) doseglo prevlado, gre za družbeno skupino, ki v novem stoletju po sociološki terminologiji ne uspe reproducirati svojega družbenega prostora. Proulxova to temo dodatno razvija skozi opise Florenceine matere in bratov. Ta družina iz sedemdesetih let je prikazana kot propadli rizom; ne zmore se razraščati niti obroditi sadov. Mati, stara 58 let, kljub novemu partnerju Alonzu ne bo imela več otrok. Brat Bruno je ločen in brez potomcev. Florence pri sebi premišljuje:

»Zakaj smo sterilni? Zakaj nismo pogнали živih tipalk, koreninic ali rizomov?«  
(Proulx 2003, 40)

Zakaj uporablja prostorsko podobo podzemnega rizoma in ne zračnih semen ali cvetnega peloda kot metaforo prihodnosti frankofonskega Québeca? Gre za družbeno skupino, ki je simbolno že pokopana? Pravnega dokumenta poročnega lista v romanu ni; v letu, v katerem je umeščena večina dogajanja, ni poročen noben



par. Poročni list se je kot pisni oziroma pravni dokument razvil z namenom zavarovanja lastnine, zemlje in stavb kot prostora za reprodukcijo družbene skupine. V Proulxinem Montrealu pa niti generacija Tihe revolucije (op. p. Quiet Revolution), ki jo predstavlja Laliberté, niti nastajajoča generacija dvajsetletnikov enaindvajsetega stoletja ne uporablja zakonske zveze kot pravnega orodja za zavarovanje svoje prihodnosti ali za utrjevanje skupno deljenega prostora v mestu. Če ima v tem primeru veljavnost Blanchotova teza o tem, kako pisatelj uporablja pojem literarnega lika, potem nam Proulx poda jasno sliko statičnega družbenega prostora Montreala leta 2001. Blanchot namreč meni, da je iznajdba literarnega lika zgolj še eno sredstvo literarnega besedila, s katerim poskuša pisatelj ponovno vzpostaviti odnos s prostorom zunanjega sveta (Blanchot 1955).

Lik Florence kaže številne poteze mitološkega Orfeja, kar napoveduje njen preobrat k pisanju proti koncu romana. Ena izmed igrivih zamenjav mita je, da Orfeja igranja na liro, v tem metaforičnem branju torej pisanja, uči Apolon, ki je lahko bodisi njegov oče bodisi zgolj snubec Talije. V klasični literaturi se Orfej pozneje poda v podzemlje in tam prekrši edino pravilo, ko se ozre nazaj. Proulx svojo junakinjo postavi v ponovitev tega prizora (Proulx 2003, 45–47), s čimer v romanu sproži podzemno prostorsko tematiko.

Primeri podzemne tematike se nato začnejo množiti. Najnovejši roman lika Laliberté nosi naslov *La Périclitouze*, skovanko, ki namiguje na glagol *péricliter* – propadati, iti v zaton. S tem francoskim izrazom se avtorica poigrava v naslovu romana, ki postane del iskanja junakinje in junaka Zéna. Zéno Florence za rojstni dan podari izvod te knjige o propadanju (Proulx 2003, 44–45). Celotno tretje poglavje z naslovom »Pod zemljo« (Beneath the Earth) (Proulx 2002, 18–35) in način, kako Proulx pisatelje prikaže kot tiste, ki se spuščajo v podzemne vodnjake lastnih besed (Proulx 2003, 19), v imaginarni prostor romana umeščata pisanje v podzemlje, skoraj v onstranstvo. Prizor pokopa Zénovega psa Poquéja (Proulx 2002, 29) ter dejstvo, da je Poquéjevo ime povezano z imenom Florenceinega očeta Pepeja, ter da je Pepa pokopan že na začetku romana, deluje kot zapiranje preteklosti. Avtorica Proulx iz Florenceinega življenja odstrani dva lika, ki njeno bivanje delata nevzdržno – tiha oziroma nema zatiralca: očeta Pepa in psa Poquéja, ki pripada njenemu delodajalcu. Smrti obeh likov se zgodita zelo zgodaj v pripovedi in s tem se Florence odpreta dva ključna prostora. Dom njenih staršev je zanjo očitno lažje obvladljiv, Zénov avtomobil pa postane prostor, v katerem se lažje pelje. Ta drugi prostor je za Florence še posebej pomemben, saj Proulx junakinji ne dovoli, da bi sama vozila.

Uporaba avtomobilov Zéna in pozneje Lalibertéja ji omogoča mobilnost po mestu in izven njega, ki je sama, neodvisno od teh dveh moških, ne more doseči.

Tako se zdita obe smrti sprva kot znak odstranitve stare garde in prejšnje generacije, kar junakinjo osvobodi in ji omogoči, da začne uporabljati prej nevzdržne prostore ter s tem razširi svoj doseg in moč. Ko pa se njena raba teh prostorov razvija, postanejo ti prostori sporni zaradi vstopa novih likov.

Proulx upodobi samotarskega romanopisca in ga postavi v kontrast z delom spletnega oblikovanja, ki ga Florence opravlja za kanadske pisatelje, željne slave. Industrija novih medijev je v Montrealu na začetku novega stoletja uživala državno in zasebno podporo, podobno kot so jo v 19. stoletju železnice, ki so Montreal povezale z ameriškimi pristanišči in anglofonskimi trgi. V letu 2000 sta ustanovitev Društva za umetnost in tehnologijo (Société des arts technologiques) (SAT) in njegova selitev v večje prostore leta 2002 pomenili signal, da je digitalno umetnost mogoče legitimno in spoštljivo obravnavati enakovredno tradicionalnim umetniškim praksam. Proulx je v romanu očitno vznemirjena ob tem poskusu, da bi računalniško delo umestili pod okrilje umetnosti. Osrednja napetost, ki prežema celoten roman, se tako vzpostavlja med produkcijo računalniških delavcev in umetniško produkcijo romanopiscev. Prostor the novih delavcev digitalne dobe je nomadski oziroma vsaj brez večjega fizičnega pomena; spletni oblikovalci si ne morejo privoščiti pisarniških prostorov, in šele ko so uspešni, si lahko literarni ali umetniški ustvarjalci zagotovijo lasten delovni prostor.

Za zaključek lahko literarni potopisci iz tega potegnejo nauk, da vključitev močne teme – v tem primeru rabe podzemlja pri romanopiscu – ustvarja prostor, ki ga je mogoče obogatiti z bolj prefinjenim prikazom družbenih, ekonomskih in političnih pretresov, ki se odvijajo v obravnavanem mestu.

### **Ustvarjanje kraja s potopisom in literarnim potopisnim pripovedništvom**

Potopisci prispevajo k podobi krajev na družbeni, ekonomski in zgodovinski ravni, odvisno od vrste besedila, ki ga ustvarjajo; dobro je uveljavljeno tudi, da ima potopisno pripovedništvo pomembno vlogo pri znamčenju destinacij. Kljub temu pa obstaja jasna razlika med pisanjem turističnih vodnikov, potopisom in literarnim potopisnim pripovedništvom. Razlike izhajajo iz namenov posameznega besedila in se kažejo v slogu, slovnici ter pripovednem gledišču. Za ponazoritev lahko vzamemo

mestni prostor Trsta v Italiji. Valižanska zgodovinarica in potopiska Jan Morris (1926–2020) je Trst spoznala že leta 1945 kot pripadnica okupacijskih sil Svobodnega tržaškega ozemlja. V poznejših letih se je v mesto večkrat vračala in leta 2002 je založba Faber izdala potopis, nastal na podlagi njenega pisanja (Morris 2002). Besedilo je za to raziskavo dragoceno, saj jasno pokaže prehode med potopisom in povsem drugačno obliko, ki jo tukaj imenujemo literarno potopisno pripovedništvo. Uvodno vzpostavljanje prizorišča uporablja sedanjik, ki je značilen za turistične vodnike in potopise. V potopisu se sedanjik uporablja za opis mestnih prostorov in spomenikov, ki se domnevno nikoli ne spreminjajo – gre za nekakšen večni sedanjik. Na primer: glavni trg je obdan z zgradbami iz 18. stoletja in ponuja razgled čez zaliv proti majhnemu belemu gradu, ki se dviga nad morjem. Vsi glagoli so v sedanjiku, takšen vodniški način opisovanja prostora pa nakazuje, da ima trg takšno podobo od nekdaj in da jo bo imel tudi v prihodnje. Jan Morris posega po tem vodniškem sedanjiku, vendar subtilna razlika njeno pisanje le na začetku umešča v okvir potopisa; precej nenadoma se pokaže značilnost literarnega potopisnega pripovedništva z vključitvijo prvoosebne pripovedovalca:

»Nekje zaropota vlak; majhen parnik bruha dim; v daljavi igra godba in nekdo požvižgava delček Puccinija – ali sem to jaz? Težke, pompozne stavbe, ki se vrstijo ob obali, posejane s špicami in simbolnimi poudarki, delujejo zapuščeno.« (Morris 2002, ix)

Kot je razvidno, je okvir tega sugestivnega mestnega prizora zgoraj umeščen v Morrisino obujanje spominov na štirideseta leta 20. stoletja. Lik pripovedovalke je nakazan z vprašanjem »ali sem to jaz?« (Morris 2002, ix), kar je izrazita značilnost literarnega potopisnega pripovedništva, vendar ostaja še zadržana in ne povsem razvita. Šele na straneh 13 in 14 Morris jasno pokaže, da se pred bralcem odvija živa potopisna zgodba, v kateri nastopata verjetno dva protagonista, nastanjena v petzvezdičnem hotelu na mestnem trgu Piazza Unità. Pripoved pa se kljub temu nadaljuje v sedanjiku, tako da trenutno potovanje ostaja časovno nedoločeno:

»in tukaj sva, sediva za mizo zunaj kavarne Caffè degli Specchi, Kavarne z ogledali, ki že od cesarskih časov tolaži svoje goste s kavo, vinom in popečenimi sendviči« (Morris 2002, 13).

Pri literarnem potopisnem pripovedništvu bi sicer upravičeno pričakovali pripoved v pretekliku, na primer: našla sva mizo in sedla pred Kavarno z ogledali (op. p. Café of the Mirrors). Tako bi bralci lahko natančneje umestili izkušnje, ki sta jih doživela pripovedovalec in njegov spremljevalec. Morris sicer izkazuje izrazito zanimanje za preteklost Trsta, s katero osvetljuje urbani prostor, ter uporablja zgodovinske

osebnosti, da bi dala značaj grajeni dediščini, ki je vidna tako pisateljici kot turistom. V naslednjem odlomku na primer oživi ozadje muzeja moderne umetnosti, pri čemer se sklicuje celo na starejši turistični vodnik Baedeker. Vendar odstavek kljub temu ostaja v okviru potopisa: ne deli Morrisinih lastnih čustev ob galeriji, niti bralca ne povabi v notranjost, da bi izkusil konkretno umetniško delo, kot bi to storilo literarno potopisno pripovedništvo:

»Revoltella je umrl leta 1869 in svojo hišo zapustil mestu, polno umetniških del, ki so pričala o njegovi kulturi in bogastvu – ‘razkošno opremljeno’, je z odobravanjem zapisal Baedekerjev vodnik po Avstro-Ogrski leta 1905. V zadnjih letih so stavbo razširili in vanjo vključili tržaško mestno galerijo moderne umetnosti« (Morris 2002, 30).

Morris omenja, da jima natakar pove, da je kava lokalna. To odpira priložnost za literarne potopisce, ki raziskujejo urbani prostor, da se poglobijo v etnobotaniko kave v tem mestu. Takšna raziskava bi razkrila družino pražarjev kave Illy in odprla možnosti za vključevanje deležnikov v potopisno besedilo. Evokativna narava pitja kave pa bi raziskovalcu – piscu omogočila tudi, da preišče lastni spomin na trenutke, ko je pil kavo ali celo prav kavo Illy. Literarni pisec s tem deli osebne okuse in bralcem ponudi priložnost za sokreacijo obiskovalčeve izkušnje. Z osredotočanjem na fragmentarni trenutek srkanja vroče kave pisec deli dejavnost, ki jo lahko obiskovalec zlahka ponovi. Če pa je ta dejavnost v besedilu povezana prav s Trstom, se izkušnja dodatno avtentično zasidra v prostor. Nazadnje velja dodati, da bi veliko in uveljavljeno podjetje, kakršno je tržaški Illy, verjetno pripravljeno posredovati podatke o svojih prizadevanjih za varovanje okolja, kar bi lahko predstavljalo dodatno raziskovalno gradivo za potopisno besedilo.

Pri pripravljalnem literarnem branju za terensko delo v Trstu naj se raziskovalec poleg del Jan Morris obrne tudi k zapisom Borisa Pahorja (1913–2022). V svojem kratkem potopisnem besedilu *Trg Oberdan (Place Oberdan)* (Pahor 2018, 63–79), ki je zapisano kot dnevniški zapis z dne 20. septembra 2008, Pahor s pomočjo osebnega spomina raziskuje trg Piazza Guglielmo Oberdan. Ta leži le kilometer severovzhodno od trga, o katerem piše Morris, zato je mogoče zlahka načrtovati sprehajalno pot, ki poveže oba raziskovalna platoja. Pahor ponuja primer spreminjanja gledišča, ko literarni potopisec predeluje lastne izkušnje, celo čez noč. Pripoveduje, kako stopi v avlo Nove ljubljanske banke (Pahor 2018, 76–77), kamor ni stopil vse od februarja 1944 (Pahor 2018, 70–71). Ob tem se vračajo boleči spomini in čustva iz tistega časa. Toda zjutraj, ko sintetizira potopisno besedilo,

njegove misli dobijo novo interpretacijo trga, ki ga nato preimenuje v trg Madame Oberdank, z zaključnim -k. V tem kontekstu se spomni, da so zavezniške okupacijske sile leta 1945 dovolile, da je radijska postaja na tem trgu začela oddajati v njegovem maternem slovenskem jeziku. Povod za te spominske prebliske je bil vstop v banko in droben detajl, opazovanje nove, barvite stenske plošče. Za pisca – raziskovalca je sporočilo jasno: pri raziskovanju novega urbanega prostora je pogosto dragoceno stopiti tudi v neturistične stavbe, saj prav tam lahko naletimo na nepričakovane izkušnje, ki poglobijo razumevanje kraja.

### Pridobivanje znanja z dnevnikom, terenskimi zapiski in beleženjem

V literarni zgodovini obstajajo številni uporabni precedensi za vodenje dnevnika ali zapiskov kot vira idej ter kot orodja za poznejši razvoj sloga in vprašanj, h katerim se avtor vrača kasneje. Takšno beleženje je danes pisateljem dostopno skozi zapuščino avtorjev, ki so znani prav po svojih dnevniških praksah, med njimi sta na primer Franz Kafka in André Gide. V Kafkovem dnevniku z dne 23. julija 1914 najdemo opis prizora iz prostočasnega prostora v Berlinu. Kafka se osredotoči na konkreten lik, delavca na ulici, in vstopi v stanje poizvedovanja, ki hkrati naseljuje vsakdanji prostor in odpira njegovo premišljevanje o urbanem okolju. Upoštevati je treba tudi, da je Kafka pisal dnevnik zase, kot literarni pisec, ki je skušal razvijati svoje metode, in teh zapiskov ni delal z namenom, da bi jih v takšni obliki bralo njegovo občinstvo:

»Samoten večer na klopi na Unter den Linden. Bolečine v želodcu. Žalosten prodajalec vstopnic. Stal je pred ljudmi, mešal vstopnice v rokah in se ga je bilo mogoče znebiti le tako, da si eno kupil. Svoje delo je opravljal pravilno kljub vsej navidezni nerodnosti – pri takšni stalni službi ne moreš ves čas poskakovati; poskušati mora tudi pomniti obraze ljudi. Ko vidim takšne ljudi, si vedno mislim: kako je prišel do te službe, koliko zasluži, kje bo jutri, kaj ga čaka v starosti, kje živi, v katerem kotu iztegne roke, preden zaspi, ali bi lahko opravljal njegovo delo, kako bi se ob tem počutil?«  
(Kafka 1988, 293).

Če si natančneje ogledamo glagolske čase, opazimo zanimiv premik. Prvi trije zapisi so skoraj brez glagolov, delujejo kot beležke ali vzpostavitevni kadri. Nato Kafka preide v preteklik, ko opisuje prakso prodajalca vstopnic, in se nazadnje premakne v sedanjik, ko začne zastavljati vprašanja ter preverjati lastne vrednote in čustva v odnosu do takšnega načina življenja. Ta odlomek iz Kafkovega berlinskega dnevnika ponuja dragoceno lekcijo o aksiologiji vsakdanjih praks in o tem, kako jih je mogoče

beležiti kot terenske zapiske za kasnejšo rabo. Ker Kafka sedi varno na klopi, na stabilni in ravni površini, si lahko predstavljamo, da zapiske piše sproti, medtem ko se prizor odvija pred njim. Morda pa jih zapiše tudi nekaj trenutkov pozneje, saj je že imel dovolj časa, da oblikuje aksiološko presojo prodajalčevega dela in njegove spretnosti. Opazi namreč, da nerodnost ne ovira učinkovitosti opravljanja naloge. Gre za izjemno drobno, a natančno sintezo znanja, ki jo je mogoče deliti z bralci. Tak zapis sodi v kategorijo tako imenovane male zgodbe (Patron, 2020), saj pušča le rahlo sled vrednotenja. Utemeljeno lahko domnevamo, da bi Kafka ta trenutek izgubil, če ga ne bi zajel in osmisлил v neposredni časovni in prostorski bližini opazovanega prizora. To je pomembna lekcija o tem, kako med potopisnim pisanjem zajemati takšne trenutke skupaj s sprotnimi sintezami, ki nastajajo že na terenu. Kafkov dnevniški zapis z dne 23. julija 1914 mu tako pusti nekaj izzivov glede osebnega upravljanja znanja: kdaj bo odgovoril na vprašanja, ki si jih je zastavil, in kako bo to malo zgodbo uporabil v besedilu, namenjenem bralcem njegove literature. Prizor je v tej izolirani obravnavi nedvomno zapomnljiv, vendar se Kafkov dnevnik kmalu premakne k obroku z E. v restavraciji Belvedere na mostu Strahlau in nato, le malo zatem, k že povsem izoblikovanemu poskusu literarnega pisanja.

Štiri leta pred tem berlinskim zapisom, torej leta 1910, nekaj tednov po svojem 27. rojstnem dnevu, Kafka naredi niz vsaj šestih začetkov besedila, ki delujejo kot spomini starejšega moškega, ki se ozira nazaj na svoje življenje (Kafka, 1988, 14–21). V tem primeru beleženje ni več terenski zapis, temveč ponavljajoči se in spreminjajoči se poskusi oblikovanja gradiva o družinskih odnosih, podobno kot skiciranje v likovni umetnosti.. Ker ni imel urejevalnika besedil, so vse faze nastajanja ostale ohranjene za poznejše bralce, čeprav to ni bilo njegovo namerno dejanje. Vsak odstavek se začne s skoraj enakim refleksivnim stavkom: »Ko o tem razmišljam, moram reči, da mi je moja vzgoja v nekaterih pogledih zelo škodovala« (Kafka, 1988, 15). V drugem poskusu uporabi isti stavek, v tretjem pa ga rahlo spremeni v: »Pogosto o tem razmišljam in vedno znova moram reči, da mi je moja vzgoja na neki način zelo škodovala« (Kafka, 1988, 15). Ti poskusi se z zapisovanjem daljšajo in kmalu se v njegovem spominu začne pojavljati družina. Prav nanjo usmeri očitek za to vzgojo, tako da v eni od poskusnih različic našteje ljudi, ki jih krivi, kakor da bi jih videl stati skupaj na stari družinski fotografiji:

»Med njimi so moji starši, več sorodnikov, več učiteljev, neka določena kuharica, več deklet iz plesne šole, več obiskovalcev naše hiše v prejšnjih časih, več pisateljev, učitelj plavanja, prodajalec vstopnic, šolski nadzornik, nato [...]« (Kafka, 1988, 15)

Iz te pisateljske prakse se izluščita dve pomembni spoznanji. Prvo se nanaša na skrbno, subtilno premikanje samopodobe, ki jo ima literarni avtor na voljo in s katero lahko oblikuje ter izbere persono, potrebno za posredovanje določenega kraja. Drugo pa zadeva domisljico refleksije, ki ne uporablja očitnega motiva ogledala, temveč idejo stare fotografije, s katero ustvari ozadje spominov, ki jih bralci razumejo, ker sodijo tudi v njihovo lastno izkustveno vednost. Pri pisanju o krajih je mogoče podoben učinek doseči z opazovanjem stare razglednice z motivom trgovine ali spomenika v obravnavanem mestu.

Nazadnje je mogoče Kafkove zapiske razumeti tudi kot navdihujoč katalizator za poznejše potopisno pripovedništvo, saj gre za kanoničnega avtorja, katerega dela so dostopna v številnih prevodih. V dnevniškem zapisu z dne 6. aprila 1917 Kafka opiše dialog z delavcem v majhnem pristanišču. Radoveden je glede »okorne stare barke [...] z nesorazmerno visokimi jambori [...] rumenkasto rjavimi jadrji« (Kafka 1988, 373) in izve, da v pristanišču pristane le vsakih nekaj let ter da gre za ladjo lovca Grakha. W. G. Sebald to malo zgodbo prevzame in jo vtke v svojo potopisno knjigo *Vertigo*, v poglavju o dr. K. v Rivi (Sebald 2002, 163). Tako lahko sodobni turisti ob bivanju ob Gardskem jezeru s seboj vzamejo tako Kafko kot Sebald, ko raziskujejo obalo in pristanišča. Ti poudarki iz Kafkovega dnevnika jasno kažejo, kako je mogoče eksperimentiranje z identiteto, spominom in pripovedjo shranjevati ter ga kasneje razvijati v procesu oblikovanja končnega literarnega besedila. Shranjevanje, indeksiranje in priklic tako kompleksnega pripovednega znanja pa predstavlja za potopisca zahtevno nalogo; v petem poglavju bo zato pojasnjena raba lahko dostopnih tehnologij in konceptualnih sistemov, na primer sistema Zettelkasten (sistem kartičnih zapiskov).

### Teorije spomina pri raziskovalnem pisanju

Bartlettovi poskusi s spominom iz dvajsetih let 20. stoletja, kot jih pojasnjujejo Wagoner, Brescó in Awad (2019, 16–18), ponujajo že oblikovano metodološko izhodišče za ponovno pripovedovanje izkušenj iz spomina, bodisi pri udeležencih raziskav bodisi pri potopiscih – raziskovalcih samih. Wagoner in sodelavci (2019) pokažejo, kako pripovedovalec pri ponovnem pripovedovanju izkušnje vanjo vnaša kakovostne spremembe. To nakazuje, da spomin ni skladišče, podobno računalniškemu arhivu, temveč je transformativne narave, saj v pripoved vključuje kulturo pripovedovalca, prilagojeno in posredovano naslednji skupini poslušalcev ali bralcev. Pripovedovalec je tako aktiven dejavnik, kar je z vidika interpretacije

dediščine mogoče razumeti kot obogatitev priklicanega doživetja. Za takšno vrsto spominjanja v procesu ponovnega pripovedovanja se uporablja izraz Bartlettov spomin duha, saj je izvirni zgodbi dodana plast pripovedovalčeve lastne kulture. Če kakšen element izvirne kulture ni razumljen, pripovedovalec ta element preoblikuje v svojo »duhovno« različico, prilagojeno lastnemu kulturnemu kontekstu.

Keith Ansell-Pearson (2010) v svojem branju Deleuza predlaga stališče, da ustvarjalni proces umetnosti, kamor sodijo tudi literarna besedila, zahteva preseganje spomina: »kadar mislimo, da proizvajamo spomine, smo v resnici vpleteni v procese "postajanja" (op. p.: *becomings*)« (Ansell-Pearson 2010, 161). To izhodišče uporabi za poglobitev razumevanja Proustove nehotene memorije in njegovih opisov letovišča Balbec, ki temelji na obmorskem mestu Cabourg v Normandiji. Proustov znameniti trenutek z magdalenico je splošno znan, vendar Proust kot sprožilca nehotenih spominov zabeleži še dve čutni izkušnji: togost prtička in neravne tlakovce. Vsak fragment čutnega spomina, ko se vrne, »pripovedovalcu ponudi edine pristne užitke, ki jih je kdaj izkusil in ki jih sam ocenjuje kot daleč nadrejene družabnim užitkom« (Ansell-Pearson 2010, 163). Prav te reminiscence pripovedovalec razume kot resnico preteklosti in zaradi njih začuti potrebo, da postane pisatelj ter jih zapiše. Vendar ti spomini ne opisujejo krajev, na primer Balbeca, temveč govorijo o bistvu življenjskih izkušenj, ki so se tam zgodile.

Tretjo teorijo spominjanja krajev predstavlja Sartrova razdelava pojma imaginarnega (Sartre 2010). Gre za samostalnik, izpeljan iz francoskega izraza *l'imaginaire*, kar pri angleško govorečih povzroči kratko zmedo, saj se v angleščini izraz večinoma uporablja kot pridevnik. Sartre imaginarno pojasni tako, da bralce, ki so že obiskali Panthéon, pozove, naj si priključijo podobo te pariške znamenitosti: stebre, trikotni zatrep in dvignjeno kupolo. Podoba je jasna. Nato pa Sartre zastavi izziv: »Koliko stebrov ima Panthéon?« Ne glede na trud se v mislih ne moremo premikati okoli stavbe in prešteti stebrov. Sartre to nezmožnost analizira in izpelje naslednji sklep:

»Ta analiza nas vodi k spoznanju, da ima prostor v podobi bistveno bolj kvalitativni značaj kot prostor zaznave: vsaka prostorska določitev imaginarnega objekta se kaže kot absolutna lastnost.« (Sartre 2010, 128)

Raziskovalčev imaginarij vsebuje celovite, vendar kvalitativne podobe stavb in prostorov, ki jih dobro pozna, na primer pročelje svoje šolske stavbe ali znamenite orientacijske točke v turističnih mestih, ki jih je večkrat obiskal. Te kakovosti je



mogoče priklicati in ponovno posredovati v potopisnih zgodbah. Kadar pa je pri pripovedovanju potrebna kvantitativna natančnost, se pokaže omejitev: števila stebrov, stopnic ali oken si iz spomina praviloma ni mogoče natančno priklicati.

Ali lahko te tri teorije spomina obogatijo delo literarnega potopisca na terenu? Vse tri prispevajo k spreminjanju se identiteti pisca oziroma k njegovemu postajanju. Zavedanje Bartlettovega koncepta »spomina duha« piscu omogoča zbiranje zgodb na terenu ob hkratnem razumevanju, da jih vedno ovija v lastno kulturo ali kulturo svojih bralcev. Proustovi trenutki z magdalenico pisca opominjajo, da se mora s turističnimi prostori povezovati bolj čutno. Pisec na terenu se lahko ustavi, okuša lokalne pijače in jedi, zaznava težo vzpenjanja po stopnicah ali neravnih tlakovcih, ujame vonj lokalnega cvetja in občuti spremembe temperature zraka ob večernem prehodu, ter vse to zabeleži v terenske zapiske, da kasneje te zaznave poveže s čustvi v svojem pisanju. Nazadnje Sartrov pojem imaginarnega spodbuja potopisca, da vendarle prešteje tiste arhitekturne elemente, ki bodo bralcem v poznejši zgodbi pomembni. Na primer: koliko stebrov ima paviljon Chehel Sotoun v Perzijskem vrtu v Isfahanu?

### Spomin in beleženje v dnevnik

Vzpostavitev močnega sistema beleženja v dnevnik podpira in pozneje aktivira piščev spomin. V začetni eksperimentalni fazi dela za to knjigo se je pokazalo, da je disciplina rednega beleženja zelo zahtevna, saj je raziskovalce vodila v nove, še nepreizkušene prakse zapisovanja in izpisovanja zapiskov tudi iz drugih besedil. Če je raziskovalec več let deloval brez takšne prakse in jo želi vzpostaviti na novo, se je smiselno najprej vprašati, kako shranjuje in znova najde starejše gradivo, ki ga je že objavil. Akademski raziskovalci lahko na primer shranjujejo svoja objavljena dela na družbenih platformah Splet 2.0, kot je ResearchGate, ali v institucionalnih repozitorijih, denimo v sistemu PEARL. Prvi korak je torej analiza, ali se raziskovalec k tem virom sploh vrača, ko začne pisati novo besedilo. Pogosto se namreč zgodi, da šele potreba po novem pisanju sproži ponovno branje in delanje zapiskov, medtem ko ta raziskava zagovarja stališče, da naj bi beleženje potekalo skoraj ves čas. Na ta način se ideje ne izgubijo, tudi kadar se pojavijo zunaj formalnega okvira naročenega ali pogodbeno določenega dela.

Iz tega izhaja ključno oblikovalsko izhodišče za novo prakso beleženja in njen podporni sistem: raziskovalcu – piscu je treba zagotoviti dostop do beležnic na čim več mestih. Ena sama »dragocena« beležnica lahko hitro postane ovira, saj se

raziskovalec obotavlja vanjo zapisovati bežne ali nenavadne ideje, poleg tega pa pogosto ni pri roki, temveč ostane v pisarni ali drugje. Dobra začetna rešitev je zaloga približno petih ali šestih podobnih beležnic, ki se lahko povsem odprejo in ležijo ravno, imajo trde platnice za pisanje stoje ter dovolj debel papir, da preprečuje prelivanje črnila. Nato je smiselno te beležnice skupaj s pisali razporediti po vseh krajih, kjer se raziskovalec najpogosteje zadržuje. To omogoča sprotno zajemanje novih idej, pisanje terenskih zapiskov in tudi bolj razširjeno obliko, ki jo ta raziskava imenuje afirmativno beleženje. S pomočjo aplikacij za optično prepoznavo in zajem slike je mogoče te rokopisne zapiske hitro skenirati in jih pretvoriti v digitalno besedilo za nadaljnjo obdelavo v urejevalnikih besedil.

Same beležnice niso opremljene z vnaprej natisnjenimi predlogami, vendar sta bili med pripravo te monografije zasnovani dve vrstici preglednice, namenjeni shranjevanju začetnih idej in zapiskov kmalu za tem, ko so bili zapisani in digitalizirani. Zasnova tabele v urejevalniku besedil je prikazana v tabeli 4.1, čeprav jo je mogoče ustvariti tudi kot predlogo v programu Microsoft OneNote za hitro in večkratno uporabo.

**Tabela 4.1 Zettelkasten predloga dnevnika, podrobnost prvih dveh celic. Zasnovano med raziskavo za to monografijo (Mansfield & Potočnik Topler 2022).**

|                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br><quote.png><br>Poizvedba, citat<br>ali tema | <i>Katalizator za to idejo:</i><br>Pismo, Mina Harker Lucy Westenra.<br>»17. september.<br>Moja najdražja Lucy,<br>torej, tu sva, nameščeni v tej čudoviti stari hiši, in tako iz moje<br>spalnice kot iz salona vidim velike breste katedralnega zaprtega<br>dvorišča, z njihovimi mogočnimi črnimi debli, ki izstopajo proti<br>staremu rumenemu kamnu katedrale, in slišim vrane nad glavo,<br>kako ves dan krakajo, krakajo, čebļajo in opravljajo navado vran –<br>in ljudi [...]« (Stoker 1897, e-knjiga brez oštevilčenih strani) |
| <br><affirm.png><br>Afirmativno<br>beleženje    | Razgledi, ki jih opisuje iz dveh različnih prostorov, bi lahko<br>pomagali določiti hišo, iz katere Mina piše, in njeno orientacijo. Ali<br>so ti stari bresti v Exeterju še vedno tam leta 2022, zdaj starejši za<br>dodatnih 130 let? Tudi če jih ni več, jih omemba v romanu naredi<br>vredne iskanja med terenskim delom.                                                                                                                                                                                                            |

Zgornja vrstica preglednice, označena z ikono odprtih obrnjenih narekovajev, je namenjena zajemanju katalizatorja, zaradi katerega se je ideja zdela dovolj vredna, da jo je bilo smiselno zapisati in ohraniti. V praksi se je pokazalo, da vrednost idej hitro upada, če jih pustimo nedokumentirane že nekaj ur, ali pa se povsem ločijo od

začetnega vzgiba, ki jih je sprožil. Dolgoročno ohranjanje teh spodbud oziroma katalizatorjev omogoča raziskovalcu, da se ob novih projektih, ko sveže ideje ne prihajajo same od sebe, vrne k tistim, ki so bile nekoč najbolj stimulatивne. Katalizator se lahko zdi naključen ali kot da se pojavi iz nič, vendar je prav zadržanje njegovega izvora ključno, zato imamo zanj tukaj namensko polje v tabeli. Raziskovalna vprašanja seveda pogosto sprožajo odzive in ideje, zato je v oznaki celice prisoten tudi izraz »poizvedba«. Da bi bila struktura večnamenska, je to hkrati prostor, kamor raziskovalec prilepi citate iz besedil, ki jih trenutno bere. Citati ali parafraze argumentov drugih avtorjev pogosto zaženejo raziskovalni proces; gre za miniaturne pregled literature v nastajanju. Oznaka »tema« pa raziskovalcu pomaga zapisovati in shranjevati kompleksne strukture iz miselnih zemljevidov ali možganskih neviht. Eden izmed takšnih primerov v okviru te raziskave je bila vključitev botaničnega elementa in načina, kako se rastline pojavljajo in zaznavajo v urbanem prostoru.

Pojem afirmacije v beleženju izhaja iz posthumanizma, ki si prizadeva v idejah prepoznavati razvojne potenciale in pozitivno rast. Deluje vzporedno s kritičnostjo, ki je tradicionalno prisotna pri obravnavi akademskih besedil, vendar hkrati odpira prostor za pisanje idej z namenom iskanja konstruktivnih poti naprej. Za dodatno branje Rosi Braidotti v delu *Posthumano znanje (Posthuman Knowledge)* (2019, 151–173) posveča celotno poglavje afirmativni etiki. Skenirano rokopisno gradivo iz raziskovalčevih trdo vezanih beležnic je mogoče pretvoriti v digitalno besedilo in ga nato neposredno prilepiti v spodnjo od obeh celic v tabeli. Včasih je prav ta spodnja celica uporabljena najprej, katalizatorska celica zgoraj pa se dopolni kasneje. V raziskovalnem procesu se poleg digitalnega besedila shrani tudi fotografski posnetek izvirnega rokopisa, povezan z digitalno različico. To omogoča urejanje digitalnega besedila brez izgube izvirnika, s čimer so njegove geneze arhivirane.

Urejanje in ponovno preoblikovanje digitalnega besedila v celici za afirmativno beleženje je ključen del tukaj predlagane procesne prakse. To besedilo je smiselno razviti do ravni, primerne za javno rabo. Prvič zato, ker tako nastane vir, ki ga lahko raziskovalec skoraj takoj uporabi kot odstavek za končno objavljeno delo, s čimer se digitalnemu dnevniku povrne neposredna uporabna vrednost. Če dnevnik vsebuje uporabna besedila, se ga splača ohranяти in se k njemu vračati. Drugič pa zato, ker gre – kar je v začetnih fazah beleženja zahtevna disciplina – za peskovnik oziroma delavnico, kamor se raziskovalec – pisec vrača, da ideje znova predela, razširi in vsebinsko utrdi. Pri izkušenih akademikih, vajenih neposrednega pisanja končnih

člankov, se je prav prehod na delo znotraj spletnega beležniškega okolja izkazal za najtežjo spremembo v praksi.

Da bi bila ta sprememba bolj privlačna, je bilo v spletno predlogo dodano še eno polje oziroma vrstica – reference. V tem polju je mogoče trenutno uporabljene knjige in znanstvene članke pretvoriti v izbrani citatni standard, hkrati pa so reference vedno na voljo, ko se k beležki znova vrnemo ali jo uporabimo pri kasnejšem pisanju.

**Tabela 4.2: Predloga dnevnika po sistemu Zettelkasten, podrobnost celice »Viri«. Oblikovano v okviru raziskave za to knjigo (Mansfield & Potočnik Topler 2022).**

|                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br><ref.png><br>Reference | Stoker, B. (1897) <i>Drakula (Dracula)</i> . Edinburgh: Constable & Robinson.<br><a href="https://www.gutenberg.org/files/345/345-h/345-h.htm">https://www.gutenberg.org/files/345/345-h/345-h.htm</a> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Poleg tega je v digitalni različici predloge za beleženje dodanih še do pet drugih polj, ki omogočajo klikabilno navzkrižno povezovanje posamezne beležniške strani z drugim izvirnim gradivom ali pa shranjevanje ključnih besed, po katerih je mogoče zapisek kasneje ponovno najti. Nazadnje je dodan še prostor za dialog, ki ohranja zapisek živ in odprt v duhu anarhiva:

**Preglednica 4.1: Predloga dnevnika po sistemu Zettelkasten, podrobnost celice »Dialog«. Oblikovano v okviru raziskave za to knjigo (Mansfield & Potočnik Topler 2022).**

|                                                                                                                 |                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| <br><dialogue.png><br>Dialog | V: Ali veš, ali še stojijo bresti v bližini katedrale v Exeterju, in kje? |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|

Dialog je zamišljen kot odprt proces, ki se lahko s pomočjo orodij Spleta 2.0 razširi na pisce, ki sodelujejo pri projektu, na naročnika, na primer upravljavca destinacije (DMO), na deležnike, s katerimi se postopno gradi zaupanje, ali na predavatelja v pedagoškem okolju. Ko afirmativno beleženje in dialog dozorita, je lahko naslednji korak objava zapisa na blogu za širšo javnost. Digitalni proces je podrobneje obravnavan na koncu 5. poglavja te knjige.



## 5. poglavje: Metodologije in praksa

To poglavje pojasnjuje proces potopisnega pripovedništva in potopisnega pripovedništva kot procesualne raziskovalne prakse, pri čemer se blog uporablja kot raziskovalno skladišče. Predstavljena je metodologija za zasnovo in pisanje potopisnih blogov, podani pa so tudi nekateri nasveti za pripravo na terensko delo. Potopisci, vključeni v raziskovalne in potopisne projekte, bodo v tem poglavju našli zelo uporabne informacije o opremi za pisanje in orodjih za upravljanje znanja pri raziskovanju.

### Pisanje kot procesualna praksa

To poglavje daje poudarek pisanju kot procesu in kot procesualni praksi, torej kot dejavnosti z nastajajočim izidom, ki ga lahko avtor kadar koli pred objavo spreminja. Smiselno se je vprašati, ali je pri ustvarjanju literarnega potopisa sploh treba iti skozi vse procese, predstavljene v tem poglavju? Odgovor zahteva utemeljitev naslednjih trditev, ki opravičujejo obravnavane postopke. Obravnavanje projekta ustvarjanja kraja ali potopisnega pripovedništva kot procesa pomaga izboljšati ponovljivost dela. To profesionalnemu piscu omogoča bolj realno oblikovanje ponudb, časovnic in rokov za naročena besedila.

- 1) Metodičen proces z razumljivimi metodami piscu – raziskovalcu zagotavlja potrebno raziskovalno strogost. Pri prehodu od tradicionalne etnografije k posthumanističnim pristopom skupnost strokovnjakov, ki bo brala in

uporabljala končni potopis, potrebuje zagotovilo, da je besedilo nastalo skozi premišljen in verodostojen proces. Potopisna zgodba predstavlja novo znanje za tiste, ki delijo piščeve vrednote.

- 2) Ena od podskupin občinstva so tudi deležniki turizma v destinaciji. Proces mora biti prepričljiv kot ustvarjalec vrednosti za kraj in za ljudi, ki jih zanima vrednost tega kraja. Na ta način proces hkrati deluje kot raziskovalna metoda za odkrivanje vrednosti prostora in kot ustvarjalna metoda za njeno občutljivo in učinkovito posredovanje zainteresirani javnosti. Dokumentiran proces raziskovalcu omogoča pregled nad opravljenimi koraki in presojo njihove učinkovitosti tako pri raziskovanju prostora kot pri končnem izidu.
- 3) Razvijajoča se identiteta literarnega potopisca je boljše razumljiva, če so koraki posameznega projekta vidni. V pogovornem jeziku je tako mogoče videti, kaj je delovalo in kaj je bilo uspešno, denimo pri posredovanju afekta deležnikom. S ponavljanjem in iteracijo se lahko pisateljske spretnosti izboljšujejo in postopoma profesionalizirajo, saj pisci, ki sledijo metodološkim korakom, lažje predvidijo trajanje projektov, stroške, zahteve glede dostopa do ljudi in krajev ter možne učinke svojega dela na podlagi preteklih izkušenj. To vključuje tudi čustva in afekt kot bistvena elementa literarne komunikacije.

V literarnih besedilih avtorji pogosto uporabljajo oblikovalske poudarke, s katerimi razvijajo lasten nabor spretnosti in eksperimentirajo s pisanjem, da bi preizkusili različne oblikovne metode. Pisec se lahko na primer odloči, da se osredotoči na rastline in botaniko destinacije ter celo zariše pot po mestu, ki sledi obrisu drevesa ali lista, da bi bralcem posredoval idejo rastline. Ali pa se osredotoči na zgodovinski trenutek velike spremembe, denimo na leto 1680, ko je bila na obrežju Exetra zgrajena carinarnica za obdavčitev izvoza volnenih tkanin. Takšna izhodišča je smiselno zbrati v fazi načrtovanja, vendar to ne pomeni, da morajo biti vsa vključena v končno besedilo. Dolžina končne potopisne pripovedi bo deloma določala, koliko oblikovalskih poudarkov je smiselno uporabiti. Tradicionalni turistični vodniki lahko ponudijo opis arhitekturnih značilnosti vsake stavbe v mestu, medtem ko se literarni potopis lahko osredotoči le na strukturo ene same fasade in vzpostavi čustvene povezave z geologijo ali z gospodarskimi spremembami v določenem zgodovinskem trenutku. Daljši seznam oblikovalskih metod, t. i. D-metod, je naveden v Mansfield (Mansfield, 2020); ponovno pa je treba poudariti, da ni nujno, da so vse metode prisotne v vsakem literarnem potopisu. Razumeti jih je treba kot spodbude za eksperimentiranje, nato pa se avtor odloči, ali bo nastali odlomek vključil v končno besedilo. Prav v tem se kaže procesualna narava pisne raziskave.

## Uvod v raziskovalno prakso kot metodo

Podiplomski raziskovalci, ki se na magistrski in predvsem doktorski ravni lotevajo projektov potopisnega pripovedništva, pri razvoju novih besedil pogosto poskušajo slediti metodologiji refleksivnega praktika. Prav ta zahteva po stalni refleksiji pa nemalokrat povzroči zastoj že na samem začetku pisanja. Do tega pride iz treh ključnih razlogov. Pristop refleksivne prakse namreč zahteva že obstoječo produktivno prakso, o kateri je mogoče razmišljati. Tako lahko denimo uveljavljena zgodovinopiska Hilary Mantel v poznejši fazi svoje kariere smiselno reflektira en sam dan pisanja. V podkastih in radijskih intervjujih Mantel govori o tem, kako si prizadeva uporabljati avtentične citate iz zgodovinskih virov, da bi svojim likom dala verodostojne glasove. Ima torej jasno prepoznano prakso, o kateri lahko javno razmišlja in jo razčlenjuje. Raziskovalec, ki šele vstopa v novo prakso, pa zaradi same narave raziskovanja še nima vzpostavljenega načina dela, na katerega bi se lahko refleksivno naslonil.

Druga dva razloga, zakaj refleksivna praksa pogosto ne uspe kot izhodišče za novega literarnega potopisca, izvirata iz šolskega okolja. Ob koncu poučevalnega dne ima učiteljica v osnovni šoli, ki je delala s tridesetimi učenci ter bila v stiku s sodelavci in starši, na voljo bogat nabor socialnih interakcij, o katerih lahko reflektira. Poleg tega je šolsko izobraževanje umeščeno v okvir, ki ga določa država, učinkovitost pa se meri z nacionalnimi preverjanji znanja. Refleksivni praktik v izobraževanju ima torej jasen nabor meril, s katerimi lahko presoja svoje delo. Novi pisec takšnih zunanjih zahtev nima, prav tako pa za seboj nima dneva utečene, produktivne prakse.

Če se potopisec obrne k okvirom in merilom poučevanja kreativnega pisanja, je v študijskih programih najpogostejši pristop t. i. delavnica pisanja, kjer se dnevni zapisi delijo s skupino vrstnikov in so predmet skupinske kritike (QAA, 2019, 10 in nadalje). Čeprav literarni potopisci od takšnih odzivov na učinke svojega pisanja nedvomno imajo korist, še vedno potrebujejo načrt za razvoj lastne prakse ter merila, s katerimi lahko ocenjujejo napredovanje k določenemu cilju. Model si je najlažje predstavljati kot: (i) načrtovanje na podlagi ciljev, (ii) izvajanje pisne prakse, (iii) evalvacija glede na zastavljeni načrt. Gre za zelo preprost proces, povzet iz zasnove programske opreme, vendar ta pristop že vodi k raziskovanju, ki izhaja iz prakse, zlasti če načrtovanje razumemo kot del prakse, ne pa zgolj pisanje samo kot edino prakso.



Ker potopisno pripovedništvo pogosto izhaja iz poučevanja turističnega menedžmenta na poslovnih šolah ali z oddelkov za humano geografijo, ga zaznamujeta (a) raba družboslovnih raziskovalnih metod in (b) oblikovalski proces v pisanju. Posthumanizem pa se kaže kot pristop, ki odpira bolj produktivne načine delovanja in ustvarjanja v potopisnem pripovedništvu. Referenčni dokument za kreativno pisanje (op. p. *Creative Writing benchmark statement*), ki ga za vsako univerzitetno področje pripravi QAA (op. p. v angleščini Quality Assurance Agency for Higher Education, Agencija za zagotavljanje kakovosti v visokem šolstvu; v Sloveniji to opravlja NAKVIS – Nacionalna agencija Republike Slovenije za kakovost v visokem šolstvu), uvaja drugačne načine razumevanja znanja kot referenčne dokumente za poslovne in menedžerske študije. Zlasti za to poglavje o raziskovalnih metodologijah je pomembnih naslednjih šest točk izmed sedemnajstih točk predmetnega znanja, ki se pričakujejo od diplomanta kreativnega pisanja. Te točke pomagajo oblikovati načrt tako za pregled literature kot, še pomembneje, za vzpostavljane odnosa do diskurzivnih praks, ki obkrožajo preučevano destinacijo:

»Diplomanti kreativnega pisanja imajo predmetno znanje o:  
v kreativnem procesu in korpusu pisnih del, ki ga obkroža;  
ix razmerjih in interakcijah med različnimi žanri in mediji;  
xiii teoretičnih, žanrskih in na praksi temelječih konceptih ter terminologiji;  
xiv kritični zavesti o kontekstu, v katerem nastaja pisanje, in o tem, kako se individualna praksa umešča v odnos do predhodnikov in sodobnikov, vrstnikov ter uveljavljenih praktikov;  
xv prefinjeni kritični zavesti, pridobljeni z umeščanjem lastnega pisanja v določen okvir, zgodovinski, kulturni ali žanrski;  
xvi razvoju novih pisnih strategij, ki izhajajo iz kritične refleksije lastne pisne prakse.« (QAA 2019, 6).

Literarni potopisec bo zavestno iskal in uporabljal metodične postopke za delo s tehničnimi, strokovnimi in znanstvenimi besedili ter z govornimi ali mediatiziranimi diskurzi, ki skupaj oblikujejo okvir okoli preučevane destinacije. Takšno grajenje okvira se neposredno odziva na zgoraj navedene točke, še posebej na točke v, xiv in xv. Od razumevanja habitatov školjk, geomorfologije obmorskih pristanišč in pravil javnega naročanja pa vse do izračunavanja porabe električne energije v kilovatih urah bo vsako novo urbano okolje, ki ga potopisec preučuje, zahtevalo nov nabor transdisciplinarnih znanj, kar bo v nadaljevanju tega poglavja tudi podrobneje prikazano.

## Pisanje za javnost kot oblika raziskovanja

Družbena omrežja, zlasti spletna orodja za bloganje, kot sta WordPress in Google Blogger, omogočajo hitrejša in bolj neposredno razširjanje raziskovalnih idej in eksperimentov kot tradicionalne poti objavljanja. Kadar so potopisci hkrati tudi raziskovalci, je mogoče pisanje uporabiti tudi kot raziskovalni instrument. Ob objavljanju del v nastajanju v javnem, družbenem prostoru potekata vsaj dva procesa. Prvi se nanaša na učinek, ki ga doživlja avtor sam: z uporabo koncepta neposrednega odnosa iz oči v oči pri Lévinasu (Lévinas, 1985) ter z razširitvijo tega pojma prek Bahtinove ideje odgovornosti oziroma »answerability« (Nielsen, 2012) se pisec znajde v etično zavednem stanju, saj ve, da njegovo besedilo berejo drugi. Drugi proces se nanaša na vpliv na bralce ter na različne ravni angažiranih povratnih odzivov, ki jih ti lahko ponudijo raziskovalcu.

Osnovni in zelo neposreden mehanizem povratnih informacij je omogočanje komentarjev bralcev v blogerski programski opremi ali povezava bloga z omrežjem Twitter, s čimer imajo bralci možnost odzivanja na objave. Ti odzivi lahko skupaj s fokusnimi skupinami ali vprašanji po elektronski pošti raziskovalcu omogočajo odprto in neposredno branje njegovega dela. Če raziskovalec respondenta usmeri na povezavo do bloga, torej na URL oziroma spletni naslov, ter mu hkrati po elektronski pošti zastavi ciljno usmerjena vprašanja, se odpre bolj poglobljena raven raziskovalnega poizvedovanja s pomočjo pisanja. To raven je mogoče razumeti kot tri ločena področja: vzpostavljanje vplivnih vezi prek mreženja, gradnjo zaupanja pri t. i. vratarjih (gatekeeperjev) za poznejše, podrobnejše raziskovanje ter državljansko znanost (občansko znanost oz. skupnostno znanost), kjer lahko zelo široko občinstvo vključuje enega ali dva visoko specializirana sogovornika. Vse te skupine prispevajo k razvoju avtorjevega znanja skozi akumulacijo pripovedi.

Pomemben pripravljalni korak pred odhodom na terensko delo v novo destinacijo je izvedba literarne geografije. Gre za odkrivanje romanov in drugih literarnih ter čustveno zaznamovanih besedil, ki so bila napisana ali umeščena na prepoznavne lokacije znotraj ciljnega mesta ali na poti do njega. Decembra 2020 je projekt *Be Wallonia* uporabil prav to pripravljalno metodo razkrivanja literarne geografije prek avtorjevega lastnega bloga, kmalu zatem pa še z objavljanjem prek bloga destinacijske menedžerske organizacije, DMO agencije Wallonia Foreign Trade & Investment Agency v Bruslju (Mansfield, 2020). Vzpostavljanje zaupanja z DMO-jem je privedlo do širših možnosti mreženja ter odprlo vrata drugim raziskovalcem

in organizacijam, ki so prispevale k raziskovalčevemu spoznanju. Z vidika državljanske znanosti je bloganje v povezavi z računom na Twitterju omogočilo odkrivanje romanov, umeščenih v mesta raziskovane regije. Eden takšnih primerov je detektivski roman Georges Simenona (1931) *Obešeni mož iz Saint-Pholiena* (*Le Pendu de Saint-Pholien*). Vzpostavljena interakcija z angažiranim in zelo razgledanim občinstvom respondentov, ki so že delovali na terenu, je zagotovila bogate podatke o lokaciji stavbe na območju mesta Liège, na katero namiguje naslov romana. Branje romanov je sicer prijetno, vendar podaljša čas priprave na terensko delo; prav uporaba bloganja kot raziskovalnega orodja pa pomaga natančno opredeliti besedila, ki se odvijajo v prepoznavnih ulicah in krajih mest, ki bodo obiskana.

### Oblikovanje bloga za ohranjanje zagona

Uporaba bloga kot raziskovalnega skladišča za določen in časovno omejen del popotniškega projekta ali raziskovanja kraja je koristen uvod v disciplino rednega pisanja javno dostopnih besedil. Odločitev o pogostosti objav in njena premišljena zasnova piscu ponudita prvo vajo v strukturiranju dela. Hkrati je to tudi prvi preizkus količine in ritma pisanja, ki ju je sposoben dolgoročno vzdrževati. Enotedensko potovanje je mogoče, denimo, strukturirati po dnevih v tednu, kot to stori Rötig (2018) v delu *Cargo*. Objave je nato mogoče pripravljati vsak večer kot povzetek dnevnih opažanj in spoznanj. Bolj teoretično izhodišče izbere Antonio Nobile v svojem spletnem dnevniku *Neznano mesto* (*The Unknown Town*). Ker ga zanima oblikovanje celostnega in zaključenega dela, Nobile uporablja končen nabor elementov, izpeljanih iz tipologije potopisnih besedil:

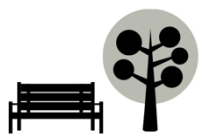
Ta anatomija študentu pisanja zagotavlja disciplino, da v fazi načrtovanja in terenskega dela za vsako temo poišče gradivo in o njej tudi piše. Nabor tem podpira Nobilev cilj iskanja neznanega mesta, saj mesto raziskuje skozi pristope, ki so razvidni iz drugih potopisnih besedil. Če je raziskovalni cilj jasen ali izhaja iz konkretnega naročila, je mogoče kot koledar objav uporabiti tudi bolj ciljno usmerjene tipologije tem. Eden takšnih primerov je uporaba seznama tem za raziskovanje etnobotanike. Ob tem pa je treba poudariti, da ni nujno, da so v besedilu zajeti vsi elementi tipologije ali preglednice; prav zasnova in cilji posameznega besedila bodo pomagali določiti, koliko in katere točke bodo dejansko obravnavane.

Tabela 5.1 Anatomija potopisnih besedil, razvita po Mansfieldu (2012, 75).

|   | TEMA                            | ANALIZA                                                                                                                                         |
|---|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A | Pričakovanje                    | Naraščajoče navdušenje ob misli na potovanje, a glej tudi xéniteia spodaj.                                                                      |
| B | Knjige                          | Pripravljalno branje.                                                                                                                           |
| C | Oblačila                        | Spremembe identitete, ki jih omogočajo nova oblačila na destinaciji.                                                                            |
| D | Premestitev                     | Premestitev in čas sta sestavini gibanja med potovanjem, zato bodo glagolski časi odprli pot v besedilno prakso.                                |
| E | Epistema                        | Potopisno besedilo prispeva k zalogi znanja.                                                                                                    |
| F | Hrana in pijača, prehranjevanje | Nova, neznana hrana. Obroki, ki jih pripravi nekdo drug. Premor na poti dobi večjo vrednost, če je povezan s hranjenjem ali pitjem.             |
| I | Podobe, prizori                 | Potopisec bo videl nove in lepe stvari, na primer razglede na Pariz kot razglednico.                                                            |
| L | Jezik                           | Tuj jezik se lahko zdi nepovezan z avtorjevim lastnim svetom. Avtor se lahko odloči za vključevanje najdenih besedil, govorjenih ali zapisanih. |
| M | Zemljevid                       | Tiskana stran uporablja belino kot del strukture potopisnega besedila, podobno kot zemljevid.                                                   |
| R | Premik odgovornosti             | Popotnik se sprostí, občutek odgovornosti se umakne, kar omogoča vedenje zunaj domačih konvencij.                                               |
| S | Jaz                             | Samoidentiteta je vpisana v besedilo kot <i>exote</i> , vendar je lahko prisotna entropija.                                                     |
| T | Prevoz                          | Način prevoza prispeva k literarnosti besedila.                                                                                                 |
| U | Nepričakovano                   | Novi prizori in ljudje prikličijo prejšnja literarna ali umetniška branja.                                                                      |
| V | Resničnost                      | Potopisec poroča o »resnici«, kakor jo v tistem trenutku dojema skozi lastno kulturo.                                                           |
| W | Vreme                           | Uporablja se za hkratno ustvarjanje verodostojnosti in literarnosti.                                                                            |
| X | Xéniteia                        | Odločanje, kaj vzeti s seboj na potovanje in kaj pustiti za seboj. Urejanje zadev za organizirano življenje.                                    |

Tabela 5.2 Etnobotanični kontrolni seznam za literarne potopisce. Zasnovan v okviru raziskave za to monografijo (Mansfield &amp; Potočnik Topler 2022).

| ETNOBOTANIČNI KONTROLNI SEZNAM                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br><p>&lt;pizza.png&gt;</p> | <p><b>Hrana in pijača.</b> Običajno gre za glavno ogljikohidratno živilo, ki ga je mogoče pripraviti tako za vrhunsko kulinariko kot tudi kot turistični prigrizek za s seboj. V pripravo obrokov je treba vključiti vidik dobrega počutja, na primer izogibanje dodanim rafiniranim sladkorjem in drugim alergenom. Smiselno je nagovoriti tudi nove prehranske izbire sodobnih javnosti, kot so vegetarijanstvo, veganstvo in brezalkoholne možnosti.</p> |
| <br><p>&lt;bee.png&gt;</p>   | <p><b>Hrana za opraševalce.</b> Rastline, ki omogočajo ohranjanje rastlinskega in botaničnega sveta. Te zahtevajo izobraževalne table in povezave z lokalnim simbolnim kulturnim kapitalom.</p>                                                                                                                                                                                                                                                             |

| ETNOBOTANIČNI KONTROLNI SEZNAM                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br><recycle.png> | <p><b>Reciklabilni rastlinski proizvodi.</b> Poudarjena družbena ozaveščenost o tem, čigavo delo in znanje se uporabljata ter cenita pri zbiranju, predelavi in ponovni uporabi rastlinskih stranskih proizvodov.</p>                                                                                                                                                                           |
| <br><plant.png>   | <p><b>Okus ali vonj rastline.</b> Lokalno zelišče, morda znano že iz antičnih časov, ohranjeno v krajevnem imenu ali imenu reke. Simbolna razsežnost s pozitivno lokalno povezavo s kulturo in literaturo.</p>                                                                                                                                                                                  |
| <br><knit.png>    | <p><b>Oblačila.</b> Nosljiva botanika, ustvarjena z lokalnimi rokodelskimi znanji. Pomembna je vloga institucij, ki to znanje ohranjajo, nadgrajujejo in prenašajo kot del lokalne kulture, na primer v šolah, delavnicah in skozi programe regionalnih univerz.</p>                                                                                                                            |
| <br><park.png>   | <p><b>Zavetje.</b> Gradnje, ki vključujejo botaniko in uporabljajo lokalno proizvodno znanje ter delo. Turistična atrakcija, oprema ali stavba iz lesa, na primer stara vinska preša, klop, drevesni park ali arboretum. Lesene stavbe iz lokalnega lesa namesto uvoženega. Vključevanje sponzorstva in promocije lokalnih gozdarskih in lesnoprredelovalnih podjetij v turistični prostor.</p> |

### Poglavja doktorske disertacije – 75.000 besed

Poglavja doktorske disertacije s področja praktično vodenega literarnega potopisnega pripovedništva (practice-led PhD) lahko sledijo spodnjemu razporedu števila besed kot izhodiščnemu okviru, ki doktorskemu raziskovalcu pomaga pri pripravi projektnega načrta za raziskovalni predlog.

**Tabela 5.3 Razporeditev števila besed po poglavjih za doktorski projekt s področja potopisnega pripovedništva. Oblikovano v okviru raziskave za to knjigo (Mansfield & Potočnik Topler 2022).**

| Poglavje                                                                                                                   | Število besed |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1 Uvod in cilji<br>Opredelitev literarnosti, raziskovalna vprašanja kot cilji                                              | 4500          |
| 2.1 Pregled literature o literarnih potopiscih in njihovih praksah                                                         | 8000          |
| 2.2 Pregled literature o pisanju kot raziskovanju prostora in o praktično vodenem raziskovanju s pisanjem                  | 8000          |
| 3 Konceptualni okvir ter dodatna obravnava aksiologije, deležnikov in občinstva tega pisanja                               | 7000          |
| 4 Metodologija raziskovanja in raziskovalni instrumenti. Zbiranje podatkov in terensko delo - dokumentirano ali predlagano | 9500          |
| 5 Podatki in ugotovitve                                                                                                    | 8000          |
| 6 Analiza in sinteza                                                                                                       | 8000          |
| 7 Lastna praksa                                                                                                            | 15000         |
| 8 Sklep in implikacije                                                                                                     | 7000          |
| <b>SKUPAJ</b>                                                                                                              | <b>75000</b>  |

Lastna praksa – poglavje 7 v disertaciji je priložnost za predstavitev raziskovalčevega lastnega potopisnega in prostorsko-ustvarjalnega pisanja. Primeri vrst besedil, ki jih je mogoče predstaviti izpraševalcem, so navedeni spodaj in označeni s črkami od A do G:

- A. Literarna geografija kraja, npr. bližnjega mesta, kraja v regiji ali na poti.
- B. Načrt heksisa z raziskovalnim vprašanjem – glej poglavje Cherbourg, poglavje 6 v *Cities*.
- C. Terenski zapiski za 6 blogovskih objav, zapisani sproti na terenu, cilj je ena stran črtanega A4 formata, približno 350 besed na objavo. To služi za ugotavljanje, koliko besed napišete na eno A4 stran, koliko v pol ure, kako enostavno in hitro pišete, ali ponavljate besede.
- D. Teh 6 objav, objavljenih kot dva tridelna feljtona, z zbranimi komentarji bralcev in sledilcev.
- E. Članek v dolžini celovečerne reportaže, napisan in ponujen tiskani potopisni reviji ali potopisni rubriki, 1.500 besed.
- F. Osrednje literarno potopisno besedilo, nastalo na terenu. Kot izhodišče je mogoče upoštevati model 55.000 besed, sprva oblikovan po zgledu 150 zapisov

po 350–370 besed pri Svenu Lindqvistu v njegovi potopisni knjigi *Iztrebimo vse žveri* (*Exterminate All the Brutes*) (1996, angleški prevod; 1992, izvirnik v švedščini).

- G. Osební dnevnik kot podatkovni vir; lahko je rokopis, sken ali fotografiraja le manjšega dela, kadar jih želite posredovati mentorjem ali vključiti v disertacijo.

Kazalniki vpliva – ti prikazujejo, kako so končna besedila dosegla občinstvo in kakšen učinek so imela:

- i. Prikaz angažiranosti se lahko kaže npr. prek sponzorstev, bloganja; uporabljenih beležniceaplikacij, vključenih deležnikov, komentarje bralcev na besedilo.
- ii. Skozi vključenost DMO-jev; lahko gre za naročilo ali zabeležene sestanke.
- iii. Skozi uredništvo revije ali potopisne rubrike.
- iv. Skozi korespondenco z založnikom ali literarnim agentom za potencialno objavo literarne potopisne knjige.

Pri načrtovanju poglavij disertacije in njihove vsebine je koristno imeti pred očmi QAA deskriptorje za visokošolsko kvalifikacijo na ravni 8, torej doktorski ravni, saj mora oddana disertacija zunanjim ocenjevalcem dokazati naslednje:

»Doktorski nazivi se podeljujejo študentom, ki so izkazali:

- ustvarjanje in interpretacijo novega znanja z izvirnim raziskovanjem ali drugo napredno znanstveno dejavnostjo, ki je dovolj kakovostna za strokovno recenzijo, razširja meje discipline in je vredna objave;
- sistematično pridobivanje in razumevanje obsežnega znanja, ki je na samem vrhu akademske discipline ali področja profesionalne prakse;
- splošno sposobnost konceptualizacije, načrtovanja in izvedbe projekta za ustvarjanje novega znanja, aplikacij ali razumevanja v samem vrhu discipline ter prilagajanja zasnove projekta ob nepredvidenih težavah;
- poglobljeno razumevanje ustreznih raziskovalnih tehnik in naprednega akademskega raziskovanja.

Praviloma bodo imetniki te kvalifikacije sposobni:

- sprejemati utemeljene odločitve o kompleksnih vprašanjih na specializiranih področjih, pogosto ob pomanjkanju popolnih podatkov, ter svoje ideje in zaključke jasno in učinkovito posredovati strokovni in nestrokovni javnosti;
- nadaljevati s temeljnim ali aplikativnim raziskovanjem in razvojem na napredni ravni ter pomembno prispevati k razvoju novih tehnik, idej ali pristopov.

Imeli bodo tudi:

- lastnosti in prenosljive veščine, potrebne za zaposlitev, ki zahteva osebno odgovornost in večinoma avtonomno pobudo v kompleksnih in nepredvidljivih situacijah v profesionalnih ali primerljivih okoljih.« QAA (2014, 30)

### **Prprava na terensko delo, tematike in aksiologija – vrednost in za koga?**

Transdisciplinarno raziskovalno polje, v katerem je potopisno pripovedništvo uporabljeno kot raziskovalni instrument, pogosto vodi do zavrnitev v uveljavljenih akademskih revijah, saj takšno raziskovalno delo presega okvire tradicionalnih disciplin. Tako na primer na področju dediščinskih študij drugi raziskovalci iščejo prispevek k razumevanju določenega dediščinskega artefakta ali enega izmed osrednjih vprašanj discipline; potopisno pripovedništvo pa mora k tej temi pristopiti neposredno, ne pa reflektirati samo sebe. To vodi do vprašanja: kaj pravzaprav lahko preučuje potopisno pripovedništvo? Na začetku se izoblikujejo tri ključne tematike: (i) identiteta samega pisca, (ii) raziskovanje prostora, vključno z dediščinskimi artefakti, omenjenimi prej, ter (iii) bolj tradicionalno – prakse ljudi in kultur, s katerimi se raziskovalec srečuje na terenu.

Kako je katera koli od teh treh tem vredna za raziskovalca, za diskurzivno prakso strokovne skupine, na primer urednike revij, ali za javnost – bodisi širše bralstvo prek komercialnih založnikov bodisi kot vpliv na javne politike? Razmislek o vrednosti raziskave in prakse je del aksiologije projekta. Če raziskovalec vrednoti predvsem lastno identiteto, potem bo izbira raziskave usmerjena v temo, ki ga osebno zanima. Etično lahko takšno delo postavlja vprašanja: kaj lahko naredim, česa sem sposoben? Ta osebni vzgib pa je mogoče usmeriti v raziskovalno pot, ki



raziskovalca popelje na potovanje in s tem preiskavi podeli vrednost tudi za širšo javnost. Primer tega je potopisna knjiga *Cargo* (2018), v kateri Rötig svojo osebno fascinacijo s kontejnerskimi ladjami poveže z raziskovalnim potovanjem, ki se začne z vožnjo z vlakom v Le Havre.

Ta osebni interes, nadgrajen s potovanjem, je mogoče z aksiološkega vidika še dodatno obogatiti z raziskovanjem družbenih in ekonomskih sprememb. Tako so se na primer v začetku leta 2022 v pristaniških mestih po Normandiji odvijala javna posvetovanja v okviru priprav na gradnjo vetrne elektrarne v Seinskem zalivu. V projekt je bilo vključenih 150 podjetij in francoska vlada, cilj pa je v dvajsetih letih 21. stoletja doseči proizvodno zmogljivost 1,5 gigavata električne energije. Kaj lahko literarni potopisec stori s to spremembo v načinu proizvodnje električne energije? Ena izmed ribiških vasi s 559 prebivalci, Barfleur, naj bi postala najbližje pristanišče gradbišču. Število prebivalcev se zmanjšuje že od 30. let 19. stoletja, železniška postaja pa je bila zaprta leta 1950. Že iz tega kratkega pregleda je razvidno, da je potreben transdisciplinaren pristop, ki raziskavo zelo dobro umešča v informirane procese pisca narativne nefikcije. Pisec bo moral razumeti in znati razložiti, kaj pomeni 1,5 GW. Ali obiskovalci Barfleurja sploh zaznavajo električno energijo? Kakšna je trenutna turistična in gostinska izkušnja v vasi Barfleur? Proces javnega posvetovanja je prinesel naročena poročila o vplivih na prostoživeče živali in okolje; ta zahtevajo spretno interpretacijo. Prav tako je treba čustva posameznih vaščanov, ki so lahko reprezentativni za širšo demografsko skupino, zbrati in jih občutljivo predstaviti. Zbiranje vseh teh dokumentov, pričevanj domačinov, delavcev in obiskovalcev ter izkušnja potovanja do vasi in znotraj nje so tesno povezani s skiciranjem oziroma beleženjem vtisov in so kot takšni procesualna raziskovalna praksa. Za pisca mora biti ta zbirka dostopna in mora delovati kot katalizator za nove pristope, za ocenjevalca, ki delo presoja v univerzitetnem okolju, pa mora zbirka hkrati jasno izkazovati korake sinteze, ki jih je pisec opravil v svojem procesu in pri sprejemanju odločitev. Na primer: kako se je pisec odločil za Barfleur? Kako je delal s francoskim izrazom za velik vetrni park, *parc éolien*, da bi razkril morebiten literarni afekt?

Poleg pisarniškega branja dokumentov in potem, ko začetno dnevniško zapisovanje določenemu cilju pripiše vrednost tako na osebni kot na okoljski ravni, omogoča vključevanje v dialog z različnimi drugimi, da pisec ohranja opazovalno pozicijo glede aksiologije projekta. Na primer, dialog s sodelujočim piscem ali zgolj s prijateljem ali kolegom, ki v delo ni neposredno vpleten, lahko razkrije, kje v zbranih

zapiskih leži morebitni javni interes. Ta proces je narativno-dialoški. Pisec poskuša ubesediti delo v nastajanju, in če sogovorniki pokažejo zanimanje, bodo vprašali, zakaj je določen element vključen, s čimer pisca spodbudijo, da ga podrobneje pojasni. Ta proces je literarno upodobljen v kratkem romanu oziroma sotiji Andréja Gida (1895) *Paludes*. Skupine strokovnjakov na družbenih omrežjih, na primer ResearchGate, so dober vir za iskanje zelo specifičnih raziskovalcev, ki so trenutno aktivni na območju, ki je predmet raziskave. Praktičen primer tega je blog Be Wallonia, omenjen zgoraj, ki se povezuje z raziskavo Julie Masset in Alaina Decropa, ki sta turiste spraševala, kam doma odložijo spominke po vrnitvi s potovanja (Masset & Decrop 2020). Njuna analiza je pokazala, da številni predmeti, prineseni s počitnic, končajo v zgornjih nadstropjih doma – v spalnicah, omarah in celo na podstrešju. Ta pot predmetov skozi vertikalni prostor v intimne kotičke domov dopustnikov je literarnim blogovskim zapisom o topologiji in poteh želje v znamčenju prostora belgijskega DMO-ja dodala afektivno razsežnost.

Če je za takšen dialog mogoče najti deležnike, se v tej fazi procesualnega pristopa začne gradnja zaupanja. Ti deležniki – sprva je pogosto najlažje stopiti v stik s predstavniki za stike z javnostmi (tiskovnimi službami) javnih institucij, ki sodelujejo v projektu, saj bodo v kasnejših fazah tako pripravljeni hitreje odgovarjati na tehnična vprašanja. Deležniki lahko hkrati postanejo tudi tisti, ki jih končno literarno potopisno delo neposredno zadevalo, in s tem mesto dejanskega vpliva raziskave. Pri prizadevanju, da bi si pisec z delom zagotovil tudi dohodek, lahko ti deležniki postanejo naročniki ali sponzorski financerji nadaljnjega raziskovanja.

### **Pisalna oprema, materiali in dokumenti**

Dnevniški zapis ima kot literarna oblika dolgo tradicijo. Sartrov roman *Slabost* (*La Nausée*) (1938) uporablja dneve, datume in ure kot stranske naslove skozi celotno besedilo, obenem pa se sklicuje na gradbišče nove železniške postaje v Le Havru in na staro postajo, s čimer bralcem ponudi zgodovinsko orientacijo in občutek minevanja časa za pripovedovalca. Nova postaja je bila dokončana leta 1932. Ob 10.30, na primer, dnevniški pripovedovalec pogleda iz svoje sobe, obrnjene proti severovzhodu, na gradbišče nove postaje in zagleda železničarski bar:

»10.30 [...] Z okna vidim rdeče-beli plamen lokala Rendez-vous des Cheminots na vogalu bulvarja Victor-Noir. Pariški vlak je pravkar prispel. Ljudje prihajajo iz stare postaje in se razhajajo po ulicah.« (Sartre 1963, 7)

Pripovedovalec bralcem poda ravno dovolj informacij, da ti razumejo, da se stara postaja še vedno uporablja za prihode iz Pariza. Kasneje ohranja časovni okvir tudi za sprehod od bara:

»Pol osmih je. Nisem lačen [...] piha leden veter [...] na desnem pločniku se kot plinasta gmota, siva z ognjenimi progami, oglašča ropot, podoben rožljanju školjk: to je stara postaja. Njena prisotnost je oplodila prvih sto metrov bulvarja Noir – od bulvarja de la Redoute do ulice Paradis – in tam ustvarila ducat uličnih svetilk ter štiri kavarne, eno ob drugi: Rendez-vous des Cheminots in še tri.« (Sartre 1963, 35)

Pri terenskem delu za potopisno pripovedništvo Sartrov format ponuja zelo uporaben vzorec za beleženje datumov, ur, vremena, imen ulic in osebnih občutkov dnevnikarja. Ni naključje, da gre za eksistencialistično besedilo: prav obstoj potopisca na konkretnih lokacijah je tisto, kar skušajo ujeti terenski zapiski. Pisec – raziskovalec si prizadeva pustiti sledi samemu sebi – zapiske, ki morda v trenutku nastajanja nimajo očitne uporabne vrednosti, a se lahko kasneje izkažejo za dragocene pri ustvarjanju literarnega potopisnega besedila. V Sebaldovem *Campo Santo* (2006, 44) se literarni potopisec znova znajde v hotelski sobi v Pianu na Korziki. Bralcem pove, da v predalu nočne omarice najde izvod Flaubertove zgodbe o svetem Julijanu, pri čemer besedilu da dodatno težo z omembo, da gre za razkošno vezano izdajo v zbirki *Pléiade*. Takšna dejavnost aktivira prostor, medtem ko je Sebald še na terenu. Pri terenskem delu literarni potopisec izvaja dejavnosti, s katerimi odpira in odklepa arhiv kraja. Gre za prakso, izpeljano iz posthumanističnega procesa anarhiviranja, ki ustvarja nova besedila, potencialno uporabna kasneje. Poleg »odklepanja« takšno anarhiviranje pušča zabeležene difrakcije, ki jih lahko bralci znova odkrijejo in odklenejo ob branju poznejšega zapisa.

Sledi primer iz zbirke Jasninih terenskih zapiskov, ki so bili ročno zapisani v baru na plaži. Uporaba sedanjika v večini zapiskov jo umešča v trenutek dogajanja, hkrati pa ponuja časovni namig, kdaj je pisala, saj je naročilo pijače zapisano v pretekliku. Poleg datuma in manjših časovnih namigov, ki bodo zelo dragoceni pri morebitnem kasnejšem preoblikovanju v potopisno pripoved, je prisoten tudi prostorski namig. Najprej navajamo prepis zapiskov:

18. julij 2021, Tivat, Črna gora [...] Ura je 12.55 in sedim na plaži blizu letališča Tivat. Zelo piha in nihče ni v vodi – vsi sedimo v baru Orange Beach Bar – okoli 10 gostov – naročila sem Cockto, pijačo, podobno Coca-Coli, a – tako se verjame – bolj zdravo in izumljeno v Sloveniji leta 1953. (Jasna 2021, terenski zapiski, Črna gora)

Prostorski namig izhaja iz ponovne rabe sedanjika glagola sedeti: »sedim na plaži«, pa tudi »vsi sedimo v baru«. To nakazuje, da je bar umeščen neposredno na plažo in ne v stavbo, ki bi stala nekoliko stran na tlakovanem terenu.

### Utemeljena oz. prizemljena teorija in pisanje kot raziskovanje prostora

Sinteza novih teorij, ki so utemeljene v podatkih, zbranih na terenu, je v turističnih študijah postala izjemno produktivna metoda, zlasti po novih usmeritvah utemeljene teorije, kot jih je razvila Kathy Charmaz (2014). To metodo zaznamujejo trije koraki: pridobivanje daljših pričevanj kot podatkov, analiza posameznih odlomkov pričevanj z glagolniškim kodiranjem (gerund coding) in oblikovanje novih hipotez z memo-pisanjem.

Kje so podatki? Za potopisca, ki izvaja raziskovanje kraja, so vir teh pričevanj lahko lokalni prebivalci, ki doživljajo večje urbane preobrazbe. Glagolniško kodiranje prepisanih intervjujev razkriva dejanja, za katera lokalni sogovorniki menijo, da jih izvajajo v obdobju, o katerem pripovedujejo. Poleg tega je mogoče tudi zapise z blogov drugih avtorjev obravnavati kot odlomke in jih analizirati s postopkom kodiranja. Praktičen način za razčlenjevanje pričevanja na posamezne odlomke in dodajanje glagolniških oznak je dvostolpčna tabela, na primer:

**Tabela 5.4 Dvostolpčna predloga za glagolniško kodiranje za ponovno uporabo pri raziskavah z utemeljeno teorijo. Zasnovano med raziskavo za to knjigo (Mansfield & Potočnik Topler 2022).**

| Glagolsko kodiranje z glagoli, ki se končajo na -ing                                      | Odstavki iz prepisanega pričevanja sogovornika                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Discover <sup>ing</sup> self.<br>Raziskovanje sebe.                                       | <p>Petek, 28. marec 2014</p> <p>»Svet je knjiga in tisti, ki ne potujejo, preberejo le eno stran,« je verjetno moj najljubši citat vseh časov, ki ga je zapisal sveti Avgustin. Želim potovati. Vse življenje sem si želela potovati. Odkrivati nove kraje, čim bolj oddaljene, tem bolje. Šele med potovanjem se počutim resnično v miru sama s seboj. Vsako potovanje je zame toliko pot samoodkrivanja kot tudi odkrivanja neznanega okolja. Čez slabih štirinajst dni odhajamo v Concarneau. Prezgodaj je še, da bi imela metuljčke v trebuhu, kot jih ima človek tik pred odhodom, a vznemirjenje narašča. Tokrat je pričakovanje potovanja večje kot običajno. Sebe bi opisala kot zelo spontano popotnico do zadnjega trenutka. Tretjega januarja sem šla v Pariz, let sem rezervirala dan prej!! Tokrat pa sem v organizacijo potovanja vložila več načrtovanja in raziskovanja. Mislim, da je to prvič, da sem prebrala knjigo, umeščeno v določen kraj, in nato zavestno načrtovala obisk prav tega kraja.«</p> |
| Document <sup>ing</sup> self.<br>Popisovanje sebe.                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Display <sup>ing</sup> own cultural capital<br>Prikazovanje lastnega kulturnega kapitala. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

Ko se iz kodiranja začnejo izrisovati jasnejše ideje, raziskovalec odpre memo-pisalne okvirje, v katerih zajema in razvija te ideje. Tem okvirjem se doda osnovna oblikovna struktura v obliki tabel: delovni naslov in barvno označevanje nadrejene kategorije, ki združuje posamezne glagolnike. Na primer na podlagi zgornjega primera:

**Tabela 5.5: Predloga za pisanje zabeležk za ponovno uporabo v post-kodirni fazi projektov utemeljene teorije. Zasnovano v okviru raziskave za to knjigo (Mansfield & Potočnik Topler 2022).**

| PISANJE ZABELEŽK – oblikovanje identitete potopisca                                                                                                                                                                                  | IDENTITETA |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Začetni stavki so zapisani v prvi osebi in vzpostavljajo kulturni kapital pripovedovalca. Že zgodaj v besedilu je jasno, da je pripovedovalec pripravljen razkriti lastni kulturni kapital ter skozi pripoved odkrivati samega sebe. |            |

V kasnejši fazi, ko je ideja že dokumentirana v obliki zabeležke, jo raziskovalec nadgradi bodisi z akademskimi besedili, preučeni v prvotnem pregledu literature, bodisi – če še niso bila vključena – z dodatnim akademskim branjem. V pisalni okvir zabeležk se nato dodajajo reference in citati, dokler ni zbranih dovolj dokazov za zapis nove teoretske sinteze, utemeljene v interpretiranih podatkih. Odmev tega procesualnega pristopa, ki se nenehno vrača k razvijajočemu se besedilu, je mogoče prepoznati tudi v Zettelkasten dnevniški praksi, predstavljeni v 4. poglavju te knjige.

### **Emergenca in genealogija v dokumentih o spremembi rabe prostora**

V pripravljalni fazi namiznega raziskovanja, še preden se načrtuje obisk destinacije, je smiselno prepoznati morebitne večje spremembe v rabi prostora, ki se tam odvijajo. V študiji mesta Nantes je na začetku leta 2000 potekal obsežen projekt spremembe rabe prostora (Agueda 2014), ko je upravljavec destinacije (DMO) nekdanjo tovarno tobaka in druga skladišča ob nabrežju preoblikovala v turistični prostor. Tako obsežne spremembe grajene dediščine puščajo pomembne sledi v življenjih nekdanjih zaposlenih v mestu, pa tudi drugih uporabnikov izbranih družbenih prostorov ali uporabnikov na novo ustvarjenih prostorov. Spremembe rabe prostora so v zahodni Evropi strogo regulirane, proces pridobivanja prostorskih soglasij pa ustvarja vse obsežnejši arhiv dokumentov. Pisec – raziskovalec lahko te dokumente obravnava z metodološkim pristopom, izpeljanim iz Foucaultove ideje genealogije, kot jo razvije Maria Tamboukou (Tamboukou 1999).

Gradnja eolskega parka (Aeolian Parc) oziroma vetrne elektrarne v zalivu Sene je do konca leta 2021 že ustvarila obsežen arhiv dokumentov, ki jih je sprva pripravila francoska država v okviru razpisnega postopka, kasneje pa organizacije, ki so vodile javne razprave v prizadetih normandijskih mestih v začetku leta 2022. Eden takšnih dokumentov je bil na primer javnosti prosto dostopen:

Haskoning DHV (2020). *Posodobitev trenutnega stanja znanja o vplivih vetrnih elektrarn na morju na okolje* (Update on the current state of knowledge on the environmental impacts of offshore wind farms), Exeter: Haskoning DHV.

Poleg tovrstnih poročil so bili naročeni tudi številni zemljevidi in fotomontaže, ki prikazujejo vplive na življenje ljudi in urbane prostore ob morskem zalivu Sene. Z uporabo genealoškega metodološkega pristopa po Tamboukou (1999) so se iz tega gradiva izoblikovale tri možne tematske smeri za potopisca. Prvič, poročilo je povzemalo raziskave o tem, kako užitni raki uporabljajo monopile, v katere so zasidrane nove vetrne turbine na morskem dnu; to naj bi povečalo zaloge rakov za ribiška пристanišča v zalivu. Drugič, razpravljalo se je o načrtovani izgradnji observatorija za morsko vetrno energijo, ki bo privabljal in spodbujal naselitev visoko usposobljenih strokovnjakov na območju zaliva. Tretjič, iz kartografije je postalo razvidno, katero pristanišče bo najverjetneje uporabljeno kot vzdrževalna točka. Po vsej verjetnosti bo to Barfleur, ki bi lahko postal tudi lokacija novega observatorij. Na podlagi teh nastajajočih tem bi lahko pisec – raziskovalec čas posvetil raziskovanju mesta Barfleur, vzpostavil stik s sogovorniki, ki bi jih te tri teme lahko zadevale, ter začel zbirati intervjujske in prostorske podatke v samem mestu.

### Samopisanje in procesualna identiteta

Zapiski in citati so bili namenjeni skrbi zase. Foucault pojasnjuje (Foucault 1983), da Seneka izbere maksime, ki jih prepiše zato, ker so mu v danih okoliščinah osebno koristne. Ti citati so lahko tudi od avtorjev, s katerimi se Seneka sicer ne strinja; kot primer navaja Epikurja (341–270 pr. n. št.), saj si Seneka iz citata prisvoji tisti del, ki mu v danem trenutku služi, kar je mogoče razumeti kot gradnjo njegove spreminjajoče se identitete tistega dne. Seveda se tak dnevnik sčasoma spremeni v množico raznolikih idej, ki so stalno v procesu in sledijo potrebam ter preokupacijam jaza v določenem trenutku. Vendar tako Seneka kot Foucault menita, da se ta namerna heterogenost združi skozi dva koraka osebnega pisanja v *hypomnemi*

(hipomnemi) in skozi ponovno branje. Kljub temu pa se jaz, pisec, ne pusti indoktrinirati s prepisanimi citati. Seneka uporablja metaforo čebele, ki nabira in prebavlja hrano, pri čemer se rezultat postopoma preoblikuje v novo telo pisca – »v tkivo in kri« (*in vires et in sanguinem*) (Foucault, 1983, 420), po Seneki mlajšem (ok. 65), pismo 84 Luciliju, *O zbiranju idej* (*On Gathering Ideas*).

Ta zgodovinski pregled beleženja ni namenjen uveljavljanju avtoritete na podlagi precedensa, temveč Foucault te zgodovinske prakse samopisanja razlaga kot del svoje genealogije skrbi zase. Opozarja tudi na poznejšo subverzijo namenov pisanja o sebi, zaradi katere so rabe, ki jih zagovarja Seneka, utonile v pozabo pri kasnejših zapisovalcih. Za sodobnega bralca je Senekova praksa razsvetljujoča prav zaradi svoje odprtosti do drugih avtorjev in zaradi procesualne narave – zavračanja fiksiranja in fosilizacije identitete raziskovalca – pisca, kar sta ideji, ki ju najdemo tudi v posthumanističnih premislekih enaindvajsetega stoletja. Rosi Braidotti se zaveda omejitev raziskovalčevega trenutnega znanja, vendar ponuja posthumanistični pojem »ustreznega razumevanja« (Braidotti, 2019, 131), ki ustvarja moč za delovanje, omogoča občutenje veselja v tej moči in s tem vzbuja novo željo po nadaljnjem zbiranju idej. Pri Braidotti je to veselje ob iskanju novega znanja o kompleksnih sestavih del etike svobode po Spinozi.

Procesualno beleženje torej premišljeno umešča in celo prepisuje pričevanja ter dokaze v heterogeno celoto besedila. Ti deli dokazov niso statični arhiv, temveč odpirajo razvojne korake, izbire, odkritja in odločitve, ki so nastajale med ustvarjanjem potopisne pripovedi, ki jo bo raziskovalec pozneje izpeljal iz teh zapiskov. Pisec se lahko celo odloči, da bo v končnem potopisnem besedilu nekatere dokaze pustil nepovezane – kot povabilo bralcem, da pripoved preverijo geografsko ali zgodovinsko, ali kot namig o poti, ki v tem besedilu ni bila ubrana, a je z glavno zgodbo povezana in jo podpira. Walter Benjamin v svojih razmislekih o pripovedovanju opozarja, da se dober pripovedovalec izogiba pretiranemu razlaganju in pušča prostor bralcem, da se v zgodbo vključijo s svojim lastnim razmišljanjem in sklepanjem (Benjamin, 2019).

Procesualni dnevnik je predlagan kot praksa, ki presega bolj tradicionalno pojmovanje refleksivnega dnevnika. Z literarnega vidika se ob razmisleku o refleksivni praksi pojavi metafora Narcisa, ki zre v svoj odsev v jezeru. Raziskovalec – pisec se bo pri pisanju potopisa vračal tako k zgodnjim zapiskom kot tudi k terenskim beležkam. S tega vidika je koristno oblikovati način postavitve strani, ki

omogočajo prostor za kasnejše komentarje ali za izris literarne geografije kot drugega koraka pri načrtovanju poti terenskega dela. Pri literarni geografiji raziskovalec išče romane in dnevnike, umeščene v preučevano destinacijo. Na primer, Modianov roman *Villa Triste* (1975) je postavljen na severni del Ženevskega jezera pri Annecyju. Skicirana dnevniška stran lahko razišče, ali je smiselno zasnovati potopisno pot okoli jezera do kraja Veyrier-du-Lac, saj se ključni trenutek zapleta romana odvije v restavraciji Resserre v tem manjšem kraju. S pristopom skicirnega beleženja je hitro razvidno, da bi pot okoli jezera obsegala približno sedem kilometrov in zato ne bi bila primerna za vključitev v urbano pešpot. Prav tako ni bilo mogoče najti restavracije s tem imenom. Vendar pa se je ob ponovnem pregledu skicirnih zapiskov pojavila ideja treh glavnih likov romana kot narcisov: eden izmed likov je nosil rumeno obleko, podobno Wordsworthovim narcisam ob jezeru, drugi pa se je skrival pod drevesi.

### **Piščeva občutljivost kot raziskovalni instrument in kot podatek**

To preizpraševanje literarnih besedil, povezanih s krajem, v katerem raziskovalec išče barvo, geografijo in povezave z drugimi literarnimi besedili, začne postopoma vplivati na njegovo občutljivost. Prepoznavanje, kje in kako je romanopisec ali pesnik uporabil jezik ali opis prostora, da bi vplival na bralca, ter beleženje teh trenutkov in jezikovnih postopkov v dnevnik ustvarja izurjeno zaznavo. Ta izurjenost omogoča, da je nadaljnje zaznavanje vedno bolj produktivno in natančno. Raziskovalec začne opazati igre spomina tako znotraj preučevanega besedila kot tudi v navezavah na zgodovinske dogodke, ki jih literarni avtorji delijo s svojim bralstvom. Če so ti elementi zabeleženi v dnevniku, potem celoten dnevnik ne postane zgolj vir, iz katerega nastaja končna potopisna pripoved, temveč tudi zbirka podatkov, ki osvetljuje spreminjanje raziskovalčeve občutljivosti. Takšna analiza podatkov je lahko celo eden izmed raziskovalnih ciljev, kadar potopisni projekt nastaja v okviru doktorskega ali magistrskega raziskovalnega študija.

Osrednji cilj potopisca je, da svojo občutljivost obravnava kot raziskovalni instrument, ki se skozi branje in terensko delo postopoma izostri ter postaja dovezetnejši za vedno več sestavnih delov destinacije. Kako name vpliva ta sprehod nazaj proti nabrežju? Senzorji podob, zvokov, sprememba teže na spuščajočem se pobočju, večerni vetrič, ki začne pihati z jezera, vonj po kuhanju iz restavracij, ko se odpirajo, se nenehno na novo umerjajo prek novih načinov ubesedovanja doživetih občutkov, pri čemer pisec posega po novih metaforah in primerjavah. Bralci želijo



zaupati tej občutljivosti, da je živa in da se vse bolj prepleta s krajem, ki ga želijo spoznati prek pripovedi in morebitnega kasnejšega obiska.

Temeljito vodenje dnevnika in terenskih zapiskov bo raziskovalcu zagotovilo podatke, s katerimi bo lahko prepoznal razvoj in vrzeli v svojem zaznavanju čustvenega in kulturnega prostora. Na primer: kakšne zapiske sem naredil o arhitekturi pročelja stare carinarnice, ko se je pojavila pred menoj? Kako lahko posežem v svoj spomin ali se oprem na druge avtorje, da bi ta trenutek naredil bolj afektiven za svoje bralce?

### **Orodja za upravljanje znanja pri raziskovanju in potopisnih projektih**

Kot praktičen primer uporabe platforme Splet 2.0 za potopisce ta razdelek nadgrajuje zasnove dnevniskega zapisovanja, predstavljene v 4. poglavju, in pokaže, kako jih je mogoče uporabiti v široko dostopni programski aplikaciji podjetja Microsoft, imenovani OneNote. Jedro dnevniskega zapisovanja je enostavno ustvarjanje zapiskov in njihovo poznejše hitro ponovno iskanje, zato je že od samega začetka nujen sistem urejanja in kodiranja z metapodatki. V tem razdelku se uveljavljeno načelo Zettelkasten razvija znotraj programske aplikacije, ki je dostopna na prenosnem računalniku, tablici in pametnem telefonu, tako da je digitaliziran in indeksiran dnevnik raziskovalcu – piscu vedno pri roki.

Med raziskovanjem za to knjigo so bili najprej preizkušeni Google Dokumenti in Google Drive kot deljena platforma za sodelovanje med upravljavcem destinacije (DMO) in piscem (Mansfield & Potočnik Topler 2021). Vzporedno pa je bila v okolju MS OneNote zasnovana in izpopolnjena tudi predloga, namenjena predvsem osebni sistem upravljanja znanja raziskovalca. Med raziskovanjem je eksperimentiranje razkrilo sodelovalni vidik platform Splet 2.0 in datotek, shranjenih v oblaku, kar je v nadaljevanju natančneje pojasnjeno. Najprej je bila razvita zasnova strani v OneNotu, ki jo je mogoče v programski aplikaciji nastaviti kot privzeto predlogo za celotne projekte:

**Tabela 5.6 Predloga strani MS OneNote Zettelkasten za potopisno dnevniško beleženje.**  
**Zasnovana v okviru raziskave za to knjigo (Mansfield & Potočnik Topler 2022).**

|                                                                                                                                      |                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <br><folder.png>                                    | Ključne besede z...                                  |
| <br><quote.png><br>Poizvedba,<br>citat<br>ali tema  | Povod za to stran v OneNotu:                         |
| <br><affirm.png><br>Afirmativno<br>pisanje dnevnika |                                                      |
| <br><emerge.png><br>Pojavnost                       | Porajajoča se vprašanja za nadaljnjo obravnavo       |
| <br><link.png><br>Povezave                         | Na drugih straneh v OneNotu in na spletnih povezavah |
| <br><ref.png><br>Reference                        |                                                      |
| <br><dialogue.png><br>Dialog                      |                                                      |

Strani so razporejene le v treh ločenih razdelkih OneNota, tako da je pregled nad dnevnikom na prvi pogled jasen in ne preveč zapleten. Ti trije razdelki hkrati predstavljajo strukturo tristopenjskega procesa, ki ga ta knjiga predlaga za naročena

besedila ali raziskovalno delo. Uporablja se tudi barvna shema, kjer je rumeno-okor namenjena globinskemu kartiranju (deep-mapping), zelena terenskemu delu, vijolična pa končnim besedilom literarnega potopisa. Pregled je prikazan v Tabeli 5.7 spodaj.

**Tabela 5.7 Proces naročenega potopisnega projekta, prikazan v formatu MS OneNote.**  
Zasnovano v okviru raziskave za to knjigo (Mansfield & Potočnik Topler 2022).

| Ime koraka                                 | Izvorni dokumenti                                                                                                     | Dialog z                                                                                                                                 | Rezultati                                                                                                |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 Globinsko kartiranje in načrtovanje poti | Zemljevidi, romani, dnevniki, biografije, poročila o spremembah rabe prostora, znanstveni članki                      | Lokalni prebivalci, deležniki, akademski raziskovalci, npr. geografi, strokovnjaki za turizem in dediščino                               | Dnevniški zapisi. Skicirani zemljevidi načrtovanih sprehajalnih poti. Korespondenca za gradnjo zaupanja. |
| 2 Terensko delo                            | Meniji, letaki, plakati, lokalni časopisi, računi ter neposredno okolje terenske izkušnje                             | Če je mogoče, sproten dialog z oddaljenim sodelavcem, mentorjem ali predavateljem po e-pošti ali na tej platformi. Intervjuji na terenu. | Tematski in podtematski elementi ter motivi za potopisno zgodbo.                                         |
| 3 Pripovedovanje potopisne zgodbe          | Lastni terenski zapiski. Dodatno namizno raziskovanje za dopolnitev za dopolnitev podrobnosti in preverjanje dejstev. | Urednikom ali avtorskim urednikom, če je na voljo, ter zanesljivimi deležniki prek bloga za povratne informacije                         | Zaključeno potopisno besedilo za objavo v različnih formatih ali za digitalno posredovanje naročniku.    |

Stran Zettelkasten, prikazana v tabeli 5.6, s svojimi ikonami in tabelarično strukturo je nastavljena kot privzeta predloga za vsako stran v vseh treh razdelkih. Namen tega je pospešiti ustvarjanje novih strani vedno, ko ideja ali citat sproži trenutek dnevniškega zapisovanja. Pregled vseh strani z zapiski je mogoče prikazati z izbiro *Pregled (Review)*, *Povezane opombe (Linked Notes)*. Pisec, ki aktivno dela na projektu, potrebuje med dozorevanjem projekta pogled v slogu skicirke na vse strani v OneNotu, da lahko vzpostavlja dodatne povezave in se znova spomni idej iz zgodnejših faz dela. Prav zato je ta funkcija pregleda še posebej uporabna. Za celosten pregled vseh dnevniških zapisov je dragocena tudi možnost iskanja, ki jo je mogoče zožiti z uporabo predpone *~Ključne besede (~Keywords)*, s čimer se poiščejo le tiste strani dnevnika, ki so kodirane s črko z.

## 6. poglavje: Študije primerov sodelovalnega potopisnega pripovedništva

Študije primerov, ki temeljijo na terenskem delu in raziskavah, opravljenih v času nastajanja te knjige, so obravnavane tako, da ponujajo modele dobrih praks za pisce, ki sodelujejo z uredniki in jezikovnimi svetovalci, ali za dva soavtorja, ki hkrati raziskujeta iste turistične prostore v mestu ali regiji. V poglavju so predstavljeni kraji v Sloveniji, Črni gori in kasneje v Cherbourg. Na konkretnih primerih je jasno prikazana vrednost dnevniškega zapisovanja kot raziskovalne prakse. Nazadnje je prikazana tudi uporaba dialoga in grajenja zaupanja med pisci, ki sodelujejo pri potopisnem projektu. Ti primeri lahko služijo kot modeli profesionalne prakse ali pa se jih prilagodi za uporabo v pedagoškem okolju, zlasti pri poučevanju turizma in turističnega managementa.

### Uvod v sodelovalno potopisno pripovedništvo

Te študije primerov so predstavljene z namenom prikaza sodelovanja med literarnimi potopisci in njihovimi avtorji – uredniki. Izbrani odlomki izvirajo iz živih raziskovalnih projektov, ki so bili operativno izvedeni na terenu, da bi raziskali in hkrati ponazorili proces grajenja zaupanja med dvema piscema. Uporaba dialoga in

postopno spreminjanje vprašanj sta prikazana kot model za prihodnje raziskovalno delo v okviru te metode sodelovalnega pisanja. Na najbolj osnovni ravni ima avtor – urednik vlogo preizkuševalca besedila, torej nekoga, ki opozori na ime ali položaj na terenu, ki je potopiscu sicer samoumeven, končnemu bralcu pa nejasen ali zmeden. Na naslednji ravni svojega doprinosa avtor – urednik uporablja bolj specializirano jezikoslovno in literarno izrazje ter pisca spodbuja, da v zgodbi več tvega. To lahko pomeni vključitev nove teme ali premik jezika v bolj poetičen ali čustveno obarvan register. Nazadnje, pogosto najtežje, pa je prepoznati teme ali ideje, ki morda niso učinkovite, ter poiskati načine za njihovo izboljšanje ali predlagati njihovo odstranitev.

Odnos med literarnim potopiscem in avtorjem – urednikom je ključen za uspešen proces pisanja. Za potopisca je pomembno, da čuti dobronamernost avtorja – urednika in mu lahko zaupa, ter da se ob komentarjih in predlogih ne počuti osebno prizadetega. Zaželeno je, da med njima poteka izmenjava mnenj in razprava o različnih pogledih in zaznavah. Hkrati pa je enako pomembno, da avtor – urednik deluje spodbudno in obenem ohranja čim bolj objektivno kritično držo, ne glede na morebitno predhodno naklonjenost ali nenaklonjenost do pisca. Zelo pomembno je tudi, da avtor – urednik poda konkretna in uporabna navodila, kako je mogoče besedilo izboljšati.

## Na praksi temelječe terensko delo v Sloveniji in Črni gori

### Projekt *Both* v Sloveniji

Te študije primerov sledijo projektom potopisnega pripovedništva in jih razlagajo. Prvi primer izhaja iz zgodnje faze sodelovalnega pisanja in raziskuje Ljubljano ter pot na Koroško v Sloveniji. Bralcem se priporoča, da si lokacije teh krajev pred branjem ogledajo v spletnem zemljevidu. Projekt z naslovom *Both* je bil hkrati ustvarjanje in eksperiment ter je potekal julija in avgusta 2019. Kot sprožilec potopisnega raziskovanja je bila izbrana literarna osebnost. Slovenski pisatelj Prežihov Voranc je obeležen v Podgori pri Kotljah, kjer je njegova nekdanja domačija danes odprta za javnost. V spletnem zemljevidu poiščite naslov Preški Vrh 13, 2390 Ravne na Koroškem, Slovenija. Opomba glede navajanja virov: za sklicevanje na terenske zapise in zapise o prostoru so uporabljena imena udeležencev, kot je prikazano spodaj:

»Sedla sem na teraso in si za nekaj časa spočila oči na osupljivih strmih zelenih hribih.« (Jasna, 19. julij 2019)

Delo se je začelo z besedilom, ki ga lahko najbolje opišemo kot potopisni zapis v obliki traveloga. Ta tip pisanja uporablja večni sedanjik in tako turistično destinacijo postavi v trajno stanje, kjer ljudje, kraji in prakse obstajajo izven časa. Kot primer vzemimo odlomek z začetka besedila:

»Seveda ima Ljubljana tudi letališče. Do Podgore boste z avtom potrebovali približno dve uri. Če imate priložnost, se na poti ustavite v Ljubljani in obiščite staro mestno jedro s Plečnikovim Tromostovjem in Prešernovim trgom ter se morda zapeljite z ladjico po Ljubljani. Prestolnica je polna imenitne arhitekture, prijetnih kavarn, restavracij in kulturnih dogodkov.« (Jasna, 12. julij 2019)

Narava projekta *Both* je ustvarila konkretnega, zainteresiranega bralca nastajajočega besedila, kar pojasnjuje neposredno rabo druge osebe ednine, »ti« oziroma »vi«, kot v izrazu »če imate priložnost«. S tem je bil k potovanju nagovorjen sodelujoči raziskovalec. Namen je bil, da bi nagovorjeni raziskovalec dejansko obiskal kraje in sledil poti, načrtani v besedilu. Kot metoda tak pristop ustvarja neposreden nagovor v drugi osebi, ki v besedilo vključuje tudi kasnejše bralce. Na ta način se vzpostavi posebna oblika dialoga.

Dialog je kot metoda poučevanja prisoten že od antike, ko so ga uporabljali filozofi, kot so Aristotel, Platon in drugi, hkrati pa je tudi uporabno raziskovalno orodje za »razjasnjevanje stališč in ustvarjanje novih razumevanj« (Burbules, 1993; MacInnis & Portelli, 2002, 33). Toda kaj dialog pravzaprav je? Je to zgolj pogovor o določeni temi? MacInnis in Portelli (2002, 34) poudarjata razliko, saj »pogovor stremi k ravnovesju, dialog pa spodbuja neravnovesje, da bi se argumenti lahko razvijali«, poleg tega je dialog tudi bolj osredotočen. Prav zato je dialog pomembno prispeval tudi k tej raziskavi potopisnega pripovedništva. Avtorja nista zgolj razpravljala o svojih besedilih, temveč sta komentirala tudi teoretske in praktične prispevke drug drugega. Dialog, najpogosteje v obliki znanstvenih razprav, jima je omogočil, da sta prepoznala, kaj je treba dodatno pojasniti, natančneje razložiti ali še poglobljeno raziskati. Med seboj sta si postavljala vprašanja, dajala usmeritve, razpravljala in komentirala opravljeno delo. Zaradi prostorske oddaljenosti avtorjev (eden je deloval v Združenem kraljestvu, drugi v EU, v Sloveniji) so dialogi večinoma potekali prek elektronske pošte, orodij MS Teams in OneNote ter s komentiranjem besedil v deljenih dokumentih. Dialog je bistveno olajšal raziskovalne in pisne

proces pri nastajanju te monografije. Raziskovanje skozi dialog je uspešnejše in bolj nagradujoče kot samotno raziskovanje, kot poudarjata Shor in Freire (1987, 98–99): »Dialog je trenutek, ko se ljudje srečajo, da bi razmišljali o svoji resničnosti, medtem ko jo ustvarjajo in preoblikujejo. Poleg tega, kolikor smo bitja komunikacije, ki komuniciramo med seboj, postajamo vse bolj sposobni preoblikovati svojo resničnost ...« Zelo pomembno je tudi poudariti, da v dialogu »vsako odkritje posameznega dokaza pomaga udeležencem videti, kateri dodatni dokazi bi še bili potrebni ali katera dodatna vprašanja bi bilo treba raziskati« (MacInnis & Portelli, 2002, 35).

Do 19. julija 2019 pa je bila terenska raziskovalna pot že načrtovana in izvedena, kar se je odrazilo tudi v spremembi glagolskega časa v nastajajočih besedilih. Sodelovalna narava projekta je v nadaljevanju prikazana s prepisi dialogov: najprej so navedena vprašanja iz dialoga, nato odlomki potopisnega besedila, ki so ta vprašanja spodbudili, in nazadnje novi dnevniški zapisi glavne potopiske, ko pripravlja dodatne viře za poznejšo razširjeno obdelavo končne potopisne zgodbe.

### **Dialog s kolegom 1 – povezava pripovedovalke z zgodovino in prostorom**

V tem drugem odstavku tvojih terenskih zapiskov, Jasna, je jasno, da je cilj poti Podgora. Vendar pa bralci še nimajo vzpostavljene povezave s pripovedovalko. Modiano za umestitev pripovedi v čas in prostor pogosto uporablja zgodovinske dogodke in jih hkrati prepleta z osebnim življenjem pripovedovalca. Moje prvo vprašanje v dialogu je zato naslednje: ali imaš jasen spomin iz otroštva ali šolskih let, povezan s Podgoro, in ali se ta spomin povezuje s kakšnim pomembnim zgodovinskim dogodkom v slovenski zgodovini, na primer s poletjem 1991 ob podpisu Brionskega sporazuma ali s pomladjo 2004, ko se je Slovenija pripravljala na vstop v Evropsko unijo?

Do Raven na Koroškem in od tam do Podgore se lahko zapeljete po regionalnih cestah Ljubljana–Domžale–Trojane (tu se morate ustaviti in poskusiti najboljše tradicionalne trojanske krofe)–Vransko (restavracija Grof je odlična izbira, če potrebujete konkreten obrok ali le hiter prigrizek na poti)–Velenje (mesto se je nekoč imenovalo Titovo Velenje; tu si lahko ogledate velenjski grad, Muzej premogovništva, vsako leto septembra pa tu poteka festival Pike Nogavičke) ... (terenski zapiski Jasna, 2019)

## Dnevniški odziv na dialog 1

Moja osnovna šola je bila poimenovana po Lovru Kuharju – Prežihovem Vorancu. Posledično smo se z avtorjem v osnovni šoli veliko ukvarjali. Še danes se nekaterih odlomkov iz njegovih del spomnim na pamet ... Enkrat na leto, običajno med spomladanskim pohodniškim izletom, pa smo obiskali Podgoro in njegovo domačijo – kraj z imenom Prežihovina, kar bi lahko prevedli kot posestvo družine Prežih. Za vse, ki so obiskovali Osnovno šolo Lovra Kuharja – Prežihovega Voranca, je to poseben kraj, za druge pa turistična znamenitost, saj je Prežih kanoniziran avtor. Seveda pa ostaja vprašanje, kako ta prostor približati mednarodnim turistom. Ena od možnosti za privabljanje tujih obiskovalcev in turistov je iskanje referenc na tuje kraje v Prežihovem življenju in delu ter uporaba teh referenc kot pripovednih elementov, povezanih s Prežihom in Prežihovino. Dobro je znano, da je Prežih v času skrivanja pred oblastmi zaradi svojega aktivističnega in političnega delovanja potoval po Evropi ter nekaj časa preživel v Avstriji, Italiji, Nemčiji, na Češkem, v Grčiji, Bolgariji, Romuniji, Franciji, Rusiji, na Norveškem itd. Ti kraji bi lahko služili kot referenčne točke za privabljanje turistov in kot pripovedna orodja v potopisnem pripovedništvu. Potopisna besedila je nato mogoče ponuditi v branje in z njimi aktivno vključevati turiste v doživljanje prostora. Prežihova zbirka črtic *Solžice* ter dela *Samorastniki*, *Požganica*, *Jamnica* in *Doberdob* predstavljajo bogato osnovo za ustvarjanje novih zgodb, zapiskov in potopisov, s katerimi je mogoče nagovoriti širše in tudi mednarodno občinstvo. Naslednji korak pa je voden ali samostojen obisk krajev, omenjenih v teh besedilih.

## Dialog s kolegom 2 – spomin pripovedovalke, vezan na slovensko kulturo

Kako se je leta 2019 v Sloveniji poučevalo gospodinjstvo? So učitelji še vedno ločevali dečke in deklice ter jih poučevali ločene predmete, kot sta tehnični pouk in gospodinjstvo? Ali pa se je sistem že spremenil tako, da se gospodinjstva učijo vsi ali pa nihče? Se spomniš svojih ur gospodinjstva?

Kljub vsemu se je dobro ustaviti na Trojanah, majhni vasi, ki predstavlja nevidno mejo med ljubljansko in štajersko regijo. Večina ljudi se tu ustavi zaradi velikih, slastnih krofov – trojanskih krofov, lahko pa se okrepčate tudi v eni najstarejših slovenskih gostiln z velikim parkiriščem in prijetno teraso z razgledom na hribe. (terenski zapiski Jasna, 2019)



## Dnevniški odziv na dialog 2

Gastronomija je pomemben del slovenske kulturne dediščine in posledično tudi ključni del sodobne turistične ponudbe. Kuhanje je danes zaradi številnih televizijskih oddaj zelo priljubljeno tudi med mlajšo generacijo in osnovnošolci. Sama se dobro spominjam ur gospodinjstva v osnovni šoli – enkrat tedensko smo v šestem, sedmem in osmem razredu dve uri kuhali in se pogovarjali o prehrani. Ker je bila učiteljica med najbolj priljubljenimi na šoli in je imela izjemno pozitiven odnos do življenja in vsakdanjih izzivov (pisala se je Trafela), so bile te ure pravo veselje.

## Dialog s kolegom 3 – aktivacija pripovedovalkega spomina na slovenski družbeni prostor v medijih

Mediji iz javne sfere ponovno obujajo preteklost in spodbujajo nostalgijo, hkrati pa bralcem in piscu ponujajo močne referenčne točke v nedavni zgodovini. Slovenska literarna revija *Sodobnost* vzpostavlja povezavo z literarnim avtorjem, ki je predmet te terenske raziskave. Revija je leta 2019, v času terenskega dela, še izhajala. Ali si v junijski številki zasledila kakšen prispevek, ki bi bil povezan s temo nostalgije?

Ali lahko najdeš star izvod časopisa iz julija 2019? Na primer *Delo* ali, še bolj zaradi literarnih povezav, *Sodobnost*. Kaj je bilo takrat v ospredju novic? Ljudje okoli tebe morda berejo časopise. Imaš kakšne spomine na to, da so tvoji starši ali stari starši redno brali časopis? Katerega?

Dober dan. Kaj boste?« »Dober dan. Štiri krofe, prosim.« »Z marmelado?« »Z marmelado, prosim.« »Izvolite.« »Hvala.« Veliko ljudi, pisani slovenski dialekti, pomešani z nekaj nemščine. Postrežba je bila hitra. Kupila sem še hladen sok in krofe za pozneje. Skupaj 12 evrov in 30 centov. Račun z datumom 19. julij 2019 (Jasna, terenski zapiski 2019)

## Dnevniški odziv na dialog 3

Da, sobotno *Delo* z obsežno prilogo *Sobotna priloga* je bilo v naši družini tradicionalno obvezno branje. Ta priloga je bila sinonim za kakovostno novinarstvo. Žal so zlati časi tega časopisa mimo, ker so se pogoji za preživetje tiskanih medijev drastično spremenili. Drug zelo bran časopis na Koroškem, Prežihovi regiji, je *Večer*, ki je verjetno najbolj priljubljen med koroškimi bralci; septembra 2019 so pisali o Prežihovem muzeju. Članek je napisala koroška dopisnica (sedež *Večera* je v

Mariboru) Andreja Čibron Kodrin, žena mojega srednješolskega profesorja književnosti Mirana Kodrina na Gimnaziji Ravne na Koroškem.

Naslov članka se je glasil: »Z drugačnim pristopom in novimi vsebinami do bolj zanimivih spominskih sob.«

#### **Dialog s kolegom 4 – aktivacija pripovedovalkega spomina za umeščanje Prežihovega Voranca v čas in prostor**

Koliko je bil star Prežihov Voranc, Lovro Kuhar, ko se je ta restavracija odprla? Kako se to ujema s starostjo tvoje hčere? Koliko let je imel Prežihov Voranc, ko je izšla njegova knjiga *Samorastniki*? Kako se to primerja s tvojo kariero? Kako daleč od gostilne Grof je živel Prežih?

... toda pred kratkim, ko sem bila z družino na poti, smo se za večerjo ustavili v restavraciji Grof – še eni z zavidljivo tradicijo – od leta 1901. Pred stotimi leti je bila to postojanka za furmane, danes pa razstavljeni predmeti, fotografije in pohištvo razkrivajo in hkrati skrivajo zgodbe o življenju naših pradedov in prababic. Ob prihodu je zadišalo po domači kuhinji, vzdušje je bilo odlično. Parkirišča so bila polna, kar je vedno dober znak kakovosti ponudbe. Moja hči je takoj začela spraševati, čemu so bili v preteklosti namenjeni različni razstavljeni predmeti in orodja (Jasna, terenski zapiski 2019)

#### **Dnevniški odziv na dialog 4**

Leta 1901 je bil Prežih, ki je živel približno 75 kilometrov od Vranskega, star osem let – toliko kot moja hči danes. Toda njegovo otroštvo na začetku 20. stoletja je bilo najbrž neprimerljivo z otroštvom današnjih otrok. Moj dedek, ki se približuje devetdesetemu letu, mi je pripovedoval zgodbe iz svojega zgodnjega otroštva: prehrana je bila skromna, vsak dan krompirjeva juha, včasih celo dvakrat na dan. Že kot zelo mlad fant je moral služiti kruh kot pastir na bližnji kmetiji. Njegova mama je imela štiri otroke in ker jih ni mogla preživljati, je moral dedek kot najstarejši sin oditi od doma in dobesedno zaslužiti za svoj kruh.

#### **Dialog s kolegom 5 – Poziv pripovedovalki k iskanju in vključitvi posrednega govora kot družbenega komentarja v potopis**

Prosti posredni govor je bil v 2. poglavju predstavljen kot del koncepta heteroglosije. Avtorici omogoča, da v besedilo vključi glas, ki ni neposredno pripisan pripovedovalki, temveč izhaja iz slišane, prebranega ali iz anonimnega stavka, ki moralizira ali ironično komentira opažene prakse v danem turističnem prostoru.

24. julij 2019

Včeraj sem prebrala, da je bil Prežih leta 1943 zaprt pri Gestapu v Begunjah na Gorenjskem – kot nekdanji visoki predstavnik Kominterne. Vročina je bila neznosna, a sem se vseeno odločila, da se odpeljem na Gorenjsko. Kdo ve – morda tam najdem kaj povezanega s slavnim pisateljem. Ojoj, ura je pet popoldne, avto pa kaže 43 stopinj. Po nekaj minutah se izkaže, da jih je »le« 37.

Ko se približujem Gorenjski, se v daljavi pokažejo Julijske Alpe. Do Begunj na Gorenjskem ni več daleč – po avtocesti sem potrebovala le kakih 20 minut.

Velika harmonika sredi krožišča obiskovalce spominja na Avsenikov muzej. Slavko in Vilko Avsenik sta avtorja Golice (v nemščini *Trompeten-Echo*), najbolj pogosto predvajane instrumentalne melodije na svetu. Melodija spada v zvrst narodnozabavne glasbe. Zapustim krožišče in sledim tabli Begunje na Gorenjskem. Mimogrede, Begunje so znane tudi po najboljših slovenskih smučarskih proizvajalcih – Elanu; z »elankami« so bili osvojeni številni naslovi. Nobenega znaka o gestapovskih zaporih iz druge svetovne vojne. Ne, motila sem se. Zagledala sem tablo za spominski muzej. Domačin mi pove, da so nekdanje gestapovske zapore preuredili v muzej. Tu je bilo zaprtih več kot 11 tisoč ljudi; nekatere so ustrelili, druge pozneje poslali v koncentracijska taborišča. Tudi Prežih je bil premeščen v koncentracijsko taborišče. Iz Begunj so ga odpeljali v Berlin, kjer so mu ponudili položaj predsednika slovanskih provinc pod nemško zaščito. Ker je ponudbo zavrnil, so ga poslali v Sachsenhausen. (Jasna, terenski zapiski 2019)

## Dnevniški odziv na dialog 5

Območje Julijskih Alp je izjemno privlačno za ljubitelje pohodništva in gornišstva. V časopisu *The Guardian* Chris Zacharia omenja Juliano Trail, »pot v dolžini 270 km, razdeljeno na 16 etap v krožni poti okoli Triglav«. V svojem potopisnem članku zapiše: »V Sloveniji sem, a ne na kraju, ki bi ga zlahka našli na zemljevidu. Tu, na skrajnem vzhodu Julijskih Alp, je dežela vode in gozdov. Polovica države je poraščena z gozdom, a del, po katerem hodimo, je še posebej odmaknjen. Triglavski narodni park je eden najstarejših v Evropi. V njegovem središču stoji Triglav, najvišja slovenska gora, duhovni vrh narodnih pripovedi in mitov.« (Zacharia, 2021)

## 2. študija primera: Spomini iz Črne gore

Opomba o obliki: besedila, ki so bila s pomočjo orodja Google Lens zajeta iz terenskih zapiskov, so predstavljena v senčenih okvirih, raziskovalna razprava in evalvacija postopka skeniranja pa sledita v navadnem besedilu pod vsakim razdelkom.

18. julij 2021, Tivat, Črna gora

Danes zjutraj sem brala o grozovitih nevihtah po Evropi, [...]

Ura je 12.55 in sedim na plaži [...] blizu tivatskega letališča.

[...] vsi sedimo v baru Orange Beach Bar – približno 10 gostov.

Raziskovalka – pisateljica na terenu jasno zapiše datum in čas, s čimer avtoričinemu uredniku in pozneje bralcem omogoči natančno umestitev lokacije. V razvoju turizma in znamenja mest so platoji – kraji, od koder se piše – orientacijske točke za poznejše obiskovalce, ki želijo slediti stopinjam literarnega potopisca in deliti njegove izkušnje. Orange Beach Bar lahko bralci in sodelujoči urednik zlahka najdejo s pomočjo Google Zemljevidov. Plaža gleda proti Bokokotorskemu zalivu, lokalno imenovanemu Boka, ob Jadranskem morju. Tu se popotnica sooči z izzivom, zlasti kadar piše za drugo jezikovno skupino, na primer angleško govoreče bralce, saj lahko vključevanje lokalnih imen krajev bralce hitro preobremeni. Če pa se gradi heksis ali dialogična karta prostora, je treba razviti način »risanja z besedami«, ki v bralčevem umu ustvari deiktične orientacijske točke (Mansfield 2020, 6–8).

Naročila sem Cockto – pijačo, podobno Coca-Coli, a po splošnem prepričanju bolj zdravo in izumljeno v Sloveniji leta 1953. [...]

Hitro moram od tod... začelo je deževati.

Orodje za skeniranje je ta del prepisalo kot: »Naročil sem si celično in nikogar naokoli, gostje. - pijača, podobna Cockti - Coca-Coli, vendar zdrava, saj je izumljena leta 1953«, zato je bilo potrebnega veliko naknadnega urejanja, da je besedilo ustrezalo namenu terenske raziskovalke. Pri drugih laboratorijskih testih se je pokazalo, da črtast papir v trdo vezanem zvezku nudi dovolj vizualnih vodil, ki skenerju pomagajo ohranjati ravne besedilne linije med branjem.

Teoretska integracija v tem delu se nanaša na odkrivanje lokalne hrane in pijače, pogosto obravnavane v okviru etnobotanike (Mansfield & Potočnik Topler, 2021). Razlaga lokalnih prehranskih izdelkov podpira lokalne proizvajalce in hkrati obiskovalce usmerja k uživanju izdelkov z manjšim prehranskim odtisom. Če je prehranskemu izdelku dodana zgodba, se turistom posreduje tudi del lokalne kulture, s čimer se povečata vrednost in zadovoljstvo ob učenju.

20. julij 2021, torek, delno sončno, delno deževno. Sedim na trajektu za Kamenare. Današnji cilj je [...] obisk hiše Iva Andrića, Nobelovega nagrajenca za književnost, v Herceg Novem. Hiša je bila preurejena v muzej.

Raziskovalka – pisateljica nadaljuje z mapiranjem poti in uvede gibanje; to je ena od metodoloških točk, označena kot D4 (Mansfield, 2020, 8) v potopisnem pripovedništvu za razvoj turizma, saj poznejšim bralcem nakaže, da je za premik na naslednji plato potrebno potovanje – v tem primeru vožnja s trajektom. Programska oprema za skeniranje ni pravilno razpoznala imena ciljnega pristanišča, zaradi česar ga sodelujoči urednik ni mogel najti v Google Zemljevidih. To se je izkazalo kot dragocena učna izkušnja za prihodnje projekte. Herceg Novi pa je mesto, ki ga je enostavno umestiti. Na vhodu v Bokokotorski zaliv stoji nova trdnjava, kar literarni popotniki ponuja priložnost za vključitev lokalne geologije, opisane v oblikovalski metodi D12 (Mansfield, 2020, 11–12).

V tem delu se pojavi tudi motiv iskanja – raziskovalna naloga. Ta ima izrazito vrednost literarnega turizma, saj se osredotoča na delo Nobelovega nagrajenca Iva Andrića. V dvosmerni korespondenci med raziskovalko na terenu in urednikom v »laboratoriju« se je ta raziskovalni cilj izkazal kot posebej obetaven razvoj. Po branju terenskih zapiskov, ki opisujejo muzej v Andrićevo hiši, je urednik v svojem dnevniku predlagal raziskovalni postopek, navdihnjen s Sebaldovim delom *Campo Santo*:

#### AKTIVACIJA NA TERENU – DNEVNIK UREDNIKA

Stran 44 v *Campo Santo*: Sebald v hotelski sobi v Pianu na Korziki bere Flaubertovo zgodbo o svetem Julijanu v izdaji Pléiade. – V terenskem delu mora literarni potopisec izvajati podobne aktivnosti, ki prostor »anarhivirajo«, torej ga odklenejo in aktivirajo z difrakcijskimi praksami v skladu s sodobnimi posthumanističnimi pristopi.

Na primer: »v predalu nočne omarice vzeti predmet iz arhiva in ga uporabiti za razpršitev svetlobe, ki prihaja skozi okno«.

Predlagano je bilo, da raziskovalka na terenu vključi branje romana, ki ga ima s seboj, na primer *Most na Drini* (marec 1945) Iva Andrića. To je zahtevalo dodatno namizno raziskavo, da bi se ugotovilo, ali je Andrić kak roman postavil ali napisal v Njegoševi ulici, ali pa bi bilo smiselno izbrati osrednjo temo njegovega opusa in jo vpeti v literarni potopis. En primer platoja, kjer bi se lahko to povratno raziskovanje vključilo pri pretvorbi terenskih zapiskov v zgodbo, primerno za objavo, je naslednji:

20. julij 2021 [...] [Andrić], intelektualac in diplomat, je Nobelovo nagrado prejel leta 1961. Sprašujem se, kaj se je tistega leta dogajalo v mednarodni politiki.

Poznejše namizno raziskovanje razkrije, da je Andrić v obdobju pred letom 1961 objavil kratko zgodbo *Panorama* (1958) pri založbi Prosveta v Beogradu, leto pozneje pa zbirko *Zgodba o vezirjevem slonu in druge pripovedke (Priča o vezirovom slonu i druge pripovetke)* (1960), prav tako v Beogradu. Njegovo osrednje sporočilo je, da razumevanje zgodovine drugih kultur ljudi povezuje v miru.

Bolj neposreden način aktivacije na terenu je vključevanje pogovorov ali zgodb drugih ljudi. V prizoru v kavarni bi se lahko denimo v pripoved vtkale zgodbe drugih gostov, po zgledu Rötig (2018). V potopisu *Cargo* Rötig sedi v bistroju blizu železniške postaje v Le Havru in s tega pisnega platoja razvije pripoved na podlagi zgodbe Élodie.

### Po-terenski dialog in namizna raziskava o življenju in delu Iva Andrića

Roman *Most na Drini* (marec 1945) Iva Andrića se začne z literarnimi opisi geografije prostora:

Večji del svojega toka teče reka Drina skozi ozke soteske med strmimi gorami ali po globokih grapah s prepadnimi bregovi. Le ponekod se rečni bregovi razširijo v doline z ravnimi ali rahlo valovitimi rodovitnimi površinami, primernimi za obdelovanje in naselitev na obeh straneh. Tak kraj obstaja tukaj pri Višegradu, kjer Drina v nenadnem ovinku izstopi iz globoke in ozke soteske, ki jo tvorijo Butkove skale in gore Uzavnik. Ovinek, ki ga Drina naredi na tem mestu, je posebej oster, gore na obeh straneh pa so tako strme in tako blizu skupaj, da delujejo kot strnjena gmeta, iz katere reka teče naravnost kot iz temne stene. Nato se gore nenadoma razprejo v nepravilni amfiteater, katerega najširši obseg ne presega deset milj zračne razdalje. Tukaj, kjer Drina s celotno močjo svojih zelenih in penastih voda priteče iz navidežno zaprte mase temnih strmih gora, stoji velik, jasno izklesan kamnit most z enajstimi širokimi, elegantnimi loki. S tega mostu se pahljačasto razprostira celotna valovita dolina z majhnim orientalskim mestecem Višegradom in njegovo okolico, z zaselki, ugnezdjenimi v gubah hribov, poraslih s travniki, pašniki in slivovimi sadovnjaki, prepredenimi z zidovi in ograjami ter posejanimi z gozdčki in posameznimi skupinami zimzelenih dreves. Če pogledamo skozi široke loke belega mostu, se zdi, kot da ne vidimo le zelene Drine, temveč vso to rodovitno in obdelano pokrajino ter južno nebo nad njo.

Vprašanja po terenskem delu, ki jih sodelujoči urednik zastavi literarni popotnici:

1. Kakšen učinek imajo ti opisi zdaj, ko si regijo obiskala?
2. Ali meniš, da Andrić te kraje opisuje z določenim političnim ali tematskim namenom?
3. Kakšen je bil Andrićev odnos do mesta Herceg Novi? Kako je bil ta odnos interpretiran v povezavi z njegovimi besedili? So katera izmed njegovih del umeščena v Herceg Novi?

## Eksperiment pisanja o kraju, in sicer o Cherbourgu kot novem turističnem prostoru

### Prispevek Rolanda Barthesa k študijam pisanja

Roland Barthes (1915–1980) je zapustil pomembno dediščino na področju kritičnega razumevanja literarnega sloga, zlasti skozi svoje eseje o pisateljski praksi ter v dveh delih, ki sta posebej zanimivi za literarne popotnike. Prvo je njegova avtobiografija, ki je v Franciji izšla leta 1975 in jo je Richard Howard že leta 1977 prevedel za ameriški trg (Barthes 1988), drugo pa njegovo potopisno delo o Japonski, predvsem Tokiu, *Imperij znakov* (*Empire of Signs*) (1983). Ta potopis na videz preučuje urbani prostor Tokia z Barthesove perspektive turista in gostujočega znanstvenika. Prvotno je bil objavljen kot zbirateljska umetniška knjiga pri založbi Albert Skira v Ženevi leta 1970. Bralcem so s tem že vnaprej ponujeni znaki, da gre za potopisno pripovedništvo, namenjeno počasnemu branju in uživanju. Toda z napredovanjem besedila se delo nenehno giblje med etnološkim diskurzom in pripovedovalcem, ki je izrazito, skoraj tesnobno zaskrbljen zaradi jezika. Zdi se, da Barthes zavestno izbere prav potopisni žanr zato, da bi na sebi in na svoji spreminjajoči se pisateljski identiteti preverjal lastne jezikovne teorije. Posebej jasno pokaže, da je potopisna pripoved že sama po sebi oblika govora, ki piscu omogoča prehajanje med pripovedovanjem osebne in družbene zgodovine ter razlaganjem etnološke študije.

Barthes je kljub univerzitetni funkciji na Collège de France svoje knjige objavljajl brez kritičnega aparata referenc, ki so običajno pričakovane v akademskih besedilih. Tak način pisanja ustvarja igrivo besedilo, polno izzivov, oziroma slog, v katerem mora bralec pomen aktivno iskati in sestavljati. Barthes piše tako namenoma, saj so njegovi kolegi v poznih šestdesetih letih analizirali nastajanje pomena skozi pisanje. V tem obdobju sedemdesetih let sta Julia Kristeva in Michel Foucault poudarila, da jezik določa pomen govora ali besedila s tem, da obvladuje svoje uporabnike (Kristeva 1980). Foucault se sprašuje o znanstvenih besedilih, denimo etnografijah (Foucault, 1970): zanima ga, ali besedila obvladujejo svoje objekte raziskovanja, hkrati pa predlaga, da je jezik prostor, kjer si lahko zamislimo nemogoče – kjer se lahko dva subjekta najdeta drug ob drugem, čeprav v fizičnem prostoru nikoli ne bi mogla sobivati. To je prostor, kjer se v ne-prostoru jezika soočajo in prepletajo objekti (Foucault, 1966). Barthes to idejo prevzame, saj je njegovo pisanje prav dejanje, ki v istem delu združuje subjekte, ki v enem samem realnem prostoru ne bi mogli

obstajati skupaj (Barthes, 1988). Tako se začneta izrisovati dve osrednji ideji njegovega potopisa: utopija, idealni kraj in praznina oziroma prazno središče.

Poglavje o tradicionalnem zgodovinskem središču Tokia, cesarski prepovedani palači, uvede koncept praznega središča, ki ga Barthes postavi v nasprotje s polnimi mestnimi središči Zahoda (Barthes, 1983, 30–42). Po kratkem osebnem spominu na to, kako si sodelavci v Tokiu med seboj posredujejo naslove, se posveti železniški postaji in odkrije središče, ki je polno dejavnosti in identitete, a duhovno še vedno prazno. Na imenovani postaji Ueno nas Barthes približa svoji izkušnji obiskovalca v tem obsežnem podzemnem mestu, za katerega pravi, da »končno uresničuje romaneskno bistvo spodnjih globin« (Barthes, 1983, 39). Pogled na spletni zemljevid Tokia razkrije, da je Ueno postaja, ki oskrbuje osrednje turistične točke mesta – muzeje, živalski vrt in park. Barthes teh krajev sploh ne omenja. Sledenje njegovi poti skozi Tokio bi bilo naloga za specialista za pisanje in za tistega, ki ga zanima, kaj je spodbudilo Barthesove esejistične fragmente.

Nekaj let po naročilu potopisne knjige se Barthes loti avtobiografije (Barthes, 1988) in se ponovno obrne k fragmentu kot gradniku celotne knjige. Namesto esejev ponuja besedilne drobce, ki pogosto v enem samem odstavku premišljujejo eno idejo. Ob tem pa, v zavestnem izzivu pripovednosti, uporabi abecedni red za stranske naslove posameznih fragmentov, kar pomeni tudi formalni izziv kronologiji pripovedovanega življenja. Podobno kot literarni potopisec se pusti vplivati sopotnikom; tako na primer pod črko »I« v razdelku »Subtilni instrument« (Barthes, 1988, 107) uvede Brechtov koncept drobnega, krhkega instrumenta, s katerim bralcem pove, da meni, da svet potrebuje ponovno sestavljanje, vendar bo ta poseg zahteven in občutljiv.

Potopisna pripoved bi lahko sledila istemu abecednemu redu in hkrati ohranila piščevo pot. Črke bi izostrile opazovanje in ustvarjalnost raziskovalca – pisca, ki bi moral v mestni krajini poiskati poimenovane objekte ali pojme, skladne z določeno črko. Ena od fotografij v Barthesovi avtobiografiji je preprosto označena z »Cherbourg, 1916« (Barthes, 1988, 21). Gre za črno-belo fotografijo Henriette Binger, ki sedi in v naročju drži Barthesa, starega le nekaj tednov. Okvir je ovalen ali eliptičen, kar nakazuje, da je bila fotografija posneta v profesionalnem fotografskem ateljeju. Henriette Binger je v času sinovega rojstva, 12. novembra 1915, živela v Cherbourgu. Njen mož je bil pogosto na morju in je bil ubit v prvi svetovni vojni. Glede na Barthesov pomen za študije pisanja ima odkrivanje njegovega rojstnega



kraja vrednost za literarni turizem. Naslov Henriette Binger leta 1915 je bil 107 Rue de la Buaille in ker se to ime ulice še vedno pojavlja na zemljevidih, bi lahko postal cilj potopiščeve sprehajalne poti skozi pristaniško mesto Cherbourg. Tako bi lahko pripovedovana pot postala ogrodje, na katerem se zgradi literarni potopis.

### **Zarisovanje poti po neznanem mestu**

Med raziskovanjem se literarni potopisci pogosto znajdejo v mestih, ki jih ne poznajo. Tudi ob uporabi vodnikov in spletnih zemljevidov s fotografijami ulic ostajajo oddaljene ulice načrtovane poti skrivnostne in še vedno presenetijo, ko jih doživimo fizično. Tako se je tudi v primeru Cherbourga izkazalo, da je zemljevid sicer kazal hišo s številko 107 na preučevani ulici, vendar je na terenu ni bilo mogoče najti. Za študijo primera potopisnega pripovedništva o Cherbourgu je bil zato rojstni kraj Rolanda Barthesa izbran kot najbolj oddaljena točka hoje, ki jo je bilo treba dokumentirati, saj je veljala za najbolj dragoceno za kasnejše obiskovalce. Eden od ciljev z vidika turističnega menedžmenta je bil prikazati mesto Cherbourg kot vredno postojanko za obiskovalce, ki prispejo s trajektom ali vlakom in bi sicer mesto zgolj prečkali, ne da bi urbani prostor prepoznali kot prostor prostega časa ali kulturne vrednosti.

Predhodna pot je bila načrtovana in zapisana v trdo vezan terenski zvezek, da je bila delovna različica na voljo za dopolnjevanje in sprotno preverjanje med hojo. Pot je bila sprva načrtovana s pomočjo spletnega kartografskega orodja. Spodaj je prepis:

PREPIS IZ TERENSKEGA DNEVNIKA, sreda, 11. maj 2022

15 minut hoje. Po Quai Caligny, zavij levo s pomola pred hotelom Ambassadeur, proti zahodu v

rue du Port, nato po štirih stavbah [Opomba: najprej obvoz do 50 Rue Grande Rue za ogled knjižarne Au Petit Bouquiniste, nato nazaj], ponovno levo v rue des Fossés. Daljši odsek, nato desno v

rue du Commerce, nato levo v rue au Blé, trg z drevesi in zeleno krožno stavbo, zavij desno v

Place de la Fontaine, ki preide v rue Christine. Zelo dolg odsek, prečkanje večjega križišča v rue de l'Ancien Hôtel Dieu. Nato desni razcep v

rue de la Buaille. Zelo dolga hoja do številke 107.

Naslednji dan je bil terenski zvezek uporabljen za sprotno beleženje poti, čim bližje času in kraju opazovanja:

**PREPIS IZ TERENKEGA DNEVNIKA, četrtek, 12. maj 2022, 7.55**

Pot dolga 1,2 km po Google Zemljevidi. 7.55, četrtek, 12. maj 2022, Cherbourg. Končno dober francoski zajtrk s kavo. Toplo, majhni visoki oblaki na modrem nebu. Na terenu! Zdaj zavijam levo v rue du Port, nekoliko hladneje je izven sonca. Rue des Fossés je ozka, a najprej grem pogledat knjižarno v naslednji ulici, rue Grande Rue.

Stavba na koncu te ulice bi lahko bila iz modrega skrilavca; gre za nepremičninsko pisarno. Našel sem bouquiniste, zaprta do junija. Zdaj nazaj na Rue des Fossés.

Rue du Commerce je v celoti trgovska ulica, v dobrem stanju. Trgovanje deluje živahno: dve trgovini z oblačili zaprti, sicer večinoma manjši neodvisni lokali. Zelena krožna stavba na Place de la Fontaine je vodnjak.

8.19 našel Rue de la Bucaille. Ulične table ni, zato sem vprašal mimoidočega. Zelo prijazen, nasmejan. Mirna ulica, zelo malo avtomobilov, pešci se začenjajo pojavljati. Pri številki 4 *bis* hiša dr. Prospera Payerna, izumitelja predhodnika podmornice; umrl 1886.

Nasproti vhoda v Rue de la Comédie ogromna stavba. Kaj je bila? Skladišče, samostan, zapor? V zgornjem delu vrsta štirinajstih oken.

Rue de la Bucaille se konča pri številkah 63 in 68, na križišču z rue Asselin, kjer preide v rue Pierre de Coubertin, vendar nadaljujem še nekaj sto metrov ...

8.45. Ne, Rue de la Bucaille se tam konča. Čeprav Google Maps umešča številko 107 v zadnji del para precej razkošnih kamnitih hiš z balkoni v prvem nadstropju in parom mansardnih streh.

[DODANA OPOMBA: čas od začetka do prihoda je 55 minut.]

Na poti nazaj me je pritegnil vhod v dolg obokan tunel pod javno stavbo z letnico 1871. LXXI je razvidno, MDCCC pa poškodovano.

Vrtovi Liais, prvi na desni – vrt dišav.

Poskušam spremeniti povratno pot pri križišču z Rue Christine, da bi šel po dolgi ravni Rue Élie Liais do knjižarne z modrim skrilavcem. Zaprta do 10. ure, a dober orientacijski znak za povratek. S krožnega trga zavij po Rue Gambetta, pokukaj v Impasse Couppey k stavbam iz skrilavca, nato prečkaj in zavij desno.

Zavil sem v rue Victor Grignard, da bi prišel do knjižnice. Ne pusti se zapeljati zelenemu hribu, ampak hitro zavij levo v Passage de l'Alma. Zelo vredno, saj sem tu odkril Résidence Roland Barthes, Passage Loysel. Iz Passage de l'Alma v rue Jules Dufresne.

Prečkal sem ogromno povojno ulico – mislim, da Schumannovo. Arhitektura daje vtis sedemdesetih let.

Prišel sem na ulični trg, kjer so štiri stojnice pekle in dimile svinjino. 9.45 konec hoje, nazaj na trg s kipi.

Nazaj v hotel za eno uro, do 11. ure. Veliki sivi oblaki začenjajo prekrivati nebo. Najboljši del dneva je mimo in ujel sem ga. Še posebej razburljivo je bilo naključno odkritje Résidence Roland Barthes. Tja me je najprej vodila želja, da v povratno pot vključim dve knjižarni, nato pa spoznanje, da lahko končam na trgu pri knjižnici, kjer stojijo novi bronasti kipi. Ostal sem odprt in pustil, da me je ulica sama vodila. Opazil sem tudi, da imajo notranja okna hotela Mercure pogled na trg pri knjižnici in na Barthesov kip.

Na podlagi teh terenskih zapiskov in dodatnega branja je nastalo naslednje literarno potopisno besedilo. Ena osrednjih tem, prevzetih iz Barthesove potopisne knjige o Tokiu (Barthes 1983), je kontrast med živahnim urbanim prostorom in skrivnostnim praznim središčem. Bralci, ki poznajo Barthesa ali ga berejo, bodo to temo začeli prepoznavati kot rdečo nit potopisne pripovedi.

#### Platoji potopisne pripovedi za javno bralstvo

##### L'Ambassadeur – ambasador

Hotel L'Ambassadeur sem opazil že v sredo zvečer, ker je gledal na Avant-Port cherbourških pristanišč. Deloval je tudi kot prelomna točka, ki sprehajalce vodi s Quai Caligny globoko v ulice starega mesta. Pogosto nobena spletna fotografija ne more posredovati resnične prisotnosti stavbe. Ambassadeur je bil tak primer. Ko sem opazil, da ima hišno številko 22, je zame postal izhodišče poti v notranjost mesta v iskanju nekdanjega doma Henriette Binger.

##### Bouquiniste – prodajalec rabljenih knjig

Ob 7.55 zjutraj, v toplem četrtkovem jutru 12. maja 2022, sem bil že na Quai Caligny. Kopasti cirusni oblaki na modrem nebu so nakazovali, da dežnika ne bom potreboval. Henriette Binger je imela leta 1915 komaj dvaindvajset let, ko je za kratek čas prišla živeti v Cherbourg. Februarja 1914 se je poročila z mornariškim častnikom, a ko je ob koncu njunega prvega poletja izbruhnila vojna, je bil potreben v Rokavskem prelivu in Severnem morju. V Cherbourg sta odpotovala, da bi se javil na dolžnost.

Levi zavoj ob hotelu me je popeljal v rue du Port. Takoj je bilo nekoliko hladneje, izven sonca. Hitro sem hodil proti odprtini, ki jo tvori rue des Fossés – ozka, kot nakazuje ime, pogosto povezano s suhimi jarki v srednjeveški Franciji. A moj namen je bil poiskati knjigarno z rabljenimi knjigami v naslednji ulici, Grande Rue, nekoč obdani z gradom, porušenim ob koncu 17. stoletja.

Obzidja gradu ni več, srednjeveško mestno jedro je izginilo, vendar je lokalni gradbeni material izjemno predstavljen v trgovini na koncu ulice, na naslovu 49 Grande Rue. Nadstrešek iz modrih kamnitih plošč ščiti vrata pred dežjem, obris ozkega obokanega okna v prvem nadstropju pa me spomni na izgubljeni grad. Predstavljal sem si stanovalca, ki zre navzdol na živahno ulično dogajanje. Ali je videl vse do pristanišča?

Majhnega bouquinista pri številki 50 sem našel, a je bil zaprt do junija. Zaprte knjigarne imajo poseben čar. Obljubljajo veliko, kot platnice knjig, a za vedoželjnega bralca ostajajo v bistvu prazne.

Obrnil sem se in po svojih stopinjah vrnil do odprtine, ki je bila ulica suhih jarkov.

#### Opombe k delu o Cherbourgu

Z dodajanjem dveh deiktičnih označevalcev je mogoče preprosto dejstvo o življenju Henriette Binger izboljšati tako, da se bralec jasno umesti skupaj s pripovedovalcem v urbani prostor: *»ko je živela v Cherbourgu«* je bilo spremenjeno v *»ko je za kratek čas prišla živeti sem, v Cherbourg«*. Prislov *sem* in smerni označevalec v glagolu *prišla*, namesto

šla ali ostala, je težko dodati, ko je pisec že zapustil prizorišče terenskega dela, na primer, če potopis piše kasneje v hotelu ali celo na trajektu na poti domov. Razlog je ta, da se je spremenilo avtorjevo lastno središče perspektive. Nezavedna napačna raba smernega označevalca lahko zato hitro zmede bralca glede tega, kje se pripovedovalec v določenem trenutku zgodbe sploh nahaja.

### Dialoška vprašanja avtorja – urednika

*Zapisi potopisca ponujajo zelo dragocen vpogled v sam proces potopisnega pripovedništva. Avtorju bi zato želel zastaviti še naslednja vprašanja: a) ali ste imeli v terenskih zapiskih zabeleženih dovolj informacij? in b) Katere vrste zapiskov je sploh mogoče ustvarjati med terenskim potovanjem? S tem mislim: kakšne so bile težave pri pisanju na poti, na prostem? Kaj bi lahko pribodnjiš storili, da bi na terenu zajeli še več opazovalnih točk? Ko sem besedilo »okušal« kot urednik, se mi je zdelo, da je številka 22 za avtorja pomembna, za bralce pa ne. Ali lahko dodate kakšen namig, da bo pomen, ki bi razkril, kakaj je ta številka pomembna? Poimenovanje oblakov je zanimiv detalj, saj sproži vprašanja o identiteti oziroma značaju pripovedovalca. Kdo je ta pisec? Nekdo, ki ga zanimajo oblaki? Geograf, ki pozna njihova imena? Oseba, vajena opazovanja vremena? Kako je vreme povezano s skrivnostnim likom Henriette Binger? Menim, da je povezavo treba vzpostaviti prej ali pa podatke o oblakih izpustiti. Ali morda namigujete na povezavo med dežniki in Cherbourgom iz filma? Če je tako, bodo bralci potrebovali nekoliko več pomoči.*

*Pridevniki (star, spletni, resnični, nekdanji so uporabljeni v ravno pravnji meri, da besedilo razgibajo in obogatijo.*

*Kako nameravate razvijati temo, ki jo odpira zaprta knjigarna oziroma motiv prazne knjige? Se bo to navezovalo na Barthesov koncept mesta s praznim središčem? Ali res mislite, da so knjige prazne, ali pa želite povedati, da so bralci neizpolnjeni, kadar vidijo zgolj naslovnico?*

Spodaj so konkretni primeri, kako avtor – urednik spodbuja literarnega potopisca, da razvije več iz svojih prvih treh platojev (Ambassador, Bouquiniste, Capons).

*J pravi: Ta del pri Capons spodaj – zamišljanje preteklosti in zgodovinskih dogodkov – je učinkovit: »Že z enim pogledom sem lahko uzel, da je bil to prostor trgovine«, vendar vključitev francoske besede solier predstavlja preobremenitev, saj se bralci že srečujejo z besedo capons, ki bo za večino nova, ter s francoskim imenom ulice Fossées. Povratek v srednjeveško ulico vam ponuja priložnost, da prizor naredite živahen; to živahnost potrebujete, če jo želite kasneje kontrastirati s praznim središčem. Pravite »prostor trgovine«, kar zveni preveč formalno za register prizora iz spomina, toda prav tu bi lahko ustvarili občutek živahnosti.*

*J pravi: Beseda »ogee« je preveč tehnična. Ali jo nameravate kasneje kako uporabiti? Če ne, jo zamenjajte z bolj slikovito frazo, ki si jo bralci lahko predstavljajo. Ali pa menite, da bo vaša ideja enako jasno izražena, če to besedo preprosto odstranite? Morda preprosto »rablo povešen lok«.*

### Capons

Komaj sem šel mimo prve stavbe v Rue des Fossées, ko sem zagledal niz strmih stopnic, ki so se vzpenjale ob majhnem baru, ki se je nekoč imenoval Le Solier. Že z enim pogledom sem lahko uzel, da je bil to v srednjem veku prostor trgovine. Predstavljal sem si prodajalce, ki so s teh terasastih pobočij prodajali kopune mimoidočim strankam, ki so hodile po suhi zemljeni podlagi, *solier*, kjer sem stal zdaj.

Nekoliko naprej po ulici, namenjeni le pešcem, ko sem se dotaknil zelenkasto modre lamelne površine stavbnega kamna, se je ta zdel drobljiv in prašen. Težko je bilo verjeti, da je preživela toliko stoletij. Nato sem na koncu ulice pri številki 3 zagledal ozka vrata z dvema sklepoma kamnoma v svetlejši kamnini, ki sta oblikovala rahlo povešen »ogee« lok, in znova sem bil pomirjen: to je bil res srednjeveški prostor.

## 7. poglavje: Vrednotenje kakovosti in vrednosti pisanja v mentorskem procesu

Pričujoče poglavje analizira interakcijo med potopiscem in avtorjevim urednikom ter pokaže, kako se gradi kritično-ustvarjalni odnos. Zaupanje se ohranja s poskusom občutljivega usmerjanja pisca in njegovega besedila k uresničevanju prvotnih ciljev prek učinkovite povratne informacije. Najprej pa poglavje vzpostavi evalvacijska merila, ki jih je mogoče uporabiti za presojo literarnega potopisnega dela, bodisi za samoevalvacijo bodisi v okviru pedagoškega procesa z ocenjevalcem ali zunanjim izpraševalcem. To obenem omogoča predstavitev raznolikega nabora potopisnih besedil študentov, ki so nastajala v času priprave te monografije.

### Vrednotenje kakovosti pisanja

To poglavje obravnava interakcijo med potopiscem in avtorjevim urednikom ter pokaže, kako se vzpostavlja in razvija kritično-ustvarjalni odnos. Zaupanje se ohranja z občutljivim usmerjanjem besedila, da to ostaja zvesto svojim izhodiščnim namenom, pri čemer ključno vlogo igrata premišljena povratna informacija in dialog. Najprej pa je nujno vzpostaviti evalvacijska merila, ki jih je mogoče uporabiti za presojo dela literarnega potopisca, bodisi za lastno presojo bodisi v okviru študijskega procesa z ocenjevalcem ali zunanjim izpraševalcem:

## Merila vrednotenja

1. Sposobnost prepoznati zanimiv in jasno opredeljen kraj ter določiti konkretne točke vzdolž poti oziroma heksis (Mansfield, Shepherd & Wassler 2021).
2. Sposobnost razviti ustvarjalen odziv na kraj oziroma kraje, ki vključuje čustveno in etično zavest.
3. Sposobnost razviti kritičen odnos do turističnih prostorov, ki preizprašuje obstoječe meje.
4. Sposobnost vključevanja in interpretacije kritičnih branj za nestrokovno bralstvo, in sicer iz: znanstvenih revij, strokovnih učbenikov, časopisov, javnih napisov, romanov, drugih potopisnih besedil, poezije ter specializiranih poročil s področij geologije, gospodarskega razvoja, trajnosti in družbenih vprašanj.
5. Slog pisanja, vključno z izbiro registra in slovnično pravilnostjo.
6. Stopnja, do katere posamezni besedilni odlomki o prostoru učinkovito komunicirajo z izbranimi ciljnimi skupinami.
7. Razvoj dela od začetne ideje do končne realizacije, pri čemer obstajajo tudi dokumentarni dokazi o tem procesu, na primer skicirna knjiga, dnevnik, zbirka izrezkov, OneNote Zettelkasten.
8. Izvirnost končne predstavitve.
9. Načrt objavljanja oziroma diseminacije besedila.

Pri dodiplomskem študiju je v visokošolskem sistemu Združenega kraljestva mejna ocena za pozitivno oceno praviloma 40 %, medtem ko je v Sloveniji običajno okrog 50 %. Na podiplomski ravni (7. stopnja in višje) pa je prag za uspešno opravljanje običajno postavljen pri 50 %.

## Model zasnove ocenjevalnega lista za povratne informacije študentom

**Tabela 7.1 Model oblikovanja ocenjevalne preglednice za končno vrednotenje študentov**

| Kriterij                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Ocena |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| <b>Vsebina (največ 30 točk)</b><br><br>I Izjemno delo (26–30) Zelo osredotočeno. V celoti odgovarja na zahteve naloge z izjemno razpravo o ključnih vprašanjih, z zelo malo napakami. Izkazuje izjemno branje ter poglobljeno poznavanje stroke in terena.<br><br>I Odlično delo (22–25) Zelo osredotočeno na zahteve naloge z zelo dobro razpravo o glavnih vprašanjih, z malo napakami. Izkazuje obsežno branje in poznavanje področja. | /30   |

| Kriterij                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Ocena |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| <p>II.i Dobro delo (18–21) Obravnava zahteve naloge, z dobro razpravo o glavnih vprašanjih in uporabo relevantnih dejstev. Brez pomembnih napak. Izkazuje razširjeno branje in poznavanje področja.</p> <p>II.ii Zadovoljivo delo (15–17) Obravnava zahteve naloge z uporabo temeljnih informacij, vendar z nekaterimi izpusti.</p> <p>III Osnovno delo (12–14) Obravnava zahteve naloge, vendar vsebuje minimalno količino zahtevanih informacij.</p> <p>Nezadostno – omejeno delo (9–11) Ne vsebuje dovolj relevantnih informacij za ustrezno obravnavo naloge ali vsebuje več napak.</p> <p>Nezadostno – nesprejemljivo delo (0–8) Jasno neuspešno delo, ki ne obravnava zahtev naloge, vključuje povsem neustrezne ali nerelevantne informacije ter slabo ali neprimerno razpravo brez natančnosti.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |       |
| <p><b>Uporaba relevantne teorije in literature, vključno s pravilnim navajanjem virov (največ 30 točk)</b></p> <p>I Izjemno delo (26–30) Dokazi o uporabi zelo širokega nabora ustreznih virov informacij, zlasti primarne literature, ter njihovo pravilno navajanje. Izjemna uporaba in integracija ustreznih konceptov in teorij.</p> <p>I Odlično delo (22–25) Dokazi o uporabi širokega nabora ustreznih virov informacij, zlasti primarne literature. Odlična uporaba in integracija ustreznih konceptov in teorij.</p> <p>II (i) Dobro delo (18–21) Dokazi o uporabi dobrega nabora ustreznih virov informacij, zlasti primarne literature. Dobra uporaba in integracija ustreznih konceptov in teorij.</p> <p>II (ii) Zadovoljivo delo (15–17) Dokazi o uporabi omejenega nabora literature. Nekateri dokazi uporabe in integracije teorije.</p> <p>III Osnovno delo (12–14) Občasno sklicevanje na literaturo. Trditve niso dobro podprte.</p> <p>Nezadostno – omejeno delo (9–11) Občasno sklicevanje na literaturo, vendar trditve niso ustrezno podprte zaradi omejene uporabe in integracije teorije.</p> <p>Nezadostno – nesprejemljivo delo (0–8) Ni uporabe virov ali so ti zastareli in nerelevantni. Ni uporabe dokazov za podporo argumentom. Ni referenc.</p> | /30   |
| <p><b>Znanje in razumevanje (največ 30 točk)</b></p> <p>I Izjemno delo (26–30) Izjemno dobro strukturiran, logično predstavljen in prepričljiv argument skozi celotno besedilo. Izkazuje zelo poglobljeno razumevanje teme v širšem kontekstu. Celovita in zelo kritična evalvacija z analizo ter argumenti, podprtimi z dokazi in primeri. Na višjih ravneh je zaznavna sinteza.</p> <p>I Odlično delo (22–25) Zelo dobro strukturiran in logično predstavljen argument skozi celotno besedilo. Izkazuje odlično razumevanje teme v širšem kontekstu. Celovita kritična evalvacija z analizo ter argumenti, podprtimi z dokazi in primeri.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | /30   |



| Kriterij                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Ocena |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| <p>II (i) Dobro delo (18–21) Dobro strukturiran in logično predstavljen argument. Izkazuje dobro razumevanje teme v širšem kontekstu. Dobra kritična evalvacija, pri kateri so argumenti večinoma podprti z dokazi in primeri.</p> <p>II (ii) Zadovoljivo delo (15–17) Dobra naloga z določenim uravnoteženjem argumentov. Izkazuje solidno znanje in razumevanje ključnih vprašanj, teorij in konceptov, vendar z malo razvoja. Prisotni so nekateri elementi evalvacije, vendar omejeni in z restriktivno uporabo dokazov.</p> <p>III Osnovno delo (12–14) Izkazano je zadostno razumevanje, vendar z minimalno evalvacijo ali ponujenimi dokazi.</p> <p>Nezadostno – omejeno delo (9–11) Izkazano je mejno razumevanje brez ustrezne evalvacije dokazov.</p> <p>Nezadostno – nesprejemljivo delo (0–8) Omejeno razumevanje teme. Zelo slaba analiza ali analiza sploh ni razvidna.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |       |
| <p><b>Predstavitev, slovnica in črkovanje (največ 10 točk)</b></p> <p>I Izjemno delo (8–10) Izjemen splošni standard predstavitve z zelo visokim standardom slovenskega ali drugega uporabljenega jezika in jasnostjo izražanja. Odlična postavitev in struktura gradiva.</p> <p>I Odlično delo (7) Odličen standard predstavitve z visokim standardom slovenskega ali drugega uporabljenega jezika in jasnostjo izražanja. Odlična postavitev in struktura gradiva.</p> <p>II (i) Zelo dobro delo (6) Visok standard predstavitve z zelo dobrim standardom slovenščine in jasnostjo izražanja. Zelo dobra postavitev in struktura gradiva. Zelo dobra uporaba vizualnega gradiva in tabel.</p> <p>II (ii) Razmeroma dobro delo (5) Ustreden standard predstavitve z uporabo sprejemljivih standardov slovenščine. Prisotni so lahko nekateri slogovni zdrs; potrebna je dodatna pozornost pri postavitvi, strukturi in oblikovanju.</p> <p>III Zadostno delo (4) Šibka predstavitev in struktura s slovničnimi napakami. Postavitev in struktura lahko zmanjšujeta učinek in komunikativnost.</p> <p>Nezadostno – omejeno delo (3) Mejni standard predstavitve. Slaba raba slovenščine z okorno strukturo. Vizualno gradivo in uporaba tabel sta nerelevantna ali neustrezna.</p> <p>Nezadostno – nesprejemljivo delo (0–2) Nesprejemljiv standard predstavitve s slabo rabo slovenščine.</p> | /10   |
| Komentarij ocenjevalca:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |       |
| Inicialke ocenjevalca:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |       |
| Komentarij drugega ocenjevalca ali moderatorja:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |       |

Poučevanje večšin potopisnega pripovedništva je hkrati zahtevno in nagrajujoče. Po Grahamu (2019, 288) »učinkovito poučevanje pisanja vključuje: (a) pogosto pisanje za resnične in raznolike namene; (b) podporo študentom med pisanjem; (c)

poučevanje potrebnih pisnih veščin, znanja in procesov; (č) ustvarjanje podpornega in motivacijskega pisnega okolja; ter (d) povezovanje pisanja, branja in učenja.« Na Fakulteti za turizem Univerze v Mariboru se potopisno pripovedništvo uporablja za razvoj komunikacijskih veščin od študijskega leta 2019/2020 dalje. Spodnji primeri so nastali v zaključnem letniku magistrskega študija v študijskem letu 2021/2022. Prikazujejo raznolikost potopisnih tehnik in metod. Te metode so bile sistematično poučevane in se utrjujejo z dodatnim branjem, ko so se študenti pripravljali na terensko delo in dokumentiranje svojih poti. Spodnji izseki so iz njihovih besedil, nastalih po terenskem delu:

Primer (1) prikazuje prehajanje iz preteklika (Past Simple) v sedanjik (Present Simple) in nato nazaj v preteklik:

1. *Potem smo se odločili, da je čas za več zgodovine, zato smo začeli načrtovati izlet v Pompeje. Bili smo navdušeni. Jaz sem bila navdušena. Komaj smo čakali, da izstopimo z vlaka. Danes so Pompeji eno najbolj znanih rimskih najdišč na svetu, vendar so bili v preteklosti le še eno rimsko obmorsko letovišče, dokler leta 79 n. št. ni izbruhnil Vezuv. Le dan pozneje je bilo ubitih na tisoče ljudi, celotno mesto pa je bilo pokopano pod 25 metrov debelo plastjo vulkanskega pepela in pozabljeno, dokler ga raziskovalci niso odkrili 1800 let pozneje. Za to pokopano mesto, ohranjeno kot zamrznjen posnetek rimskega življenja, sem prvič slišala pri pouku zgodovine v osnovni šoli. Prav te knjige so zanetile moje navdušenje nad Rimljani in uvrstile obiske Pompejev na moj seznam življenjskih želja.*  
(Lidija Kočever, *Vzpon iz pepela (Rise From the Ashes)*, 2022)

Pisanje potopisnih besedil v angleščini v pretekliku (Past Simple) je nekaj, česar se morajo študenti, katerih materni jezik (L1) je slovenščina ali hrvaščina, posebej naučiti. Mnogi bi raje pisali v sedanjiku (Present Simple). Da bi jih predavatelj med semestrom, pred končno številčno oceno, ustrezno usmerjal, nastopa v vlogi mentorja oziroma avtorjevega urednika, ki z vprašanji in predlogi spodbuja razvoj bolj sofisticiranega diskurza. V zgornjem odlomku Lidije bi mentor izpostavil dejstvo, da že v tretjem stavku uporabi gibanje in prvoosebne pripovedovalca, kar je močan in učinkovit signal, da uporablja diskurz literarnega potopisnega pripovedništva. Dve vprašanji, ki bi ji ju lahko zastavili, sta: ali lahko spremembo časa pri besedni zvezi »Le dan kasneje« naredi bolj tekočo, ter ali lahko iz ključne besede v njenem odličnem naslovu »Pepel« preplete v besedno tkanino (op. p. twill); ta pojem je bil podrobno razložen v 1. poglavju. Ali lahko pepel ponovno uvede v besedilo, morda tako, da besedo »zamrznjen« nadomesti z drugo, bolj slikovito izbiro?

Primer (2) je zgled osebne pripovedi, saj vključuje domačine, zgodbe in spomine, povezane z pisateljičin babico. Prisotni so tudi posthumani živalski liki, Lucky in Pika. Avtorica uporablja poimenovanje iz lokalnega okolja, in sicer besedo »Svečomat« – avtomat za nakup sveč. Tako kot v profesionalnem dnevniškem pisanju se zapis začne z datumom, kar je element, za katerega lahko predavatelj Anjo nagradi v formativni ali številčni povratni informaciji. Poleg tega ima, skladno z dobrimi praksami potopisnega pripovedništva, že zelo zgodaj v besedilu glagole gibanja, na primer »sprehod«. Resda že v prvem stavku zamenja glagolski čas, vendar to mora ostati, saj deluje kot močna oblika *in medias res* uvoda v dan:

## 2. Sobota, 19. marec 2022

*Lovro, moj fant, je še vedno pri meni in ker je sobota, sva se odločila, da se danes odpraviva na daljši sprehod. Šla sva mimo gozda, ki predstavlja najino običajno pot, in se odpravila proti cerkvi in pokopališču na Svetinjah. Med hojo proti cerkvi sva srečevala veliko domačinov, ki so naju pozdravljali ali pa so delali na vrtu. Zunaj je bilo toplo in veliko ljudi je izkoristilo priložnost za nekaj vitamina D. Nadaljevala sva pot navzdol proti pokopališču, kjer je pokopana moja babica. Svečo sva kupila na avtomatu, imenovanem »Svečomat«, in jo prižgala. Za trenutek sva obstala ob nagrobniku, nato pa sva se po klancu navzgor vrnila proti cerkvi, jaz pa sem mu med potjo pripovedovala zabavne zgodbe iz časa, ko je bila še živa. Na poti nazaj domov je mimo pripeljalo nekaj avtomobilov in Luckyja sva morala zadržati, ker bi z veseljem stekel za njimi. Skoraj sva že prišla do hiše, ko sva se morala znova ustaviti, ker je Lovro preprosto moral pobožati in pocartati Piko. (Anja Govedič, My Week, 2022)*

V primeru (3) avtor Luka opisuje nenavadno toplo vreme in lepo naravo. Živahen in podroben opis cvetlic pomembno prispeva k afektu potopisnega besedila. Dve ali tri zelo drobne posebnosti v rabi angleščine nakazujejo, da avtor ni materni govorec, na primer »small talks« v množini ter »warmer than I had been counting it would be« namesto »counting on«. Vendar je mikavno, da teh mest ne popravljamo, saj kljub temu zelo jasno sporočajo pomen in hkrati bralcem subtilno namignejo, da poslušajo lokalnega Hrvata, ki opisuje svoje domače mesto:

## 3. 19. marec, 13.00

*Načrtoval sem, da bom pot okoli svojega domačega mesta Samobor (Hrvaška) začel peš. Vreme je bilo lepo, še posebej glede na to, da je bila še vedno sredina marca. Bilo je precej topleje, kot sem pričakoval, zato plastenka vode sploh ni bila slaba ideja. /.../ Po nekaj hladnih mesecih je sonce končno posijalo in ptice so začele svoj čudoviti orkester. Ljubek zvok pomladi. Čez nekaj časa sem prišel na glavni trg kralja Tomislava in vpiljal toploto toplega betona, ki se je segreval pod sončnimi žarki. Ker smo se v zadnjih štirih mesecih vsi navadili zime, je bilo 18 stopinj Celzija toplo. Želel sem se izogniti kakršnim koli kratkim pogovorom, zato se mi je gozd, ki obdaja mesto, zdel veliko bolj privlačen. Sledil je krajši vzpon, približno deset minut. Tam sem sedel in užival v svežem zraku ter miru gozda. Spomnil sem se, kako čudovito bi*

*bilo iti teči ob nasipu Save, in nenadoma sem začel razmišljati o tem. Ko sem se vračal proti mestu, sem opazil veliko znanilcev pomladi v obliki različnih cvetlic, ki se pojavijo pozno po zimski ali zgodaj spomladi. Kakšno veselje jih je videti! Kalejdoskop barv. Od vijolične in mešanice vijolične ter rožnate, prek rumene do popolnoma belih cvetov. V tem še vedno pretežno rjavem gozdu je čudovito videti vse te barve, ki prekrivajo in krasijo okolico. (Luka Stanić, Samobor, 2022)*

Tudi primer (4) kaže pomen podrobnosti, omenjanja konkretnih stavb in ulic, da jih lahko poznejši obiskovalci najdejo in znova doživijo Franove občutke; opazimo tudi afektivno vlogo pridevnikov v potopisnih opisih:

4. *Nenadoma sem začel čutiti utrip Zagreba in razumel, o čem so pisali znameniti zagrebški pesniki ob koncu 19. in v začetku 20. stoletja. Moderne arhitekture ni bilo več toliko, trgovske lokale so zamenjale majhne družinske obrti, sodobno mestno razsvetljavo pa so tu in tam nadomestile stare laterne. Odločil sem se, da sestopim s kolesa, ga privežem ob bližnji drog in pot nadaljujem peš. V tistem trenutku sem stal ob starbi Hrvaškega narodnega gledališča. Vau. Kakšna stavba. Mimo nje grem vsaj trikrat na teden, a se še nikoli nisem ustavil in si je zares ogledal. Pozornost do detajlov v stari arhitekturi je brezhibna. Vsak steber je okrašen s številnimi majhnimi kipci, vsako okensko steklo pa je izrezljano drugače. Neverjetno je, koliko več pozornosti so ljudje nekoč namenjali podrobnostim. Dovolj je bilo, da sem obrnil glavo v desno in na razdalji približno sto metrov zagledal moderno starbo, ki je bila videti kot steklena škatla. Brez šarma, brez duše. Bil sem že navdušen in preplavljen z občutki. In to je bila šele prva stavba ob vstopu v starejši del mesta. Nato sem se odpravil proti najbolj znani zagrebški ulici, Ilici, moj naslednji cilj pa je bila zagrebska vzpenjača. Med hojo po Ilici proti vzpenjači si nisem dovolil, da bi me odnesle vsakodnevne skrbi; namesto tega sem se v celoti osredotočil na kulturo in zgodovino, ki sta me obdajali. Čutil sem vonj mesta in slišal šumenje veselih ljudi iz bližnjih kavarn ter zvok znamenitih zagrebških modrih tramvajev. Nato sem prišel do slavne vzpenjače. Tehnično gledano nikakršen čudež. Še posebej danes. A to ni bistvo. Razlog, zakaj se prebivalci Zagreba tako radi vozijo z vzpenjačo, ni v tem, da se jim ne bi dalo vzpenjati po stopnicah v Gornji grad. Gre za to, da se ob tem počutijo kot njihovi predniki, ki so bili leta 1890 najponosnejši ljudje na svetu, ko je to takrat moderno prevožno sredstvo krasilo njihovo mesto. Ko sem prispel v zgornje mesto, sem začutil močno nostalgijo. Ne le zaradi vse zgodovine, temveč tudi zato, ker je tik pred menoj stala moja nekdanja srednja šola. Na žalost je bila zaradi potresa, ki je Zagreb prizadel pred dvema letoma, močno poškodovana in jo trenutno obnavljajo. Ob tej misli mi je bilo žalostno, hkrati pa sem bil ponosen. Ponosen, da sem prebivalec mesta, ki v najtežjih trenutkih pokaže izjemno povezanost. (Fran Pokasić, Zagreb at Night, 2022)*

Primer (5) poudarja lokalne prebivalce majhnega mesta, jezike, ki jih govorijo, reko in pozornost do podrobnosti.

5. Ponedeljek, 21. 3. 2022

*Med hojo po ulici sem zagledal dve starejši gospe, ki sta hodili proti meni in se pogovarjali. Ko smo šli mimo drug drugega, sem ju prijazno pozdravil, obe pa sta pogledali gor in se nasmejani odzvali. Mislim, da lahko že tako majhna gesta nekomu polepša dan, hkrati pa tudi tebi daje dober občutek, da si domačin in da ustvarjaš dober vtis ne le o sebi, temveč o skupnosti kot celoti. Opazovanje mesta, kot da bi bil turist,*

*mi je omogočilo, da sem odkril nekatere stvari, ki jih prej nisem opazil, na primer uličice, po katerih še nikoli nisem hodil. Zame je zanimivo predvsem to, da se moje mesto nahaja neposredno ob meji z Avstrijo, kar pomeni, da so ljudje, ki jih srečujem, še bolj raznoliki. Ko sem prišel do kavarne ob reki Muri, sem slišal več nemščine kot slovenščine, kar je posledica tega, da veliko avstrijskih turistov, ki bivajo v bližnjem termalnem zdravilišču, prečka mejo, da bi si privoščili dobro skodelico kave. Mislim, da poslušanje drugih jezikov v lastnem mestu naredi okolje še bolj zanimivo in te spodbudi, da bi ljudi vprašal, kaj si mislijo o kraju. (Erik Miklin, 2022)*

V primeru (6) avtorica opisuje najbolj značilno znamenitost destinacije in obisk vinograda – znova z izjemno pozornostjo do detajlov, od notranje opreme in svetlobe do opisa pridelave vina, kar vse pomembno prispeva k prepričljivosti besedila:

6. *Zreče in njihova okolica se ponasjajo tudi s številnimi vinogradi in odličnimi vini. S fantom sva obiskala vinogradništvo Andrej, ki je hkrati priljubljeno zbirališče domačinov. Imajo čudovito degustacijsko sobo, kjer te lastnik popelje skozi okuse in sorte belih vin, ki jih pridelujejo. Vinogradništvo Andrej ima dolgo tradicijo, ki se je razvijala skozi generacije družine Andrej. Do svojega dela so izjemno predani. Ko sem stopila v degustacijsko sobo, sem takoj začutila domačnost zaradi prijetne notranje opreme z lesenimi elementi. Svetloba je bila zadržana, kar je prostoru dodalo poseben občutek elegancije in profesionalnosti, ki ga izžarevajo tudi prijazni ljudje, ki tam delajo. Vina, ki jih pridelujejo, segajo od sladkih do suhih, a najbolj butično in posebno je njihovo peneče vino, ki ga izdelujejo v zelo majhnih količinah. Pridelano je po klasični metodi, kar pomeni, da steklenice obračajo ročno. Peneče vino je sladko, iz grozdja moskat. Mehurčki so se kar stopili v mojih ustih in za seboj pustili sladek, aromatičen pookus, zaradi katerega bi najraje tam ostala za vedno. In vinska klet. Tam bi lahko ostala ure in ure ter se sproščala. Ozki hodniki, ambientalna osvetlitev povsod naokrog, medtem ko sem se počasi sprehajala mimo stotin in stotin steklenic. Bilo je naravnost čarobno. (Ina Olup, Razžišči, začuti in uživaj – Končano, končano in končano (Explore, Feel and Enjoy – Done, Done and Done – Zreče), Slovenia, 2022)*

Primer (7) predstavlja vključitev etnobotanike (»teloh« – hellebore) v potopisno besedilo; to je bil eden od didaktičnih predlogov glede izbire vsebin. Skozi dialog in vprašanja je treba avtorico opozoriti na izbrane glagolske čase in na učinek, ki ga ima prehod v pretekle čase na bralce:

7. *Na začetku je pot precej prijetna in lahka, dovolj široka, da se lahko dva človeka brez težav srečata. Če pogledamo naokoli, lahko vidimo veliko majhnih smrek, pod njimi pa spomladi rastejo rožnato-beli, zvezdasti, ljubki majhni cvetovi, imenovani »teloh« oziroma v angleščini hellebore. A prosim, ne trgajte jih, ker so strupeni. Samo pogledite jih in občudujte njihovo lepoto. (A Hike to Lisca), 2022)*

Primer (8) prikazuje pomen geografskih in zgodovinskih podatkov ter vključevanja čutov v potopisna besedila:

8. *Neko sončno spomladansko nedeljo sem se odločila za dolg sprehod do bližnjega kraja, majhnega mesta, če mu sploh lahko tako rečemo. Ni večje od katere koli druge vasi, a ima izjemno vrednost kot zgodovinski kraj. Le nekaj kilometrov od mojega doma se najmanjše mesto v Sloveniji, Kostanjevica na Krki, skriva med mogočnimi Gorjanci in obsežnimi krakovskimi gozdovi, na bregovih smaragdne lepote Dolenjske, reke Krke. Je skriti raj, ki ob vsakem obisku ponudi nekaj novega in še neodkritega.*

*Sprehod se začne na starem lesenem mostu, ki se razteza čez mirno in počasi tekočo reko. Škripanje lesa je odmevalo za menoj, ko sem prečkala most, ob meni pa je moj štirinožni prijatelj Ron zvesto sledil vsakemu mojemu koraku. Pot sem nadaljevala skozi staro mestno jedro, ki leži na rečnem otoku. Da, prav ste prebrali, del mesta je otok, umeščen v reko Krko. Zaradi svoje izjemne lege ob reki je mesto pogosto poplavljeno in včasih je edini možen način gibanja čoln. Prav zato mu pravijo tudi »dolenjske Benetke«.*

*Hiše na glavni ulici so v zgodnjem jutru delovale zelo romantično, ko so prvi sončni žarki osvetlili njihove živahno obarvane fasade. Ustavila sem se pri cerkvi, obdani z nizkim kamnitim zidom. Cerkven je odbila uro, ko sem opazila igrivo ptico na golih vejah mogočnega lipovega drevesa, ki stoji pred cerkvenimi vrati. Na prvi pogled se je cerkev zdela majhna, a natančnejši pogled na zvonik ji je dal mogočnost in veličastnost. Zavetnik te cerkve je sveti Jakob. Prebrala sem, da je to najstarejša stavba na otoku in ena najstarejših gotičnih cerkev v Sloveniji. Opazila sem, kako je podoba starega mestnega jedra preplet tradicionalne in sodobne arhitekture, pri čemer fasade biš pripovedujejo vsaka svojo edinstveno zgodbo. Mestno središče delita dve vzporedni ulici, ki lepo obkrožata biše med seboj. Pomislila sem, da se z le dvema glavnima ulicama tukaj res nihče ne more izgubiti, tudi če ne ve, kje je. Ulici sta še danes znani kot »Tamal« in »Tavelik plac«. Leva, Oražnova ulica, ki vodi od severa proti jugu, se postopoma razširi in oblikuje trg (»plac«). Pred južnim mostom se ulice združijo v Kambičev trg. Ulice so poimenovane po pomembnih ljudeh in dogodkih, ki so mesto zaznamovali skozi čas.*

*Ustavila sem se pri turistični informativni tabli pred Lamutorim likovnim salonom in prebrala nekaj odstavkov o zgodovini mesta. Napolnilo me je z veseljem spoznanje, kako zelo je to majhno mesto vplivalo na lokalno zgodovino. Kostanjevica velja za najstarejše mesto na Dolenjskem, njena zgodovina pa sega v 13. stoletje. V začetku 13. stoletja je koroški vojvoda Bernard von Spanheim ustanovil cistercijski samostan na južni meji Kranjske marke, ki jo je uveljavljal kljub nasprotovanju oglejskih patriarhov in meranskih vojvod. (Anja Kraševac, Kostanjevica na Krki, 2022)*

Voda in rastline imajo v potopisnem pripovedništvu ključno vlogo kot umeščeni trenutki. Krka je čudovita reka temno zelene barve, ki teče skozi skoraj praviljično Kostanjevico na Krki. Sklic na Benetke je v zgornjem primeru pomemben. Zanimivo je tudi ime Kostanjevica, saj »kostanj« v slovenščini pomeni kostanjevo drevo. Anjino poimenovanje ulic bo obiskovalcem pomagalo, da bodo lahko znova podoživeli sprehod. Poimenovanje ulic in omemba cerkve bi v veliki meri sodila v okvir potopisa oziroma traveloga; za predavatelja bi bilo koristno videti izvirne terenske zapiske, da bi lahko preveril, ali je mogoče izpisati in v besedilo vključiti še več osebnih občutij, ki bi zgodbi dodala dodatno plast.

Lokalna gastronomija je tema, ki jo potopisci radi vključujejo v svoje zapise. Če primer (6) omenja vino, primer (9) prinaša omembo piva:

9. *Zvečer sem se vrnil v središče mesta in se srečal s prijateljem pri Hrvaškem narodnem gledališču, osebno eni najlepših stavb v Zagrebu. Sprehodila sva se po Ilici – največji nakupovalni ulici v Zagrebu – in komentirala, kako je z prihodom toplejšega vremena vse oživilo. Prišla sva na glavni trg, kjer je bilo toliko ljudi, da sva se komaj prebila do Tkaličeve ulice, ene najbolj znanih zagrebskih ulic za nočno življenje. Po nekaj »Gričkih vještica« – znamenitem pivu – sva se vrnila domov in še naprej komentirala, kako čudovito je vreme. (Ivan Jokić, Zagreb, 2022)*

Opis poti do destinacije je za bralce zelo dragocen, še posebej za obiskovalce, ki iščejo praktične informacije o tem, kako do tja priti. Primer (10) prikazuje besedilo z osnovnimi navodili za prihod na destinacijo in informacijami o tem, kaj tam doživeti:

10. *V Sarajevo sem z mamo odpotovala le za dva dni. Njena velika želja je bila obiskati Sarajevo, zato sem jo vzela s seboj. Iz Zagreba v Sarajevo sva potovali z avtobusom, vožnja pa je trajala osem ur. Potovali sva ponoči in na avtobusno postajo prispeli ob šestih zjutraj. Hotel je bil precej oddaljen, zato sva do tja vzeli taksi. Ker sva bili od poti utrujeni, sva se najprej odločili, da greva spat, šele nato na zajtrk. Po kratkem počitku sva šli do recepcije, kjer sem se srečala z žensko, s katero sem se dogovarjala glede ogleda hotela. Medtem ko je mama v hotelski avli pila čaj, sem se odpravila na ogled hotela, ki ni trajal dolgo. Po tem nama je hotelski vodja privoščil zajtrk v restavraciji v bližini hotela. Hotel je bil na Baščaršiji, najbolj znani ulici v mestu, zato sva se sami odpravili na ogled znamenitosti, saj sem mesto dobro poznala. Ves dan sva imeli zase, zato sem mami poskušala pokazati čim več. Najprej sva šli v samo srce ulice, na tako imenovani Golobji trg, kjer stoji znameniti sebilj. Sebilj je majhen stolp v islamski arhitekturni tradiciji, kjer je voda brezplačno na voljo vsem. Tam sva se fotografirali in se odpravili proti simbolu Sarajeva, mestni biši – spomeniku večkulturnosti Bosne. Nasproti mestne biše je znamenita sarajevska gondola, ki vodi na pobočje. Bleščeča nova postaja gondole stoji ob vznožju gore Trebević, enega od vrhov, ki so bili prizorišče dogodkov zimskih olimpijskih iger leta 1984. Za povratno vožnjo v vrednosti 20 konvertibilnih mark (približno 10 evrov) se gondola v sedmih minutah povzpne za več kot 1.100 metrov in ponuja dih jemajoče razglede na vsakem koraku poti. Razgled je takšen, da ga je težko primerjati z večino drugih evropskih mest. Obzorje krasijo mošeje in minareti, ob njih pa romanske stolnice katoliških cerkva in čebulaste kupole pravoslavnih. In prav to je še ena stvar, zaradi katere je to mesto tako fascinantno: je kraj, kjer se srečujeta vzhod in zahod. (Marica Ilić, Sarajevo, the City Where East Meets West, 2022)*

Odzivi študentov na pisno nalogo s področja potopisnega pripovedništva so bili pozitivni. Nalogo so komentirali takole:

- Vedno hodim na sprehod s psom, a tokrat sem imela priložnost o tem tudi pisati. To je pomenilo, da sem morala bolj pozorno spremljati dogajanje okoli sebe. Za potrebe različnih zgodb sem izbrala tudi nekaj novih poti, kar mi je razširilo obzorja. Rada uporabljam pridevnike pri pisanju, potopisno pripovedništvo pa mi to omogoča, saj moram na primer pri seminarskih in diplomskih nalogah uporabljati bolj strokoven jezik. (Anja Govedič)*

*V pisanju sem res užival, ponovno sem odkrival svoje domače mesto in analiziral okolje okoli sebe. Potopisno pripovedništvo je na našem območju (Balkan, nekdanja Jugoslavija) nastajajoč pojav in ljudje začnejo prepoznavati pomen tovrstnega pisanja in izražanja. V prostem času, kadar se spomnim brati ali začutim željo po branju, uživam v potopisih. Potopisno pripovedništvo me je spomnilo na popotniške izkušnje slavnih svetovnih pustolovcev, popotnikov in blogerjev ter mi dalo občutek, da prispevam k izkušnji in domišljiji nekoga drugega. V svoji karieri bi se rad ukvarjal s kakšno obliko potopisnega pripovedništva. Ker delam v turistični agenciji za nekonvencionalna potovanja, pričakujem, da bom delal kot turistični vodnik in kot nekdo, ki bo osvetljeval pomen izražanja med potovanjem in predvsem po njem. Rad bi združil pripovedovanje zgodb o potovanjih in jih predstavil na spletni strani agencije. Trenutno urejam potovanja na spletni strani, zato bi bilo vključevanje lastnih potopisov in potopisov naših potnikov koristno za promocijo in povratne informacije o našem terenskem delu. S to nalogo sem spoznal, da obstajajo različni vidiki potovanj, ki jih lahko vključimo v poslovni svet; ne le kot akademsko delo, kot so morda potopisno pripovedništvo videli prej, temveč kot način izražanja in vabljenja drugih na potovanja ter deljenja izkušenj (soustvarjanje izkušnje na neki ravni). To bi bilo mogoče tudi za bralce naše e-revije. To kaže na multidisciplinarnost turizma in širino vpliva potopisnega pripovedništva.*

*(Luka Stanič)*

*Naloge sem se zelo veselila in v njej res uživala. Predvsem zato, ker je šlo za način izražanja občutij, medtem ko je večina besedil, ki jih pišemo na fakulteti, objektivnih. Bila je dobra vaja za preizkus in širjenje besedišča ter ustvarjalno pisanje. Ker sem nova, začasna prebivalka Zreč, mi je naloga omogočila, da sem kraj doživela drugače in odkrila svoj novi dom.*

*(Ina Olup)*

*Pri nalogi mi je bilo najbolj všeč, da sem lahko raziskoval in opazoval svoje mesto skozi oči nekoga, ki je tukaj le na obisku. Mislim tudi, da vsak človek želi videti in doživeti nekaj drugega, s potopisnim pripovedništvom pa lahko delimo svoj pogled na potovanje. To nam pomaga razumeti, kako različno in edinstveno vsak od nas vidi svet. S potopisnim pripovedništvom lahko delimo lepoto različnih krajev in držav tudi z ljudmi, ki tja sami ne morejo.*

*(Erik Miklin)*

*Z veseljem povem, da sem v nalogi užival in da sem zelo vesel, da vam je bilo moje besedilo všeč. Do svojega mesta gojim veliko ljubezen in sem nanj čustveno močno vezan, zato mi je bilo v užitek preleteti občutke na papir. Rad pišem, a žal pogosto nimam priložnosti za besedila, ki niso formalna ali znanstvena. Po mojem mnenju je bila naloga zadetek v polno.*

*(Fran Pokasič)*

*Naloga mi je bila zelo všeč. Med pobodom so prišla na površje moja občutja, postala sem bolj pozorna. Pobod je drugačen, ko ga spremlja pisanje: poslušas, gledas okoli, občuduješ. Menim, da bi morali takšne naloge delati pogostejše.*

*(Nika Kramžar)*

*Naloga mi je bila zelo zanimiva, predvsem zato, ker sem svoj običajen dan videl z drugačne perspektive. Ko človek bere, je videti precej bolj »vznemirljivo«, kot se zdi v živo. Mislim, da takšna naloga razširi naše dojemanje izkušenj.*

*(Ivan Jokić)*



*Z veseljem povem, da sem v nalogi potopisnega pripovedništva res uživala. Bila je povsem nova izkušnja, ki mi je dala drugačen pogled na to, kako biti bolj pozoren na okolico, ljudi in lastna občutja. Ugotovila sem, da je pri vsakem potovanju, ali celo pri vsakdanjem sprehodu, sama pot pogosto pomembnejša od cilja. Način, kako zberem misli med pisanjem, je drugačen, ker izkušnji doda globlji pomen. S potopisnim pripovedništvom bom nadaljevala tudi zase na svojih prihodnjih potovanjih.*

*(Anja Kraševac)*

*Naloga mi je bila všeč, ker sem bila v Sarajevu le nekaj dni pred pisanjem, zato je bil spomin še zelo svež in s pisanjem nisem imela težav. Moj najljubši del dela v agenciji je pisanje popotniških načrtov, zato sem tudi v tej nalogi uživala.*

*(Marica Ilić)*

*Pisanje, potopisno pripovedništvo, mi je predstavljalo manjšo težavo, saj ljudi raje navdihujem z govorno kot s pisano besedo.*

*(Lidija Kočvar)*

## **Avtorjev urednik o literarnem potopisnem besedilu iz Newquaya**

Ta razdelek študije primera obravnava odlomek dialoga med kolegi, kjer eden nastopa v vlogi avtorjevega urednika v fazi, ko je končna potopisna pripoved podvržena postopku jezikovnega preizkušanja in zadnjim vprašanjem za pisca. Povzet je odziv šestih bralcev na končno besedilo, da se omogoči primerjava med urednikovim metajezikom in jezikom bralcev.

## **Avtorjev urednik o skoraj končni različici »Terenski zapiski iz Fistrala« (Fieldnotes from Fistral)**

Prebudijo se, delajo, čakajo,  
potem padejo,  
kot klic galebov k obali:  
Ro an mor, ro an mor.

Iz »Darilo morja« (Seagift)

FEBRUARJA 2020 je bil težak mesec, ne zaradi mraza, ne, temveč zaradi opozoril, ki jih je pošiljal Atlantik. Vsako jutro smo se prebujali v mokro skrilasto sivino na terasah. V torek, 10. marca 2020, sem se z Great Western Railway odpravil proti zahodu, v Newquay, s prvim postankom za prestop v kraju Par. Drobna, megličasta pršica je čez polja pihala od morja pri Plymouthu; obljubljeno sonce spomladanskega enakonočja, ki je bilo le še deset dni stran, se še ni pokazalo. Po prestopu ob 10.10 na progo proti Newquayu sem prečkal Cornwall od juga proti severu. Od Para do Quintrell Downsa so rumeni grmički brnistre že cveteli, v Westcountryju jim običajno rečejo *furze*. Železnica je tej poti do Newquaya sledila že od leta 1876. Z osebjem v muzeju Trenance Heritage Cottages se nisem

imel dogovorjenega srečanja do naslednjega jutra, zato sem imel celo popoldne za kosilo in za raziskovanje mesta Newquay.

### Dialog o pisanju o Fistralu z avtorjevim urednikom

JPT: Zanimivo je, kako začneš pripoved s tem, da je bil februar težak mesec, potem pa preskočiš na 10. marec, ko si začel pot v Newquay.

CM: Da, ta prehod med mesecema je nenaden in nima vzročne povezave. Hvala, da si to izpostavila. Mislim, da potrebuje povezavo. Atlantik želim ohraniti zaradi surfanja pozneje. O tem moram dlje razmisliti in prehod datuma utemeljiti.

CM: Kaj meniš o tem, da Atlantik ohranim kot aktivnega akterja, torej »ob Atlantiku« ali »iz Atlantika«?

JPT: Da, vsekakor, saj Atlantik uporabiš še enkrat, ko opazuješ surferje. Morda še nekaj besed o Natalie in razlogih za obisk? Ali pa si morda želel vključiti element skrivnosti?

CM: Ne, skrivnosti nisem nameraval vključiti, zato bi bilo bolje, da Natalie uvedem že tukaj, v prvem odstavku, ne pa samo »osebje«. S tem bi se uvedel tudi element iskanja, ker gre za imenovan lik, s katerim sem načrtoval pogovor.

### Sprejem besedila: komentarji bralcev o besedilu o Fistralu

1. Res sem užival ob branju! Spet si me spravil v skušnjava, da bi šel tja – žal bom moral počakati, da bo konec zapiranj (op. p. lockdown v času koronavirusa).
2. [...] zaradi tega o tem razmišljam čisto drugače. Razkošje nenujnega potovanja, z vlakom, ribe in krompirček, kava, hotel, zajtrk tam in obisk [...] muzeja.
3. Lahko sem si predstavljal celotno tvojo pot in [...]
4. Zdelo se mi je veliko boljše pri tem, da si bralec zna predstavljati, da je na kraju samem. Še posebej zaradi drobnih detajlov, na katere si naletel, na primer zaradi ocene v časopisu; rekel bi, da je bilo branje zato bolj potopitveno.
5. Ne bi potreboval zemljevida, da bi se znašel. Dobro je, kako združuješ literaturo, zgodovino in hrano.
6. Čudovit tekst, res prijetno branje, lepo sestavljeno [...]

Da bi bili komentariji bralcev za avtorja res uporabni, jih je treba interpretirati kot hermenevtična besedila. Izrazi užitka so razmeroma jasni in avtorja spodbujajo, da nadaljuje. Vendar je potrebna bolj poglobljena pozornost, da opazimo, kako močan učinek ima na bralca omemba postanka za hrano.

### Podajanje povratnih informacij o pisanju

Pri pisanju so povratne informacije nujne, hkrati pa tudi zahtevne. Predavatelj ima v tem procesu vlogo vodnika in podajalca povratnih informacij (Carter & Kumar, 2017). Kljub temu številni študenti v visokošolskem izobraževanju, ki so ključni deležniki tega procesa, menijo, da povratne informacije niso tako uporabne, kot bi pričakovali, in poročajo, da imajo težave pri razumevanju in uporabi informacij, ki jih prejmejo od predavateljev (Hopfenbeck, 2020). Tako predavatelji kot študenti so torej ključni akterji v procesu, ki ga razumemo kot pomembno vez med poučevanjem in učenjem (Plank idr., 2014).

Kaj sploh so povratne informacije? Čeprav se zdi izraz vsem znan, se razumevanje pojma med avtorji razlikuje. Ramaprasad (1983, 4) povratne informacije opredeli kot »informacijo o razliki med dejansko ravno in referenčno ravno«. Po Stracke in Kumarju (2020, 268) so povratne informacije »ključni element učenja in razvoja tako za mentorja kot za kandidata«. Morda pa najbolj natančno razlago ponudi Carless (2015), ki povratne informacije razume kot proces, v katerem študenti smiselno uporabijo informacije recenzenta o svojem delu in jih izkoristijo za izboljšanje kakovosti besedila ali učnih strategij. Takšno razumevanje je še posebej primerno za poučevanje in pisnih spretnosti. Kot ugotavlja Evans (2013), je študent v središču procesa povratnih informacij, sam proces pa je močno pogojen z njegovimi potrebami. Drugače povedano, povratne informacije morajo biti oblikovane glede na potrebe študentov in upoštevati različne kontekste, saj se proces odvija v raznolikih okoliščinah (Henderson idr., 2019). Razprave o tem, ali naj bodo povratne informacije ustne ali pisne, so pogoste, vendar se številni avtorji strinjajo, da je ključno predvsem njihovo premišljeno oblikovanje (Henderson idr., 2019). Bitchener idr. (2010) menijo, da pisne povratne informacije niso nujne, če se mentorji in študenti dovolj pogosto srečujejo in sproti razjasnjujejo pričakovanja glede vsebine. Pri tem je treba upoštevati več dejavnikov, med njimi okoliščine, v katerih so navodila podana, značilnosti naloge ter seveda individualne značilnosti študentov (Shute, 2008). Izjemno pomembna je tudi kakovost povratnih informacij.

Izkušnje in raziskave kažejo, da se predstave o tem, kaj so ustrezne povratne informacije, lahko zelo razlikujejo (Haughney idr., 2020).

Stracke in Kumar (2020) izpostavljata naslednje vidike povratnih informacij: vprašanja, povezana z vsebino (in medijem), vprašanja jezikovne natančnosti, vprašanja usmeritve povratnih informacij, vprašanja (kritičnega) jezika, uporabljenega v povratnih informacijah, vprašanja čustev v povratnih informacijah ter vprašanja, povezana z mentorsko vlogo.

Kara (2004) v svojem spletnem blogu ponuja naslednjih 12 nasvetov:

1. Vedno bodite iskreni v povratnih informacijah.
2. Besedilo, o katerem dajete povratne informacije, preberite pozorno in temeljito, vsaj dvakrat.
3. Med branjem si zapisujte misli, ki se vam porajajo. Ti zapiski naj vključujejo vsaj: vidike dela, ki se vam zdijo dobri; področja, kjer vidite možnosti za izboljšave; dele, ki jih ne razumete; ter reference, ki bi avtorju lahko koristile.
4. Poskrbite, da pohvalite dobre plati avtorjevega dela. To pomaga graditi zaupanje in avtorju pokaže, kaj lahko pusti nespremenjeno.
5. Bodite odprti glede tega, česar ne razumete. Čeprav se nekateri bojijo, da bodo izpadli nevedni, je to za avtorja zelo koristna informacija, saj lahko pomeni, da besedilo ni dovolj jasno.
6. Jasno in neposredno izpostavite področja, kjer vidite možnosti za izboljšave.
7. Avtorju povejte, kako lahko po vašem mnenju svoje delo izboljša. To je ključno, saj zgolj opozarjanje na pomanjkljivosti ni dovolj.
8. Kjer je smiselno, predlagajte reference, ki jih je avtor morda spregledal.
9. Če menite, da bi dodatne reference koristile, a se ne spomnite konkretnih, na hitro preverite vire, kot sta Google Scholar ali Directory of Open Access Journals, in avtorja usmerite.
10. Ne skrbite, če lahko zaradi omejitev lastnega znanja ponudite le določeno mero pomoči. Povsem sprejemljivo je na primer povedati, da hiter spletni pregled nakazuje obstoj dodatne relevantne literature na področju X; pri tem lahko pojasnite, da niste povsem prepričani, saj X ne sodi med vaša osrednja interesna področja, vendar menite, da bi bilo za avtorja vredno, da si jih vseeno ogleda.
11. Upošteвайте avtorjeva čustva. Na primer, po podajanju precej kritičnih povratnih informacij lahko dodate nekaj v smislu: »Zavedam se, da bo uresničevanje mojih predlogov zahtevalo precej dodatnega dela in da je to lahko

demotivirajoče. Upam, da vas to ne bo odvrnilo, saj menim, da ima besedilo trdno osnovo in da jasno izkazuje sposobnost ustvariti odličen pisni izdelek.» (Seveda upoštevajte točko 1 in tega ne pišite, če to ne drži.)

12. Ves čas bodite vljudni, tudi če je vaša recenzija anonimna. Anonimnost ni opravičilo za nespoštljivost (Kara, <https://helenkara.com/2018/12/04/how-to-give-feedback-on-academic-writing-twelve-top-tips/>).

## Metajezik povratnih informacij pri pisanju

Avtor – urednik, predavatelj in tudi pisci sami pri reviziji lastnega besedila potrebujejo besedišče, s katerim lahko natančno opredelijo, kaj je v besedilu dobro in kaj ne. Myhill, Newman in Watson (2020) obravnavajo vrednost metajezika, ki ga lahko predavatelji in študenti uporabljajo pri razpravi o o pisanju in njegovem izboljševanju. Izhajajo iz stališča, da »poučevanje razvija metajezikovno razumevanje študentov o tem, kako so pisna besedila oblikovana in strukturirana« (Myhill, Newman & Watson, 2020, 2), zato lahko slovnica in občutljivost za jezikovne strukture skozi dialog dodata vrednost nastalim besedilom. Slovnica v rokah učitelja pisanja je »v temelju funkcionalno usmerjen pogled na slovnico« (Myhill, Newman & Watson, 2020, 3), zato ne gre ne za opisno ne za normativno slovnico. Avtor – urednik torej uporablja slovnicične in literarne termine, da usmeri pozornost študenta na določeno strukturo. Na primer: v britanski angleščini pridejo pridevniki pogosto pred samostalnikom, ki ga določajo, vendar se lahko pisec odloči, vendar se lahko pisec zavestno odloči, da jih postavi za samostalnik, če želi doseči bolj arhaičen ali literaren učinek. S tem se navezuje na odmev normansko-francoščine, ki se je v Angliji v dvornih okoljih uporabljala od leta 1066 do približno 1500, kjer pridevniki sledijo samostalniku. Naslednji primer je iz potopisne knjige Vite Sackville-West ob njenem prihodu v Isfahan:

»Toda povsod naokrog, v somraku, ki je obdajal tisto središče sijaja in razburjenosti, je Majdan ležal kakor jezero miru, dolgo, ozko, ravno; in znotraj vhoda v bazarje je gorela ena sama laterna, ki je kazala pot v tisti temni in neizmerni labirint.« (Sackville-West 2007, 111)

Njeno potopisno pripovedništvo tu stopnjuje čustveno intenzivnost, da bi prenesla svoja občutja in lepoto pogleda čez trg Naqsh-e Jahan, v sodobnem zapisu Majdan. To doseže z uporabo primerjave, ko trg primerja z jezerom, nato pa opisne pridevnike postavi za samostalnik, da se podoba jezera ne izgubi in da se v izvirniku

ohrani bližina aliteracije na črko »k«. Kmalu zatem v istem prizoru znova uporabi pridevnike za samostalnikom, tokrat ob besedi »užitek«, da ustvari drugačen učinek:

»Tistega aprila nisem imela časa iti v Širaz in Perzepolis, vendar je bil to užitek odložen, ne pa izgubljen.« (Sackville-West 2007, 111)

Tu literarna potopiska po vsej verjetnosti v bralčevem tihem znanju aktivira naslov Miltonove pesnitve *Ponovno v raju* (*Paradise Regained*) (1671), saj je perzijski vrtni dizajn pogosto poimenovan kot rajski vrt. Myhill idr. nadalje opozarjajo na problem tihega poznavanja nians literarne angleščine, ki nikoli niso bile izrečene in zato nimajo ustreznega besedišča:

»V učilnici pisanja je težko deliti tiho znanje o učinkovitem pisanju, ker ga ni mogoče enostavno ubesediti. Eksplicitno slovnično znanje pa je dostopno in uporabno znanje: gre za 'učno' znanje, saj ga je mogoče uporabiti za razvoj boljšega razumevanja pisanja, za reševanje pisnih problemov in za deljenje razmislekov o slovničnih izbirah v pisanju.« (Myhill, Newman & Watson, 2020, 6)

Znamčenje krajev ima v svoji analitični fazi podoben problem, ko se z lokalnimi prebivalci opravljajo intervjuji o tem, kaj jim je v njihovem mestu všeč; njihovo znanje je pogosto tiho in ga neznanec še nikoli ni izzval. Pri pisanju je vsakdanji odziv na vprašanje, ali je neko potopisno besedilo dobro, pogosto »dobro deluje« ali »odlično je«, kar potrjuje tudi zgornja študija primera iz Newquaya s šestimi dejanskimi odzivi javnosti v tem jezikovnem registru. Pisci, ki želijo povratne informacije, ki jih lahko dejansko uporabijo, tako pogosto ostanejo brez konkretne usmeritve. Če pa avtor – urednik uporabi slovnične in literarne pojme, da natančno pokaže, kje so možne spremembe, postane fokus jasen; spremembe je mogoče izvesti; njihov učinek pa nato tudi ovrednotiti.



## 8. poglavje: Sklepi, prihodnje raziskave in upravljalvske implikacije

Poglavje na kratko opiše šest področij, ki so bila predstavljena v knjigi in bodo imela pomembne posledice za prihodnost turistične industrije, hkrati pa predstavljajo plodna raziskovalna polja za doktorski študij potopisnega pripovedništva. Ta področja vključujejo: prostorsko informatiko in vseprisotnost spletnega kartiranja; tehnologije beleženja; uporabniško ustvarjene vsebine v turistični industriji; okoljsko etiko in posthumanizem; prihodnost visokošolskega izobraževanja piscev; ter vzpostavljanje platform za upravljanje znanja za sodelovanje med javnostjo, lokalnimi skupnostmi, deležniki in regionalnimi vladami.

### **Prostorska informatika in vseprisotnost spletnega kartiranja**

Med junijem in novembrom 2007 je Apple omogočil dostopnost računalnika in mobilnega telefona iPhone v Združenih državah Amerike, Združenem kraljestvu, Franciji in Nemčiji. Za današnjo generacijo na Zahodu to pomeni, da je vseprisotnost dostopa do interneta tako samoumevna kot možnost, da s seboj nosimo knjigo za branje. Google Zemljevidi, spletna programska oprema za kartiranje, je od iPhona starejša približno dve leti. Združitev mobilne strojne opreme s to programsko opremo je do dvajsetih let 21. stoletja uporabnike navadila, da ju uporabljajo kot prenosni A–Ž katerega koli mesta, kamor prispejo na oddih. Skoraj



vsi hoteli in številna prevozna podjetja izboljšujejo načine zagotavljanja brezžičnega dostopa do interneta turistom tako med bivanjem kot tudi na vlakih, trajektih in v čakalnicah med potovanjem. Privlačnost teh povezav je v pasovni širini in v tem, da ne povzročajo stroškov gostovanja pri prenosu mobilnih podatkov. Zadnji del te tehnološke sestavljanke je zasnova vmesnikov e-trgovine za spletne turistične agencije, hotelske verige in večje prevoznike, ki turistom vlivajo zaupanje za nakupe na poti. To je bilo na kratko poimenovano m-trgovina. Rezultat konvergence teh tehnologij je nova miselnost turističnega kupca. Vsaj pri potovanjih na kratke razdalje se počuti dovolj samozavestno, da nima vnaprej rezerviranih vseh nastanitev, kar pomeni, da lahko med dopustom sledi bolj prilagodljivemu itinerarju. Tak turist je bolj raziskovalen in se lahko odziva na pobude ali želje, ki nastanejo celo med samim dopustom.

Območja neznanega mesta ali sosednjega kraja v bližini trenutne turistove lokacije so zato manj zaprta in manj zastrašujoča. Z mobilnim spletnim kartiranjem so ti doslej skriti prostori turistom na voljo za bolj osebne izbire, ki temeljijo na njihovem trenutnem razpoloženju. Za doseganje teh odločevalcev je potrebno bolj tekoče komunikacijsko besedilo, ki jim pomaga najti in raziskati kraje, skladne z njihovimi doživljajskimi potrebami. Potopisci bodo morali skupaj z upravljavci destinacij preseči tradicionalni zemljevid in s pomočjo geoinformatike dopustnikom sporočiti, da je kraj velike vrednosti zanje morda le nekaj ulic vzhodno od poti, po kateri običajno hodijo proti plaži.

Pobuda What3words, ki kartezične koordinate x in y, vzhodne in severne koordinate papirnega zemljevida, pretvarja v razumljiv in zapomnljiv govor, je bila uspešna, vendar še vedno ni zajela osi z. Potopisec lahko pripoveduje zgodbe o tem, kaj se dogaja v kleti, ali kako najti postajo RER Magenta globoko pod zemljo v labirintu pariške postaje Gare du Nord, nekje pod hišo na ulici pri 48.88009497942813° severne širine in 2.3582571744918823° vzhodne dolžine. Ali pa, v katerem nadstropju se nahaja restavracija South Memory v nakupovalnem središču Grand Gateway v Šanghaju. Ob takšnem tridimenzionalnejšem opisu prostora lahko pisana pripoved ponovno ubesedi izkušnjo iskanja in bivanja na določeni ravni prostora na način, ki ga bralci lahko razumejo in se nato odločijo, ali želijo ta trenutek tam tudi sami ponovno doživeti.

## Tehnologije beleženja

Tehnologije spleta 2.0, ki uporabnikom omogočajo zapisovanje na strežnike v oblaku ter deljenje podatkov med lastnimi napravami in z izbranimi drugimi uporabniki, so bistveno okrepile vlogo beleženja pri piscih, ki delajo projektno. Zasnova Zettelkasten za uporabo v Microsoftovem OneNotu, opisana v tej knjigi, ponuja uporaben delovni model za profesionalne pisce. Beleženje temelji na dialogu – sprva z izvornimi dokumenti projekta, nato s terenskimi izkušnjami in z deležniki, ki bodo uporabniki in bralci končnih besedil. Imeti spletno, vedno dostopno, osrednjo shrambo zapiskov pomeni, da se ideje nikoli ne izgubijo. Poleg tega tak strukturiran način zajema omogoča, da se shranijo tudi sprožilci novih raziskovalnih vprašanj, h katerim se pisec lahko vrne ob pisanju in preverjanju podrobnosti. Zaradi Microsoftovega vlaganja v razvoj izdelka je skrbniku zapiskov zagotovljen stabilen in prijazen uporabniški vmesnik, zaradi katerega je delo prijetno. Ta enostavnost uporabe oziroma prijetna uporabniška izkušnja je ključna, saj dnevnik ni le prostor za hitro beleženje, temveč mora postati tudi prostor stalnega preoblikovanja, urejanja in dodajanja novega gradiva. Poleg tega se mora uporabnik pri arhiviranju počutiti dovolj samozavestno, da ustvarja navzkrižne povezave med različnimi stranmi v svoji beležnici, tako da ta postopno postane referenčna knjiga za tekoči projekt. Takšen sistem zahteva disciplino, slaba uporabnost pa hitro ovira vsakodnevno beleženje, izpopolnjevanje in arhiviranje. Če je beležnica ustrezno vzdrževana, bo iskalna funkcija pisca hitro vrnila do točke, ki jo potrebuje iz zgodnejših zapiskov.

Splet 2.0 pomeni tudi, da lahko vodilni pisec projekta omogoči dostop do skupnega Zettelkastna soavtorjem, mentorjem in seveda deležnikom. Vsi ti sodelujoči lahko spodbujajo nujen dialog, ki na procesualen način ustvarja novo znanje. Soavtor lahko na primer zaprosi vodilnega pisca za dodatno pojasnilo, ali pa deležniku zastavi vprašanje, ta pa svoj odgovor zapiše neposredno na ustrezno OneNote stran, ki obravnava določeno idejo ali kraj v urbanem okolju. Shranjevanje delovnih odzivov znotraj iste beležnice omogoča, da se k njim vrnemo pozneje, brez strahu, da bi celoten dnevnik postal nepregleden in neobvladljiv, kar je pogosta težava kartotečnih sistemov na papirju. Pogosto velja, da so nekateri ključni deležniki hkrati tudi kupci, naročniki in bralci. Takšen skorajda sproten odnos s to podskupino med samim procesom pisanja izkušenemu piscu omogoča, da zapolni vrzeli v končnem besedilu in tako ustvari zgodbo, ki se bolje ujema s pričakovanji in vrednotami bralcev. Tudi z vidika pogodbenih razmerij in projektnega vodenja lahko naročnik spremlja

napredek. Pravzaprav je zasnova predloge zgrajena na prototipiranju vmesnih rezultatov vzdolž kritične poti pisnega projekta.

Razvoj programske opreme za prepoznavanje rokopisa pa je v zadnjih letih ponovno obudil beležnico in kartotečne listke. Pogosto je namreč nujno zapisovati ročno, zlasti v prevoznih sredstvih in na terenu, vendar je to do nedavnega pomenilo zamudno pretipkavanje za združevanje podatkov brez povezave. Danes pa je z nekaj pazljivosti in z uporabo črtastega papirja, kot je pokazala raziskava za to monografijo, mogoče ročne zapiske skenirati, jih programsko prepisati in nato vključiti v spletni dnevnik. Raziskovanje destinacij skozi pisanje pomeni, da bolj kot raziskovalec pretvori ideje v zapis že na kraju samem, namesto da bi uporabljal fotografije kot opomnike, bolj neposredno in poglobljeno bo pisno raziskovanje. Obstaja skušnjava, da se destinacijo zgolj fotografira in se pisanje preloži na pozneje, zunaj prizorišča, vendar s tem v resnici analiziramo fotografije, ne pa prostora samega.

Programska oprema za narekovanje je bila v času pisanja že na voljo, vendar so začetni preizkusi povzročali preveč motenj v terenskem raziskovalnem procesu. Kljub temu je mogoče pričakovati, da bo tehnologija hitro postala primernejša za raziskovanje kraja in prostorov ter da bodo raziskovalci razvili več spretnosti pri upravljanju in obdelavi zvočnih zapisov, ki jih ustvarjajo.

### **Uporabniško ustvarjene vsebine v turistični panogi**

Napredek tehnologije in družbenih omrežij je omogočil nastanek vključujočih platform. Sodobne platforme tako omogočajo široko razširjanje vsebin, spodbujajo ustvarjalnost in aktivno državljanstvo ter igrajo ključno vlogo pri razvoju skupnosti in gospodarstev, saj lahko povezujejo številne deležnike (Gillespie, 2010), opolnomočijo državljane, da postanejo aktivni uporabniki, se izražajo in postanejo kulturni producenti sami po sebi (Duffy idr., 2019). Zlasti v turizmu in popotniški industriji uporabniško ustvarjene vsebine pomembno prispevajo h kakovosti storitev s predlogi, ocenami in naknadnimi pregledi (Kitsios et al., 2022). Uporabniki ustvarjajo in razširjajo svoje izkušnje, poleg tega pa imajo v zadnjem času tudi možnost interakcije z drugimi uporabniki ter deljenja informacij, ki so jih ustvarili drugi (Li et al., 2019). Strokovnjaki (Aydin, 2020; Kar, Kumar in Ilavarasan, 2021) to ključno dialoško vlogo uporabniško ustvarjenih vsebin pripisujejo dejstvu, da turisti, popotniki in uporabniki storitev zaupajo informacijam drugih uporabnikov

ter želijo neposredno, osebno in čustveno oceno kakovosti posamezne storitve. Priporočila ljudi, ki so določeno destinacijo že obiskali ali izkusili storitve, ki jih ocenjujejo (izkušnje lahko v Aristotelovi taksonomiji sredstev prepričevanja predstavljajo kombinacijo etosa in logosa), so dragocen vir informacij za ljudi, ki načrtujejo obisk in potovanja (Assaker, 2020; Kitsios in Kamariotou, 2021). Ti uporabniško ustvarjeni podatki in informacije dejansko vplivajo na vedenje potrošnikov v gostinskem sektorju (Kim in Kim, 2020; Xu idr., 2021) ter prispevajo k boljšemu odločanju v turističnem sektorju (Kitsios idr., 2021; Kitsios idr., 2022). Posledično je vloga uporabniško ustvarjenih vsebin pri podobi destinacije in njenem razvoju postala ključna. Pri dolgoročnih odnosih s strankami in turisti pa je po Kitsiosu in Kamariotou (2021) zaznana vrednost na družbenih omrežjih (Facebook, Twitter) najpomembnejši dejavnik, ki vpliva na zaupanje potencialnih potrošnikov.

Velike količine informacij po eni strani zahtevajo selekcijo (Greco, 2018), po drugi strani pa učinkovite tehnike oziroma strategije prepričevanja. Pri prepričevanju v turističnem sektorju in širše so pripovedovalske tehnike ključnega pomena. Med tremi sredstvi prepričevanja (etos, patos in logos po Aristotelu) je patos še posebej pomemben za pritegnitev občinstva. Pisci, ocenjevalci in drugi ustvarjalci vsebin morajo pokazati navdušenje in strast do krajev, destinacij in storitev, saj to ustvarja čustveno povezavo z občinstvom in posledično prispeva k uspešnejši promociji (Cheng idr., 2020). Inovacije na področju umetne inteligence in navidezne resničnosti ponujajo pomembne priložnosti za ustvarjanje raznovrstnih vsebin, ki vplivajo na trge (Van Laer idr., 2019) in izboljšujejo kampanje trženja destinacij (Yousaf, 2022), vendar tudi te še vedno potrebujejo zasnovno zgodbo z močnimi narativnimi elementi, vključno z liki in zapletom. V digitalne zgodbe se vlagajo milijarde evrov, funtov in dolarjev, zaradi česar se je razvil obsežen in pomemben sektor vsebinskega marketinga (Van Laer idr., 2019).

Uporaba družbenih omrežij ustvarja številne priložnosti in omogoča takojšnje širjenje vtisov, kar dodatno spodbuja nove aktivnosti in priložnosti. Potencial mobilnih aplikacij, spletnih družbenih platform, blogov ter spletnih avdio- in video tokov so prepoznale relevantne poslovne, upravne in izobraževalne institucije. Novi mediji se učinkovito uporabljajo pri promociji, trženju, oglaševanju in znamčenju, prav zaradi družbenih omrežij pa so potrošniki prevzeli dvojno vlogo tako uporabnikov kot producentov informacij (Dettori idr., 2016). Z uporabo naprednih tehnologij ustnega izročila, WOM in eWOM, se lahko sporočila prenašajo kjer koli in kadar koli (Blače idr., 2015, 113). Ker so potrošniki postali vplivneži, je percepcija

kraja ali destinacije ključna. Družbena omrežja so bistvena za omogočanje deljenja izkušenj (Xiang in Gretzel, 2010). Vsi mediji, zlasti digitalni, imajo svoje občinstvo, prek katerega vplivajo na vrednotenje medijskih vsebin. Pozitivno ustno izročilo ustvarja ugodno podobo, negativno pa lahko negativno vpliva na podobo, zaznavanje in namere potencialnih obiskovalcev glede obiska znamenitosti ali destinacije (Zhang, Zhang in Law, 2014). Uporabniško ustvarjene vsebine v popotniški industriji so pomembne, saj popotniki zelo pogosto izbirajo storitve, destinacije in nastanitve na podlagi izkušenj, ki jih delijo uporabniki družbenih omrežij.

Zaradi pospešenega tempa sodobnega življenja se zahteva vse hitrejša izmenjava informacij, zato se mobilne aplikacije in družbena omrežja nenehno posodabljaajo, obstoječi uporabniki pa kupujejo novejšje modele naprav. Z varnejšo in zmogljivejšjo mobilno tehnologijo v telefonih in tablicah se vse več turistov odloča za nastanitev šele ob prihodu na destinacijo ter pri tem uporablja mobilne aplikacije za sprotno rezervacijo (Potočnik Topler, Zekanović-Korona, 2018). Raziskave kažejo, da digitalne vsebine pozitivno vplivajo na turizem in da so na nekaterih destinacijah, kjer so bile izvedene raziskave, te vsebine privedle do znatnega povečanja števila obiskov in nastanitvenih zmogljivosti. Eden od primerov je hrvaški Zadar, ki je bil leta 2016 razglašen za najboljšo evropsko destinacijo (Potočnik Topler, Zekanović-Korona, 2018). Na tej podlagi lahko sklenemo, da morajo biti destinacije, znamenitosti in turistične storitve na digitalnih in družbenih medijih predstavljene skrbno, da obiskovalci ne bi bili zavedeni z oglaševalskimi trditvami, ki niso ustrezno raziskane. Digitalne medijske kampanje so sicer temeljnega pomena, vendar zahtevajo znatna finančna vlaganja za doseganje donosnosti. Poleg tega lahko tržniki spremljajo poročila uporabnikov na družbenih omrežjih, da prepoznajo področja za izboljšave turistične ponudbe in dosežejo večje zadovoljstvo turistov. Podjetja in DMO-ji, ki vlagajo v tovrstne opazovalne prakse, ustvarjajo pogoje za pametno specializacijo destinacij in nadgradnjo trajnostnih praks v svojih urbanih prostorih.

## Okoljska etika in posthumanizem

Lokalne skupnosti in manjše vasi zunaj živahnih mestnih središč ali obalnih turističnih območij so izjemno pomembne za razvoj manjših znamenitosti in dogodkov, čeprav so jih turistični upravljavci v preteklosti pogosto spregledali (Koščak & O'Rourke, 2019). Vključevanje lokalnega prebivalstva v razvoj destinacije je bistvenega pomena. Če lokalni prebivalci in strokovnjaki niso aktivno vključeni v

okoljsko ozaveščeno strateško načrtovanje, se lahko pojavijo številni negativni učinki – od preobrazbe dediščinskih območij v tematske parke, preobremenjene s turisti (Koščak & O'Rourke, 2019), do razvrednotenja dediščine in izgube avtentičnosti. Razpravljanje o razvoju turizma z lokalnim prebivalstvom in skupno načrtovanje sta zahtevna procesa, vendar je vključevanje šol, lokalnih podjetnikov, kmetov, društev, predstavnikov krajevnih skupnosti ter oblikovalcev politik nujen pogoj za uspešen in občutljiv razvoj. Stalna komunikacija z vsemi lokalnimi deležniki, usmerjena predvsem v interese lokalnega prebivalstva, tako v fazi priprave razvojne strategije destinacije kot tudi pozneje pri njenem uresničevanju, predstavlja temelj za razvoj uspešnih in trajnostnih destinacij z nevtralnimi oziroma nizkim ogljičnim odtisom. Spretnosti pisanja o prostoru in kraju, kot so bile predstavljene v prejšnjih poglavjih, so v tem komunikacijskem procesu ključne. Učenje pisanja o urbanem in turističnem prostoru omogoča jasnejšo in učinkovitejšo komunikacijo v tovrstnih projektih. Pomembno je poudariti, da sta načrtovanje in oblikovanje trajnostnega turizma procesa, ki se nikoli ne zaključita, in ta monografija je pokazala, kako je mogoče tudi nove pisne projekte zasnovati kot proces, ki spremlja ta razvoj. Razprave o pozitivnih in negativnih učinkih turizma, vprašanjih trajnosti, odgovornem razvoju in aktivnem sodelovanju lokalnega prebivalstva s ciljem doseganja soglasja o razvoju turizma, so bistveno lažje uresničljive s procesnim pristopom. Izziv številnih destinacij ostaja, kako ustvariti privlačne in zanimive znamenitosti, ki so dostopne in razpršene po manj razvitih območjih, da bi se izognili preobremenjenosti nekaterih delov ter hkrati spodbudili gospodarsko vzdržnost drugih. Eden od možnih načinov za privabljanje obiskovalcev in turistov je potopisno pripovedništvo, ki ga je mogoče ponuditi kot obliko vključevanja turistov, bodisi z literarnimi besedili, v katerih so kraji prepoznavni in jih je možno raziskati, bodisi z vključevanjem pisnih dejavnosti kot dela prostočasne izkušnje obiskovalcev. Ti kraji so lahko jezera, reke, drevesa, rastline, muzeji, kipi ali pomembna grajena dediščina. Premišljeno izbrane zgodbe in njihovo pripovedovanje obiskovalce nagovarjajo skozi narativno spoznavanje prostora, ne zgolj s posredovanjem informacij.

Potopisne ture so eden izmed najbolj priljubljenih načinov povezovanja literature, arhitekture in kulture. Za njihovo uspešnost so ključni izobraževanje in opolnomočenje strokovnjakov na destinacijah ter njihovo sodelovanje. To je mogoče doseči z izobraževanjem, delavnicami in projektnimi aktivnostmi v lokalnih skupnostih. Pri snovanju novih trajnostnih turističnih produktov, kot so potopisni ogledi, je nujno sodelovanje strokovnjakov z različnih področij skupaj z lokalnim prebivalstvom, ki ga je mogoče spodbuditi k vključevanju v vseživljenjsko učenje.

Takšne dejavnosti prispevajo k večjemu zadovoljstvu z življenjem, dobremu počutju in življenju z nizkim ogljičnim odtisom.

Tudi v tej monografiji je potopisno pripovedništvo razumljeno kot orodje za doseganje različnih ciljev. Poglobljena besedila ponujajo več perspektiv, spodbujajo ustvarjalnost, krepijo podobo blagovnih znamk in destinacij ter prispevajo k osveščanju o pomembnih družbenih in okoljskih temah, vključno z ekologijo, podnebnimi spremembami, migracijami in vprašanji identitete.

### **Prihodnost visokošolskega izobraževanja piscev**

Graham (2019, 288) poudarja, da »učinkovito poučevanje pisanja vključuje (a) pogosto pisanje za resnične in raznolike namene; (b) podporo študentom med samim procesom pisanja; (c) poučevanje potrebnih pisnih spretnosti, znanja in procesov; (d) ustvarjanje spodbudnega in motivirajočega učnega okolja; ter (e) povezovanje pisanja, branja in učenja«. Sistematično ustvarjanje osebnega potopisnega pripovedništva se kaže kot pedagoško utemeljena učna metoda in kot učinkovito orodje za razvoj komunikacijskih spretnosti s poudarkom na pisanju ter občutljivosti za jezik in prostor. Poleg prispevka k nadaljnjemu razvoju pisnih veščin potopisno pripovedništvo spodbuja tudi nesedeč življenjski slog, saj procesna metoda, opisana v tej knjigi, vključuje terensko delo. Zlasti na dodiplomskih in podiplomskih programih s področja poslovanja in turizma je potopisno pripovedništvo lahko dragocena dopolnitev kompetenc diplomantov. Zaradi popotniške komponente je takšno delo za študente in doktorske raziskovalce praviloma zelo privlačno, izkušnje z Univerze v Mariboru pa kažejo, da so projekti potopisnega pripovedništva med najbolj priljubljenimi študijskimi nalogami. V procesu raziskovanja in učenja pri pouku angleščine, zlasti v skupinah angleščine za turizem na ravneh od B1 do C1, se je pokazalo, da potopisno pripovedništvo ni zgolj orodje za znamčenje krajev, znamenitosti, produktov in destinacij, temveč tudi pomembno sredstvo za samoraziskovanje in razvoj identitete. Seveda ima poučevanje angleščine za turizem svoje posebnosti, tako kot poučevanje angleščine za druge specifične namene.

Ključno je, da se potopisno pripovedništvo študentom predstavi z dobro načrtovanim teoretičnim uvodom, ki ga spremljajo diskurzivne teorije in pripovedne prakse, saj to omogoča boljše razumevanje procesa in študente opremi s potrebnim znanjem ter teoretično globino. Posledično pridobijo samozavest za ustvarjanje

lastnih potopisnih besedil, saj vedo, da imajo trdno metodološko osnovo, na podlagi katere lahko svoje delo preverjajo glede na raziskovalne cilje in ga postopno izboljšujejo. Čeprav ima ustvarjalnost v potopisnih zgodbah pomembno vlogo, je po drugi strani zelo pomembno, da potopisno besedilo ohranja verodostojnost z upoštevanjem določenih zahtev, kot so pridobivanje zanesljivih informacij, navajanje dokazov za trditve v besedilu ter vključevanje izjav relevantnih oseb, torej intervjujev z domačini in deležniki. Ena temeljnih zahtev pri pripravi na terensko delo v okviru procesne prakse potopisnega pripovedništva, kot je opisana v tej knjigi, je temeljita raziskava. Pri tem ne gre zgolj za arhivsko in knjižnično raziskovanje, temveč tudi za preučevanje zemljevidov, pogovore s strokovnjaki, branje literarnih besedil in kritik ter spremljanje urbanih sprememb v dialogu z mestnimi upravami.

Razvoj modulov s področja potopisnega pripovedništva je inovativen, saj prinaša nove pristope in metode poučevanja ter učenja pisanja in drugih komunikacijskih spretnosti v visokošolskih ustanovah. Pomemben vidik vključevanja potopisnega pripovedništva v univerzitetno izobraževanje je tudi njegova izrazita interdisciplinarnost, saj povezuje številna znanstvena področja, od geografije, kmetijstva, etnografije, upravljanja destinacij in informatike do jezikov in književnosti. Poleg tega potopisno pripovedništvo omogoča raziskovalno svobodo ter spodbuja aktivno življenje in ustvarjalnost, kar posledično vodi k osebostnemu razvoju. Potopisno pripovedništvo kot metoda poučevanja in učenja se zato lahko umešča v številne module, od jezikoslovnih študij do razvoja destinacij in vsebinskega marketinga.

### **Gradnja platform za upravljanje znanja z namenom sodelovanja med javnostjo, lokalnimi prebivalci, deležniki in regionalnimi oblastmi**

Z oblikovanjem platform, ki se pogosto uporabljajo kot orodja za spodbujanje trajnostnih turističnih praks, si upravljavci destinacij, muzeji in druge kulturne ustanove prizadevajo najti načine, kako predstaviti destinacije in produkte, razkriti nesnovno kulturno dediščino lokalnih prebivalcev ter jo deliti, še preden se izgubi. Platforme Splet 2.0 so zelo praktične ne le za deljenje specifičnega znanja, temveč tudi za načrtovanje sodelovanja in projektov turističnega razvoja, saj veliko uporabnikov že ima digitalne veščine, potrebne za sodelovanje. Na teh platformah se objavljajo zgodbe, izkušnje, potopisi in ocene, ki so dostopni bralcem po vsem svetu. Vendar platforme niso le orodje za objavljanje in branje, temveč tudi prostor za interakcijo in mobilnost, torej okolje, v katerem se lahko povežejo različni



deležniki, od lokalnih prebivalcev in snovalcev turističnih produktov do obiskovalcev, ki sodelujejo pri sooblikovanju kraja.

Ena od možnosti za ustvarjanje vsebin platforme je sodelovalno raziskovanje v literarnem potopisnem pripovedništvu. Takšna vsebina omogoča udeležencem, da vidijo celotno gradivo in njegovo genealogijo, torej kako so se ideje, zapisi, citati, terenski zaznamki in dialogi razvijali skozi čas. Ustanove in upravljavci destinacij lahko platforme strateško uporabljajo za privabljanje obiskovalcev, hkrati pa z njimi pomagajo lokalnim prebivalcem pri vključevanju v ustvarjanje avtentične kulturne dediščine.

Pomemben naslednji korak pri razvoju in vrednotenju novih regij in mest bi bila organizacija tečajev literarnega potopisnega pripovedništva in soustvarjanja kraja, s katerimi bi lokalne turistične strokovnjake opremili z etnografskimi in specialističnimi pisnimi veščinami. Prek platform Splet 2.0 bi ti strokovnjaki lahko spodbujali in pridobivali tiho znanje kolegov iz dediščinskega sektorja ter lokalnih interesnih skupin, tako da bi se razvila sodelovalna pisna praksa v obliki, kakršno dokumentira ta monografija. Pri tem se znova pojavijo posthumanistični pristopi, zlasti v pisnih praksah. Posthumanistično pisanje se kaže v iskanju etičnih načinov, kako omogočiti glas tudi nečloveškim akterjem, na primer živalim in rastlinam, v ustvarjenem besedilu.

Nadaljnje vprašanje je tudi nastanek novega tipa besedila, z novim slogom ali retoriko, ki ne poskuša racionalno fiksirati znanja, temveč želi v bralcu ustvariti afekt in s tem vplivati na širšo javno sfero:

»Če se pisna formacija ali niz besed zdi nejasen ali nesmiseln, lahko namerno krši naše predstave o jasnosti in smiselnosti v prizadevanju, da bi zapisala novo. Z uporabo neznanih oblik pisanja posthumanistični slog usmerja pozornost na to, kako bi pisanje, besede, tvorbe besed, slovnične strukture in podobno lahko bile drugačne. To je posebna in subtilna točka. V horizontu posthumanističnega sloga je pomembno, da so pisne formacije lahko drugačne in da se lahko ponavljajo« (Rice 2015, 221).

Anarhiviranje v posthumanističnem pisanju pomeni način nenehnega odpiranja prihodnjim možnostim, ki jih lahko sproži zbirka dnevniških zapisov in dialogov med akterji v skupnem delovnem okolju. Preostale opombe pod črto lahko sčasoma izgubijo neposreden pomen, vendar Derridajev pojem osti, kot ga povzema Rice (2015, 223), opozarja, da morajo bralci vedno upoštevati možnost, da bodo nekateri

fragmenti besedila ostali brez razlage. S tem se del besedila umakne iz hermenevtičnega polja: bralec je razbremenjen nuje, da mora vse interpretirati racionalno, saj so nekateri odseki lahko namenjeni predvsem ustvarjanju afekta. Platforma Splet 2.0 v tem smislu deluje kot operativno središče, kjer lahko regionalni turistični grozdi delujejo kot mreža akterjev (Sair & Slilem 2022) ter si postavijo skupne cilje za vstopanje v dialog in deljenje nesnovnih kulturnih virov. Literarna besedila že dolgo tvorijo skupno dediščino, okoli katere se razvijata razprava in povezanost v skupini, ki deli isto dediščino. Skupna platforma lahko to povezanost razširi na novo dediščino, ki se poraja kot del nastajajoče kulture v regiji. To ima močan učinek na oblikovanju znamke kraja, ki vsebuje sodobne elemente destinacije, tako kot jo v resnici doživljajo lokalni akterji.

Fragmenti za odpiranje anarhiva se lahko zbirajo iz raziskovalnih nalog, nakupovalnih seznamov, e-pošte, ocen krajev in namernega dnevnishkega zapisovanja. Na primer, v strokovnem članku o Deleuzu in pisanju kot obliki raziskovalne prakse se pojavi fragment potopisa, ki opisuje urbano okolje Hanoja:

»Ko se peljem proti središču mesta, grem mimo izbruha mega nepremičninskih projektov, ki se pojavljajo okoli Hanoja: Royal City in Vincom Mega Mall na Nguyễn Trãi, Mandarin Garden na Hoàng Minh Giám, The Manor in The Garden na Mỹ Trì. Nobeden, vsaj tako se zdi, nima vietnamskega imena. Royal City in prilepljeni Vincom Mega Mall stojita kot spomenik pretiranemu bogastvu prvega in edinega pravega vietnamskega milijarderja Phạm Nhật Vượng, ki je svoje bogastvo ustvaril s proizvodnjo instant rezancev v Ukrajini« (Bright 2018).

Ko se vsak tak nov fragment kopiči v sistemu znanja Splet 2.0, povzroča difrakcije, ki prekinjajo in preoblikujejo že zbrane fragmente. Pisec, ki se vrača k sintetiziranju po vsaki novi dopolnitvi, bo sprejemal drugačne presoje in odločitve, saj se iz korpusa postopoma izriše drugačna podoba prostora.



## Literatura

- Agarwal, S. & Shaw, G. (2018). *Heritage, Screen and Literary Tourism*. Bristol: CVP.
- Agueda, B. (2014). 'Urban restructuring in former industrial cities: urban planning strategies', *Territoire en mouvement : Revue de géographie et aménagement*
- Alegre, J., Garau, J. (2010). 'Tourism satisfaction and dissatisfaction'. *Annals of Tourism Research*, 37 (1), 52–73.
- Althusser, L. (1971). 'Ideology and Ideological State Apparatuses' in *Lenin and Philosophy, and Other Essays*. Trans. Ben Brewster. London: New Left Books, pp. 121–173.
- Alu, Giorgia & Hill, Sarah Patricia (2018). The travelling eye: reading the visual in travel narratives, *Studies in Travel Writing*, 22 (1), 1–15, DOI: 10.1080/13645145.2018.1470073
- Anderson, L. (2006). Analytic autoethnography. *Journal of Contemporary Ethnography*, 35, 4, 373–395.
- Andrades, L., & Dimanche, F. (2014). Co-creation of experience value: A tourist behaviour approach. In M. Chen & J. Uysal (Eds.), *Creating experience value in tourism* (pp. 95–112). London: CABI.  
doi:10.1079/9781780643489.0095
- Ansell-Pearson, K. (2010). Deleuze and the Overcoming of Memory. In S. RADSTONE & B. SCHWARZ (Eds.), *Memory: Histories, Theories, Debates* (pp. 161–174). New York: Fordham University Press.
- Antosa, S. (2008). Formal and Thematic Influence of Travel Writing on the Novel: From the Pilgrims' Accounts to Gothic Fiction. *Fogli di anglistica*, 2 (3–4), 55–66.
- Aristotle (trans. Butcher, S. H.). (2008). *The Poetics of Aristotle*.
- Assaker, G. (2020). Age and gender differences in online travel reviews and user-generated-content (UGC) adoption: extending the technology acceptance model (TAM) with credibility theory. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(4), 428–449.  
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19368623.2019.1653807>, 13. 6. 2022.
- Austin, L. (2007). 'Aesthetic embarrassment: The reversion to the picturesque in nineteenth-century English tourism'. *ELH*, 74(3), 629–653.
- Aydin, G. (2020). Social media engagement and organic post effectiveness: A roadmap for increasing the effectiveness of social media use in hospitality industry. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(1), 1–21.
- Azevedo, A. (2009). 'Are you proud to live here? A residents oriented place marketing audit (attachment, self-esteem and identity)' Minho University, Braga, Portugal.
- Barthes, R. (1983). *Empire of Signs*. New York: Hill & Wang.
- Barthes, R. (1988). *Roland Barthes by Roland Barthes*. London: Macmillan.
- Bassano, C., Barile, S., Piciocchi, P., Spohrer, J. C., Iandolo, F., Fisk, R. (2019). Storytelling about places: Tourism marketing in the digital age. *Cities*, 87, 10–20.
- Beaufort, A. (2004). 'Developmental Gains of a History Major: A Case for Building a Theory of Disciplinary Writing Expertise'. *Research in the Teaching of English*, 39(2), 136–185.
- Bechmann Petersen, A. (2006). Internet and cross media productions: Case studies in two major Danish media organizations. *Australian Journal of Emerging Technologies and Society*, 4(2), 94–107.
- Belsey, C. (1980) *Critical Practice*, London: Routledge.
- Benjamin, W. (2019). *The Storyteller Essays*. New York: New York Review Books.
- Bernstein, J. (1995). *Recovering Ethical Life*. London, Routledge

- Bertella, G. (2014). The co-creation of animal-based tourism experience. *Tourism Recreation Research*, 39(1), 115–125.
- Bilynets, I., Knežević Cvelbar, L., Dolnicar, S. (2021). 'Can publicly visible pro-environmental initiatives improve the organic environmental image of destinations?' *Journal of sustainable tourism*.
- Bitchener, J., Basturkmen, H., & East, M. (2010). 'The focus of supervisor written feedback to thesis dissertation students'. *International Journal of English Studies*, 10(2), 79–97.  
<https://doi.org/10.6018/ijes/2010/2/119201>
- Blanchot, M. (1998) 'The Sirens' Song' Trans. Lydia Davis. *The Station Hill Blanchot Reader*. New York, Station Hill, pp. 443–450.
- Blaće, D., Čorić, G. & Jurić, B. (2015). 'Branding the city of Šibenik as a sustainable tourist destination using social networks'. *Ekonomski vijesnik*, 28, Special Issue, 109–125.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. & Passeron, J. (1990). *Reproduction in education, society and culture* (Theory, culture and society series). London: Sage
- Buonincontri, P., Micera, R. (2016). The experience co-creation in smart tourism destinations: a multiple case analysis of European destinations. *Inf Technol Tourism* 16, 285–315.  
<https://doi.org/10.1007/s40558-016-0060-5>, 15. 6. 2022.
- Buonincontri, P., Morillo, A., Okumus, F., van Niekerk, M. (2017). Managing the experience co-creation process in tourism destinations: Empirical findings from Naples. *Tourism Mangement*, Vol. 62, 264–277.
- Braidotti, R. (2019). *Posthuman Knowledge*, Cambridge: Polity.
- Brewer, W.F. and E.H. Lichtenstein, 1982. Stories are to entertain: A structural–affect theory of stories. *Journal of Pragmatics* 6, 473–486.
- Bright, D. (2018). 'Writing Posthumanist Subjects', *Qualitative Inquiry*, 24(10), 751–758.
- Brown, G. (2005). Mapping Spatial Attributes in Survey Research for Natural Resource Management: Methods and Applications. *Society and Natural Resources*, 18, 1, 17–39.
- Bruhn, M., Schoenmueller, V., Schäfer, B. Daniela. (2012). Are social media replacing traditional media in terms of brand equity creation? *Management Research Review*, 35 (9), 770–790.
- Brunt, P. (1997). *Market Research in Travel and Tourism*, Oxford, Butterworth Heinemann.
- Burbules, N. (1993). *Dialogue in Teaching: Theory and Practice*. New York: Teachers College Press.
- Busby, G., Klug, J. (2001). Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues. *Journal of Vacation Marketing*, 7, 4, 316 – 332.
- Campos, A. C., Mendes, J., Oom do Valle, P. & Noel Scott (2018). Co-creation of tourist experiences: a literature review, *Current Issues in Tourism*, 21:4, 369–400, DOI: 10.1080/13683500.2015.1081158
- Carla (2015) Goodreads Book Reviews [Online} Accessed 23/04/2022 Available at <  
[https://www.goodreads.com/review/show/1252948719?book\\_show\\_action=true&from\\_review\\_page=1](https://www.goodreads.com/review/show/1252948719?book_show_action=true&from_review_page=1)>
- Carlson, A. (2002). Environmental aesthetics. In Gaut, B., Lopes McIver D. (Ed.). 2002. *The Routledge Companion to Aesthetics*, 2nd Edition.. London and New York: Routledge, pp. 541–555.
- Carter, S., Kumar, V. (2017). 'Ignoring me is part of learning': Supervisory feedback on doctoral writing. *Innovations in Education & Teaching International*, 54(1), 68–75.  
<https://doi.org/10.1080/14703297.2015.1123104>
- Certeau, M. (1984). *The practices of everyday life* (S. F. Rendall, trans.). Berkeley: University of California Press.
- Chang, T. C. (1997). From “instant Asia” to “multi-faceted jewel”: Urban imaging strategies and tourism development in Singapore. *Urban Geography*, 18(6) 542–562.
- Chaxel, S., Fiorelli C., Moity-Maïzi, P. (2014). 'Les récits de vie : outils pour la compréhension et catalyseurs pour l'action' *Interrogations*, 17. L'approche biographique.
- Cheng, Y., Wei, W., & Zhang, L. (2020). Seeing destinations through vlogs: implications for leveraging customer engagement behavior to increase travel intention. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.

- <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-04-2020-0319/full/html>, 13. 6. 2022.
- Charmaz, K. (2014). *Constructing Grounded Theory*, Thousands Oaks: Sage.
- Coates, C. (2014). 'All alive on the Loire: Art, architecture and elephants in Nantes' in Mail Online – Travel Mail, London, DMG Media Ltd, Accessed 25.6.2022 Available at <http://www.dailymail.co.uk/travel/article-2539767/Francecity-breaks-Nantes-French-fantasy.html>
- Coghlan, A. & Filo, K. (2013). 'Using constant comparison method and qualitative data to understand participants' experiences at the nexus of tourism, sport and charity events' *Tourism Management* 35: 122–131.
- Culbert, J. (2018). Theory and the limits of travel, *Studies in Travel Writing*, 22 (4), 343–352.
- Dann, G. (1996). *The language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective*. Wallingford: CAB International.
- Darling-Hammond, L., Flook, L., Cook-Harvey, C., Barron, B. & Osher, D. (2020). Implications for educational practice of the science of learning and development, *Applied Developmental Science*, 24:2, 97–140, DOI: 10.1080/10888691.2018.1537791
- Delcroix, C. & Inowlocki, L. (2008). 'Biographical Research as a Cognitive and Practical Approach for Social Workers: An Interview with Catherine Delcroix.' *Forum: Qualitative Social Research*, 9(1), Art. 60.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1987). *A Thousand Plateaus*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Dettori, A., Giudici, E. & Aleda, L. (2016): Sharing experiences in tourism: what role can social media play? XXVIII Sinergie Annual Conference Referred Electronic Conference Proceeding Management in a Digital World. Decisions, Production, Communication ISBN 97888907394-6-0, 9-10 June 2016, University of Udine (Italy), DOI 10.7433/SRECP.FP.2016.04
- Di, F., Yang, Z., Liu, X. et al. *Chin. Geogr. Sci.* (2010). 20: 59. doi:10.1007/s11769-010-0059-3
- Dijkstra, K., Zwaan, R. A., Graesser A. C., Magliano, J. P. (1995). Character and reader emotions in literary texts, *Poetics*, Volume 23, Issues 1–2, 139–157, [https://doi.org/10.1016/0304-422X\(94\)00009-U](https://doi.org/10.1016/0304-422X(94)00009-U)
- Dixon, P., Bortolussi, M., Twilley, L., & Leung, A. (1993). Literary processing and interpretation: Toward empirical foundations. *Poetics*, 22, 5–33. doi:10.1016/0304-422X(93)90018.
- Dolnicar, S. (2020). 'Designing for more environmentally friendly tourism'. *Annals of Tourism Research*, 84, art. 102933, 1–10, doi: 10.1016/j.annals.2020.102933.
- D'Orey, F., Cardoso, A., Abreu, R. (2019). "Tourist' Sense of Place", an Assessment of the Sense of Place in Tourism Studies: The Case of Portugal. *Academy of Strategic Management Journal*, 18, 1.
- Dowling, W. (2011). *Ricœur on Time and Narrative – An Introduction to Temps et récit*, Notre Dame Indiana: University of Notre Dame.
- Duffy, E. B., Poell, T., Nieborg, D. B. (2019). Platform Practices in the Cultural Industries: Creativity, Labor, and Citizenship. *Social Media + Society*, 5, 4, 1–8. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305119879672>, 26. 5. 2022.
- Dunford, M. (2013). *Friuli-Venezia Giulia Rough Guides Snapshot Italy* (includes Trieste, Aquileia, Grado, Gorizia, Udine and Cividale del Friuli), London: Rough Guides APA Ltd.
- Dwyer, L., Chen, N., Lee, J. (2019). The role of place attachment in tourism research, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36:5, 645–652.
- Ekblaw, E. (1937). 'The Attributes of Place'. *Journal of Geography*, 36, 6, 213–220.
- Eshuis, J., Klijn, E. & Braun, E. (2014). 'Place marketing and citizen participation: branding as strategy to address the emotional dimension of policy making' *International Review of Administrative Sciences* 80(1), 151–171.
- Evans, C. (2013). Making sense of assessment feedback in higher education. *Review of Educational Research*, 83(1), 70–120.
- Ferguson, S. (2018). *Diaries Real and Fictional in Twentieth-Century French Writing*. Oxford: OUP.
- FERRER-ROCA, N., WESTON, R., GUIA, J., MIHALIĆ, T., BLASCO, D., PRATS, L., LAWLER, M., JARRATT, D. (2021). 'Back to the future : challenges of European tourism of tomorrow'. *Journal of tourism futures*, 7(2) 184–191, doi: 10.1108/JTF-10-2019-0114.

- Fialho, O. & Kuzmicova, A. (Reviewing editor). (2019). What is literature for? The role of transformative reading, *Cogent Arts & Humanities*, 6:1, DOI: 10.1080/23311983.2019.1692532, 13. 1. 2021.
- Figurski, T.J., 1987. Self-awareness and other-awareness: The use of perspective in everyday life. In: K. Yardley and T. Honess (eds.), *Self and identity: Psychosocial perspectives*. Chichester: Wiley.
- Forgas, J.P., 1981. Affective and emotional influences on episode representation. In: J.P. Forgas (ed.), *Social cognition: Perspectives on everyday understanding*, 165–180. London: Academic Press.
- Forsdick, C. (2009). Introduction: contemporary travel writing in French: tradition, innovation, boundaries, *Studies in Travel Writing*, 13 (4), 287–291.
- Foucault, M. (1983). 'Self Writing' *Dits et écrits*, Vol 4, pp. 415–430.
- Foucault, M. (1970). *The Order of Things: An archaeology of the human sciences* London: Routledge.
- Foucault, M. (1966). *Les mots et les choses* Paris: Gallimard.
- Friedland, R., Boden, D. (1994). *NowHere: Space, Time and Modernity*. Berkley: University California Press.
- Gale, K. (2018). *Madness as Methodology*, Abingdon: Routledge.
- Gale, N., Heath, G., Cameron, E., Rashid, S. & Redwood, S. (2013). 'Using the framework method for the analysis of qualitative data in multi-disciplinary health research.' *BMC Medical Research Methodologies* 13(117).
- Gentile, R., Brown, L. (2015). A Life as a Work of Art: Literary Tourists' Motivations and Experiences at Il Vittoriale degli Italiani, 6, 2, 25 – 47.
- George, B. (2012). Past visits and the intention to revisit a destination: Place attachment as the mediator and novelty seeking as the moderator.
- Gide, A. (1925) *Les Faux-Monnayeurs*, Paris: Gallimard.
- Gide, A. (1895) *Paludes*, Paris: Librairie de l'art.
- Gieryn, T. (2000). A Space for Space in Sociology. *Annual Review of Sociology*, 26, 463–496.
- Gillan, A. (2021). 'Eat Nantes' in *National Geographic Traveller*, London, APL Media. Online, Accessed 25.6.2022 Available at <http://www.natgeotraveller.co.uk/destinations/europe/france/eat-nantes/>
- Gillespie, T. (2010). The politics of “platforms.” *New Media & Society*, 12, 347–364. doi:10.1177/1461444809342738
- Godsil, R. & B. Goodale. (2013). *Telling Our Own Story: The Role of Narrative in Racial Healing*. W. K. Kellogg Foundation.
- Graham S. (2019). Changing How Writing Is Taught. *Review of Research in Education*, 43, 1, 277–303. doi:10.3102/0091732X18821125
- Greco, F. (2018). The Rule of Persuasion in the Marketing Process. *Psychology and Behavioral Science International Journal*. Vol. 9., No. 5, DOI: 10.19080/PBSIJ.2018.09.555775, <https://juniperpublishers.com/pbsij/pdf/PBSIJ.MS.ID.555775.pdf>, 13. 6. 2022.
- Grenni, S., Horlings, L., & Soini, K. (2020). Linking spatial planning and place branding strategies through cultural narratives in places, *European Planning Studies*, 28, 7, 1355–1374.
- Gretzel, U., Fesenmaier, D. R., & O'Leary, J. T. (2006). The transformation of consumer behaviour. In D. Buhalis & C. Costa (Eds.), *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry* (pp. 9–18). Oxford: Butterworth-Heinemann
- Gustafson, P. (2001). Meanings of place: Everyday experience and theoretical conceptualizations, 21, 1, 5–16.
- Haskoning D. (2020). Update on the Current state of Knowledge on the Environmental Impacts of Offshore Wind Farms, Exeter: Haskoning DHV.
- Haughney, K., Wakeman, S., Hart, L. (2020). Quality of Feedback in Higher Education: A Review of Literature. *Education Sciences* 10, no. 3: 60. <https://doi.org/10.3390/educsci10030060>
- Heller, M., Jaworski, A., Thurlo, C. (2014). Introduction: Sociolinguistics and tourism – mobilities, markets, multilingualism. *Journal of Sociolinguistics*, 18 (4), 425–458.



- Henderson, M., Phillips, M., Ryan, T., Boud, D., Dawson, P., Molloy, E. & Mahoney, P. (2019). Conditions that enable effective feedback, *Higher Education Research & Development*, 38:7, 1401–1416, DOI: 10.1080/07294360.2019.1657807
- Herbert, D. (1995). *Heritage, Tourism and Society*. London: Pinter.
- Hidalgo, M., Hernandez, B. (2001). Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21, 273–281.
- Holland, P., Huggan, G. (2000). *Tourists with Typewriters: Critical Reflections on Contemporary Travel Writing*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Hopfenbeck, T. N. (2020) Making feedback effective?, *Assessment in Education: Principles, Policy & Practice*, 27:1, 1–5, DOI: 10.1080/0969594X.2020.1728908
- Hoskins W. (2003) *Devon*. Chichester: Phillimore.
- Hsu, J. (2008). The Secrets of Storytelling: Why We Love a Good Yarn. *Scientific American Mind*, 18 September, 2008. <https://leyendomucho.blogspot.com/2008/09/secrets-of-storytelling.html>, 20. 5. 2020.
- Hudson, S., Thal, K. (2013). The impact of social media on the consumer decision process: Implications for tourism marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30 (1/2), 156–160.
- Huta, V., Waterman, A. S. (2014). Eudaimonia and its distinction from hedonia: Developing a classification and terminology for understanding conceptual and operational definitions. *Journal of Happiness Studies*, 15, 1425 – 1456.
- Hutchins, Z. (2013). Travel writing, travel reading and the boundries of genre: embracing the banal in Franklin's 1747 Pennsylvania Gazette. *Studies in Travel Writing*, 17 (3), 300–319.
- Ilić, J., Lukić, T., Besermenji, S., Blešić, I. (2021). Creating a Literary Route through the City Core: Tourism Product Testing. *J. Geogr. Inst. Cvijić*, 71(1), 91–105.
- INSEE (2016). INSEE's Pack Hôtels Product, Paris: INSEE.
- Ittelson, W. (1978). 'Environmental perception and urban experience'. *Environment and Behavior*, 10 (2), 193–213.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide* New York, London: New York University Press.
- Jeremiah, M. (2000). 'The Use of Place in Writing and Literature'. *Language Arts Journal of Michigan*, 16, 2, 23–27.
- Johnson, D. R. (2013). Transportation into literary fiction reduces prejudice against and increases empathy for Arab-Muslims. *JJOL*, 3(1), 77–92. doi: 10.1075/ssol.3.1.08joh.
- Johnson, D. R. (2012). Transportation into a story increases empathy, prosocial behavior, and perceptual bias toward fearful expressions. *Personality and Individual Differences*, 52(2), 150–155.
- Kafka, F. (1988). *The Diaries of Franz Kafka*. New York: Schocken Books.
- Kaltenborn, B. (1998). Effects of sense of place on responses to environmental impacts: A study among residents in Svalbard in the Norwegian high Arctic, *Applied Geography*, 18, 2, 169 – 189.
- Kar, A. K., Kumar, S., & Ilavarasan, P. V. (2021). Modelling the Service Experience Encounters Using User-Generated Content: A Text Mining Approach. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 22(4), 267–288.
- Kara, H. (2004). How To Give Feedback On Academic Writing – Twelve TopTips. December 2004. <https://helenkara.com/2018/12/04/how-to-give-feedback-on-academic-writing-twelve-top-tips/>, 2. 9. 2021
- Keskin, H., Akgun, A. E., Zehir, C., Ayar, H. (2016). Tales of cities: City branding through storytelling. *Journal of Global Strategic Management*, 10, 1, 31–41.
- Kidd, D. C., & Castano, E. (2013). Reading literary fiction improves theory of mind. *Science*, 342, 377–380. doi: 10.1126/science.1239918.
- Kim, M., & Kim, J. (2020). The influence of authenticity of online reviews on trust formation among travelers. *Journal of Travel Research*, 59(5), 763–776. <https://doi.org/10.1177/0047287519868307>



- Kirillova, K., Fu X., Lehto X., L. Cai. (2014). 'What makes a destination beautiful? Dimensions of tourist aesthetic judgement'. *Tourism management*, (42), 282–293.
- Kitsios, F., & Kamariotou, M. (2019). Service innovation process digitization: Areas for exploitation and exploration. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*.  
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JHTT-02-2019-0041/full/html>, 13. 6. 2022.
- Kitsios, F., Kamariotou, M., Karanikolas, P., & Grigoroudis, E. (2021). Digital marketing platforms and customer satisfaction: Identifying eWOM using big data and text mining. *Applied Sciences*, 11(17), 8032. <https://www.mdpi.com/2076-3417/11/17/8032>, 13. 6. 2022.
- Kitsios, F., Mitsopoulou, E., Moustaka, E., Kamariotou, M. (2022). User-Generated Content Behavior and Digital Tourism Services: A SEM-neural network model for information trust in social networking sites. *International Journal of Information Management Data Insights*, Vol. 2, Issue 1, <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2021.100056>.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2667096821000495>, 13. 6. 2022.
- Kneepkens, E., Zwaan, R. (1994). Emotions and literary text comprehension. *Poetics*, 23, 125–138.
- Knoop, C., Wagner, V., Jacobsen, T., Menninghaus, W. (2016). Mapping the aesthetic space of literature “from below”. *Poetics*, 56, 35–49.
- Knudsen, D., Greer, C. (2011). 'Tourism and nostalgia for the pastoral on the island of Fyn, Denmark'. *Journal of Heritage Tourism*, 6(2), 87–98.
- Knudsen, D., Metro-Roland, M., Rickly, J. (2015). 'Tourism, aesthetics, and touristic judgment'. *Tourism Review International*, 19(4), 179–191.
- Koeck, R. & Warnaby, G. (2015). 'Digital Choreographies: conceptualising experiential representation and marketing of urban architectural geographies.' *Architectural Research Quarterly* 19(2), 183–192.
- Koopman, E. (2016). Effects of “Literariness” on Emotions and on Empathy and Reflection After Reading. *Psychology of Aesthetics Creativity and the Arts*, 10, 82–98.
- Koopman, E. (2015). Empathic reactions after reading: The role of genre, personal factors and affective responses, *Poetics*, Vol. 50, 62–79.
- Košćak, M., O'Rourke, T. (2022). *Ethical and Responsible Tourism* 2nd edition. Abingdon, New York: Routledge.
- Košćak, M., O'Rourke, T. (2021). *Post-pandemic sustainable tourism management: the new reality of managing ethical and responsible tourism*. Abingdon, New York: Routledge.
- Kreziak, D., & Frochot, I. (2011). Co-construction de l'expérience touristique: Les stratégies des touristes en stations de sport d'hiver [Co-construction of the tourism experience: Tourists strategies in ski resorts]. *Décisions Marketing*, 64, 23–33.
- Kristeva, J. (1980). *Desire in Language: a semiotic approaches to art and literature* New York: Columbia University Press.
- Kuijpers, M., Hakemulder, F. (2018). Understanding and Appreciating Literary Texts Through Rereading, *Discourse Processes*, 55:7, 619–641, DOI: 10.1080/0163853X.2017.1390352
- Kujanpää, M., Syrek, C., Lehr, D. et al. (2021). Need Satisfaction and Optimal Functioning at Leisure and Work: A Longitudinal Validation Study of the DRAMMA Model. *J Happiness Stud* 22, 681–707. <https://doi.org/10.1007/s10902-020-00247-3>, 15. 4. 2022
- Laing, H., Frost, W. (2017). Journeys of well-being: Women's travels narratives of transformation and self-discovery in Italy'. *Tourism Management*, 62, 110–119.
- Larsen, S. (2007). Aspects of a psychology of the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 7–18. doi:10.1080/15022250701226014
- Lee, K., Ruck, K. (2022). 'Barista Diary: An autoethnography studying the operational experience of third wave coffee shop baristas'. *International Journal of Hospitality Management*. 102, 103182
- Leung, X. Y. & Bai, B. (2013). How motivation, opportunity, and ability impact travelers' social media involvement and revisit intention. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30 (1/2), 58.
- Leung, D., Law, R., van Hoof, H., Buhalis, D. (2013). Social Media in Tourism and Hospitality: A Literature Review. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30 (1–2), 3–22.

- Lévinas, E. (1985) *Ethics and Infinity*. Pittsburgh: Duquesne University Press.
- Li, C., Guo, S., Wang, C., & Zhang, J. (2019). Veni, vidi, vici: The impact of social media on virtual acculturation in tourism context. *Technological Forecasting and Social Change*, 145, 513–522. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162517316104>, 13. 6. 2022.
- Lindqvist, S. (2018). *Exterminate all the Brutes*, London: Granta.
- Lucchesi, F. (1996). Geographic memories in travelogue literature: The Australian social landscape in the writings of Italian travelers. *GeoJournal*, Vol. 38, No. 1, Geography and Literature (January 1996), pp. 129–136 (8 pages), <https://www.jstor.org/stable/41146710>, 21. 1. 2021.
- Lugmayr, A., Sutinen, E., Suhonen, J. (2017). Serious storytelling – a first definition and review. *Multimed Tools Appl* 76, 15707–15733 (2017). <https://doi.org/10.1007/s11042-016-3865-5>, 20. 5. 2020.
- MacInnis, C., & Portelli, J. (2002). 'Dialogue as Research'. *Journal of Thought*, 37(2), 33–44.
- Mailer, N. (1968). *The Armies of the Night: History as a Novel, the Novel as History*. New York: The New American Library.
- Mailer, N. (1968). *Miami and the Siege of Chicago: An informal history of the American political conventions of 1968*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Maitland, R., Smith, A. (2009). Tourism and the aesthetics of the built environment. In J. Tribe (Ed.), *Philosophical issues in tourism*, pp. 171–190. Bristol: Channel View Publishing.
- Mangold, W. G., Faulds, D. J. (2009). Social media: the new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52 (4), 357–365.
- Mansfield, C. (2021). 'Way-Tales: An Archaeological Topophonics for Emerging Tourist Spaces', in Piga, B., Siret, D., & Thibaud, J. (Eds.). (2021). *Experiential Walks for Urban Design. Revealing, Representing, and Activating the Sensory Environment*. London: Springer. pp 323–332. Chapter 19. DOI [http://dx.doi.org/10.1007/978-3-030-76694-8\\_19](http://dx.doi.org/10.1007/978-3-030-76694-8_19)
- Mansfield, C. (2020). 'Be Wallonia' Wallonia Be, Brussels: Wallonia Foreign Trade & Investment Agency. Accessed 2.2.21 Available Online at <http://www.wallonia.be/en/blog/be-wallonia>
- Mansfield, C. (2019). The role of travel writing practitioners in tourism management and place-branding research. ResearchGate.
- Mansfield, C. (2018). 'Cultural Capital in Place-Making' *Journal of Hospitality & Tourism*, June ISSN 2322 0198 pp. 1–17.
- Mansfield, C. (2012). *Traversing Paris: French Travel Writing Practices in the Late Twentieth Century; an Analysis of the Work of Annie Ernaux, François Maspero and Jean Rolin*, Saarbrücken: Akademikerverlag.
- Mansfield, C. and Potočník Topler, J. (2021). 'Building the Ethnopôle: Eliciting and Sharing Ethnobotanical Knowledge in Tourism Development' *Annals for Istrian and Mediterranean Studies - Annales Series Historia et Sociologia*, 31(2), pp. 197–208. DOI 10.19233/ASHS.2021.13
- Månsson, M. (2015). *Mediatized tourism. The convergence of media and tourism performances*. Lund University. Doctoral thesis.
- Masset, J. & Decrop, A. (2020). 'Meanings of Tourist Souvenirs: From the Holiday Experience to Everyday Life' *Journal of Travel Research* [doi.org/10.1177/0047287520915284](https://doi.org/10.1177/0047287520915284)
- Mayes, F. (1996). *Under the Tuscan Sun - At Home in Italy*. New York: Random House.
- McCall, B., Shallcross, L., Wilson, M., Fuller, C., Hayward, A. (2019). Storytelling as a research tool and intervention around public health perceptions and behaviour: a protocol for a systematic narrative review. *BMJ Open*.
- McKercher, B., Ho, P. S- Y., du Cros, H. (2004). Attributes of popular cultural attractions in Hong Kong. *Annals of Tourism Research*, 31, 2, 393–407.
- McIntyre, C. (2009) 'Museum and art gallery experience space characteristics: an entertaining show or a contemplative bathe?' *International Journal of Tourism Research*, 11(2) 155–170.
- Mee, C. (2009). Journalism and travel writing: from grands reporters to global tourism, *Studies in Travel Writing*, 13 (4), 305–315, DOI: 10.1080/13645140903269072
- Mehmetoglu, M., & Engen, M. (2011). Pine and Gilmore's concept of experience economy and its dimensions: An empirical examination in tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 12(4), 237–255. doi:10.1080/1528008X.2011.54184

- Mendez, M. (2013). Autoethnography as a research method: Advantages, limitations and criticisms. *Colomb. Appl. Linguist. J.*, 15, 2.
- Miall, D., Kuiken, D. (2002). 'A feeling for fiction: becoming what we behold'. *Poetics*, 30, 221–241.
- Miall, D., Kuiken, D. (1998). Shifting Perspectives: Readers' Feelings and Literary Response. In: W. Van Peer & S. Chatman, Eds., *Narrative Perspective: Cognition and Emotion* (SUNY Press, 2000). An earlier version of this paper was presented at the Conference on Narrative Perspective: Cognition and Emotion. Zeist, The Netherlands, June 1–3 1995.
- Miall, D. (1988). Affect and narrative: A model of response to stories, *Poetics*, 17(3), 259–272.
- Miall, D. (1986). Emotion and the self: The context of remembering. *British Journal of Psychology* 77, 389–397.
- Michel, B. (2014). 'Les quartiers créatifs, entre clubbisation et ouverture du développement territorial' *ESO Espaces et Sociétés* (UMR6590), Travaux et documents 37, 27–34.
- Mirrlees, H. (1920). *Paris: A Poem*, London: Hogarth Press.
- Modiano, P. (1989). *Vestiaire de l'enfance*, Paris: Gallimard.
- Modiano, P. (2016). *Villa Triste*, London: Daunt.
- Monga, L. (1996). Travel and Travel Writing: An Historical Overview of Hodoeporics. *Annali d'Italianistica*, 14, 6–54.
- Morgan, M., Elbe, J., & Curiel, J. E. (2009). Has the experience economy arrived? The views of destination managers in three visitor-dependent areas. *International Journal of Tourism Research*, 11, 201–216. doi:10.1002/jtr
- Morris, B. (2004). What we talk about when we talk about "walking in the city". *Cultural Studies*, 18, 5, 675 – 697.
- Morris, J. (2002). *Trieste and the Meaning of Nowhere*, London: Faber.
- Mossberg, L. (2007). A Marketing Approach to the Tourist Experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7, 1, 59–74.
- Mossberg, L., Therkelsen, A., Huijbens, E. H., Björk, P. & A. K. Olsson. (2010). *Storytelling and Destination Development*. Oslo, Nordic Innovation Centre.
- Mumper, M. L., & Gerrig, R. J. (2017). Leisure reading and social cognition: A meta-analysis. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 11(1), 109–120. <https://doi.org/10.1037/aca0000089>, 13. 1. 2021.
- Mundell, M. (2018). Crafting 'Literary Sense of Place': The Generative Work of Literary Place-Making. *Journal of the Association for the Study of Australian Literature*, 18, 1.
- Myhill, D., Newman, R., Watson, A. (2020). 'Thinking differently about grammar and metalinguistic understanding in writing' *Bellaterra Journal of Teaching & Learning Language & Literature*. 13(2), e870 pp. 1–19.
- Nantes.Tourisme (2015), *Le Voyage à Nantes*, Nantes.
- Nawijn, J., Mitas, O., Lin, Y., & Kerstetter, D. (2013). How Do We Feel on Vacation? A Closer Look at How Emotions Change over the Course of a Trip. *Journal of Travel Research*, 52(2), 265–274.
- Nell, V. (1988). *Lost in a book: The psychology of reading for pleasure*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Newman, D. B., Tay, L., Diener, E. (2014). Leisure and subjective well-being: A model of psychological mechanisms as mediating factors. *Journal of Happiness Studies*, 15(3), 555–578.
- Nielsen, G. (2012). *The Norms of Answerability: Social Theory Between Bakhtin and Habermas*. New York: State University of New York Press.
- Pabel, A., Pearce, P. (2018). 'Selecting humour in tourism settings – A guide for tourism operators'. *Tourism Management Perspectives* 25, 64–70.
- Pahor, B. (2018). *Place Oberdan à Trieste - Nouvelles*, Paris: Pierre-Guillaume de Roux.
- Patron, S. (2020). *Small Stories – Une nouveau paradigme pour les recherches sur le récit*. Paris: Hermann.
- Patterson, M., Williams, R. (2005). Maintaining research traditions on place: Diversity of thought and scientific progress. *Journal of Environmental Psychology*, 25, 361–380.

- Plank, C., Dixon, H., & Ward, G. (2014). Student Voices about the Role Feedback Plays in the Enhancement of their Learning. *Australian Journal of Teacher Education*, 39(9).  
<http://dx.doi.org/10.14221/ajte.2014v39n9.8>
- Porteous, J. (1996). *Environmental Aesthetics: ideas, politics and planning*. London and New York: Routledge.
- Potočnik Topler, J. (2022). 'The role of humour in tourism discourse: the case of Montenegro'. *European journal of humour research*, 10(1), 62–75. doi: 10.7592/EJHR2022.10.1.639.
- Potočnik Topler, J. (2016). *Literary Tourism: The Case of Norman Mailer, Mailer's Life and Legacy*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Potočnik Topler, J. (2016). Literary Tourism in Slovenia: the Case of the Prežihov Voranc Cottage. *Informatologia*, 49, (3–4), 129–137.
- Potočnik Topler, Jasna. (2017). Tourism Discourse. In: Potočnik Topler, J., Lisec, A., Knežević, M. (Eds.), *On Tourism Discourse and Other Issues in Tourism*. London: Pearson.
- Potočnik Topler, J., Zekanović-Korona, L. (2018). Digital media, perception and the selection of the 2016 Best European Destination : the case of Zadar. *Annales : anali za istrske in mediteranske študije, Series historia et sociologia*, 28, 2, 343–354, doi: 10.19233/ASHS.2018.23.
- Potočnik Topler, J. (2018). Turning Travelogue readers into tourists: representations of tourism destinations through linguistic features. *Cuadernos De Turismo*, (42), 447–464.  
<https://doi.org/10.6018/turismo.42.20>
- Potočnik Topler, Jasna. (2019). The role of new media in the development of tourism in Sevnica. In: Zekanović-Korona, Ljiljana (Ed.). *Informacijska tehnologija i mediji 2017: zbornik 2*, (Biblioteka Informacijska tehnologija i mediji, knj. 2). Zadar: Sveučilište. 71–78.
- Prall, D. (1929). *Aesthetic Judgement*. New York: Crowell.
- Proshansky, H. (1978). The city and self-identity. *Environment and behaviour*, 10, 2, 147 – 169.
- Proshansky, H., Fabian, A., Kaminoff, R. (1983). Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3, 1, 57 – 83.
- Proulx, M. (2002). *Le Cœur est un muscle involontaire* Montréal : Boréal.
- QAA (2019). *Creative Writing - Subject Benchmark Statement*, Gloucester: Quality Assurance Agency for Higher Education.
- QAA (2014) *The Frameworks for Higher Education Qualifications of UK Degree-Awarding Bodies*, Gloucester: Quality Assurance Agency for Higher Education.
- Rabinow, P. (2008). *Marking Time: On the Anthropology of the Contemporary*. Princeton and Oxford: Princeton University Press.
- Rabinow, P. (2007). *Reflections on Fieldwork in Morocco*, Thirtieth Anniversary Edition. Berkeley: University of California Press.
- Ram, Y., Björk, P., Weidenfeld, A. (2016). Authenticity and place attachment of major visitor attractions. *Tourism Management*, 52, 110–122.
- Ramaprasad, A. (1983). On the definition of feedback. *Behavioral Science*, 28(1), 4–13.
- Räikkönen, J., & Honkanen, A. (2013). Does satisfaction with package tours lead to successful vacation experiences? *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(2), 108–117.  
doi:10.1016/j.jdmm.2013.03.00
- Reid, J. (1993). *Narration and Description in the French Realist Novel – The temporality of lying and forgetting* Cambridge: Cambridge University Press.
- Relf, E. (1976). *Place and placelessness*. London: Pion.
- Rice, J. (2015) 'Inscriptions of the Possible' in Sidney Dobrin *Writing Posthumanism, Posthuman Writing (New Media Theory)* Anderson: Parlor Press. pp.155–173.
- Richards, G., King, B. & Yeung, E. (2020). Experiencing Culture in Attractions, Events and Tour Settings. *Tourism Management*, 79, 104–104.
- Richins, M. (1997). Measuring Emotions in the Consumption Experience. *Journal of Consumer Research*, 24 (September), 127–46.
- Rihova, I., Buhalis, D., Moital, M., & Gouthro, M. B. (2014). Conceptualising customer-to-customer value co-creation in tourism. *International Journal of Tourism Research*. doi:10.1002/jtr.199

- Robinson, M. (2004). Narratives of Being Elsewhere: Tourism and Travel Writing. In: A Companion to Tourism (Eds.: Lew, A. A., Hall, M. C., Williams, M. A.), 2004, Malden, Oxford, Carlton, Blackwell Publishing, 303 – 316.
- Robinson, M., Andreson, H. C. (2002). Literature and Tourism: Reading and Writing Tourism Texts. London, Continuum.
- Ross, K. (1988) *The Emergence of Social Space: Rimbaud and the Paris Commune*. Minneapolis and Markham: University of Minnesota and Fitzhenry & Whiteside Ltd, Canada.
- Roto, V., Jung-Joo L., Lai-Chong Law, E., and Zimmerman, J. (2021). The Overlaps and Boundaries Between Service Design and User Experience Design. In *Designing Interactive Systems Conference 2021 (DIS '21), June 28-July 02, 2021, Virtual Event, USA*. ACM, New York, NY, USA, 13 Pages.
- Rubiés, J., Bacon, F. (2000). Travel Writing as a Genre, *Journeys*, 1(1), 5–35.
- Russell, A. (2010) 'Isabelle de Montolieu Reads Anne Elliot's Mind: Free Indirect Discourse in *La Famille Elliot*', *Persuasions* 32. 232–247.
- Sackville-West, V. (2007). *Passenger to Tebran*. London: Barbara Ward & Associates.
- Sair, A., & Slilem, Y. (2022). 'Tourism destinations as Innovative clusters: an opportunity to make a destination more attractive: Case of Agadir city'. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 3(4–1), 368–382.
- Sardo, A., & Chaves, R. (2022). 'Literary Tourism as a Good Practice to Promote Inland Tourism: The Case of the Eça de Queiroz Foundation in Portugal'. In G. Fernandes (Ed.), *Challenges and New Opportunities for Tourism in Inland Territories: Ecocultural Resources and Sustainable Initiatives* 187–206, Hershey, PA: IGI Global.
- Sartre, J. (2010). *The Imaginary*, Abingdon: Routledge.
- Sartre, J. (1938). *La Nausée*, Paris: Gallimard.
- Sartre, J. (1963). *Nausea*, London: Penguin.
- Saunders, A., & Moles, K. (2016). 'Following or forging a way through the world: Audio walks and the making of place' *Emotion, Space and Society*, 20, 68–74.
- Séraphin, H. (2015). *Impacts of travel writing on post-conflict and post-disaster destinations: The case of Haiti*, River Tourism: The Pedagogy and Practice of Place Writing, University of Plymouth, 3rd June, [Online], available from: [http://www.fabula.org/actualites/colloque-river-tourism-the-pedagogy-and-practice-of-place-writing\\_67346.php](http://www.fabula.org/actualites/colloque-river-tourism-the-pedagogy-and-practice-of-place-writing_67346.php)
- Scarles, C. (2004). 'Mediating landscapes: The processes and practices of image construction in tourist brochures of Scotland'. *Tourist Studies*, 4, 43–67.
- Scolari, C. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, 3, 586 – 606.
- Sikora, S., Kuiken, D., & Miall, D. S. (2010). 'An uncommon resonance: The influence of loss on expressive reading'. *Empirical Studies of the Arts*, 28(2), 135–153.
- Singer, R. (2016). Leisure, refuge and solidarity: messages in visitors' books as microforms of travel writing, *Studies in Travel Writing*, 20:4, 392–408, DOI: 10.1080/13645145.2016.1259606
- Sebald, W. (2006) *Campo Santo*, London: Penguin.
- Sebald, W. (2002) *Vertigo*, London: Vintage.
- Seneca the Younger (c. 65). *Epistulae Morales ad Lucilium*. English translations from the Loeb Edition Vol II (1920). trans. R. Gummere.
- Shamai, S. (1991). Sense of place: An empirical measurement. *Geoforum*, 22, 3, 347 – 358.
- Shamai, S., Ilatov, Z. (2015). Measuring sense of place: Methodological aspects. *Tijdschrift Voor Economische en Sociale Geografie*, 96, 5, 467 – 476.
- Shi, L., Zhu, Q. (2018). 'Urban Space and Representation in Literary Study'. *Open Journal of Social Sciences*, 6, 223–229.
- Shor, I., Freire, P. (1987). *A Pedagogy for Liberation*. Granby, MA: Bergin & Garvey.
- Škulj, J. (2004). 'Literature and Space: Textual, Artistic and Cultural Spaces of Transgressiveness'. *Primerjalna književnost*, 27, 21–37.
- Slovenia (2017). Strategy for the Sustainable Growth of Slovenian Tourism for 2017 – 2021, Slovenia Ministry of Economic Development. Accessed 21 June 2022, Available online <

- [https://www.slovenia.info/uploads/publikacije/the\\_2017-2021\\_strategy\\_for\\_the\\_sustainable\\_growth\\_of\\_slovenian\\_tourism\\_eng\\_web.pdf](https://www.slovenia.info/uploads/publikacije/the_2017-2021_strategy_for_the_sustainable_growth_of_slovenian_tourism_eng_web.pdf)>
- Smaldone, D., Harris, C., Sanyal, N., Lind, D. (2005). Place Attachment and management of critical park issues in Grand Teton National Park. *Journal of Park & Recreation Administration*, 23, 1.
- Smith, S. (2015). A sense of place: place, culture and tourism. *Tourism Recreation Research*, 40, 2, 220 – 233.
- Smith, Y. (2012). *Literary Tourism as a Developing Genre: South Africa's Potential*. Pretoria: University of Pretoria (dissertation).
- Sporre, J. (2006). *Perceiving the Arts: An Introduction to the Humanities*, Eighth Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Stedman, R. C. (2003). Is it really just a social construction?: The contribution of the physical environment to sense of place. *Society & Natural Resources*, 16, 8, 671 – 685.
- Stedman, R., Beckley, T., Wallace, S., Ambard, M. (2004). A Picture and 1000 Words: Using Resident-Employed Photography to Understand Attachment to High Amenity Places. *Journal of Leisure Research*, 36, 4, 580–606.
- Stepchenkova, S. Zhan, F. (2013). Visual destination images of Peru: Comparative content analysis of DMO and user-generated photography. *Tourism Management*, 36, 590–601.
- Stiebel, L. (2007). Hitting the hotspots: literary tourism as a research field in KwaZulu-Natal. *Critical Arts Vol 18*(2) 2004.
- Stracke, E., Kumar, V. (2020). Encouraging dialogue in doctoral supervision: The development of the feedback expectation tool. *International Journal of Doctoral Studies*, 15, 265–284.
- Stuart Chapin, F., Knapp, C. (2015). 'Sense of Place: A process for identifying and negotiating potentially contested visions of sustainability'. *Environmental Science & Policy*, 53, Part A, 38–46.
- Sundin, A., Andersson, K. & Watt, R. (2018). Rethinking communication: integrating storytelling for increased stakeholder engagement in environmental evidence synthesis. *Environ Evid* 7, 6 (2018). <https://doi.org/10.1186/s13750-018-0116-4>
- Tamboukou, M. (1999). 'Writing Genealogies: an exploration of Foucault's strategies for doing research', *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 20:2, 201–217.
- Tan, S.-K., Kung, S.-F., & Luh, D.-B. (2013). A model of 'creative experience' in creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 153–174. doi:10.1016/j.annals.2012.12.002
- Thexton, T., Prasad, A. & Mills, A. (2019) Learning empathy through literature, *Culture and Organization*, 25:2, 83–90.
- Thompson, C. (2011). *Travel Writing*. New York: Routledge.
- Tiede, M. (2016). The Importance of Travel Journalism, dissertation. Texas Christian University. Fort Worth, Texas.
- Tierno, M. (2002). Aristotle's Poetics for Screenwriters: Storytelling Secrets from the Greatest Mind in Western Civilization. New York: Hyperion.
- Todd, C. (2012). The importance of the aesthetic In Holden A., Fennel, D. A. (Eds.), *The Routledge Handbook of Tourism and the Environment*, pp. 65–74. London and New York: Routledge.
- Tuan, Y. (1991). 'Language and the Making of Place: A Narrative-Descriptive Approach'. *Annals of the Association of American Geographers*, 81 (4), 684–696.
- Tuan, Y. F. (1974). *Topophilia: A Study of environmental perception, attitudes, and values*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Tuan, Y. F. (1977). *Space and place*. London: Edward Arnold.
- Tung, V. & Ritchie, J. (2011). 'Exploring the essence of memorable tourism experiences'. *Annals of Tourism Research*, 38, 4, 1367–1386.
- Tursić, M. (2019). 'The city as an aesthetic space', *City*, 23:2, 205–221,
- Travelwritingworld.com. What is a Travelogue? Retrieved from: <https://www.travelwritingworld.com/what-is-a-travelogue/>, 21. 1. 2021.
- Van Assche, K., Beunen, R. & Oliveira, E. (2020). Spatial planning and place branding: rethinking relations and synergies, *European Planning Studies*, 28, 7, 1274–1290.

- Van Laer, Van T., Feierisen, S., Visconti, L. M. (2019). Storytelling in the digital era: A meta-analysis of relevant moderators of the narrative transportation effect. *Journal of Business Research*, 96, 135–146.
- Vitić\_Četković, A., Jovanović, I. & Potočnik Topler, J. (2020). Literary Tourism: the Role of Russian 19th Century Travel Literature in the Positioning of the Smallest European Royal Capital – Cetinje. *Annales, Series Historia et Sociologia* 30, 2020, 1, 81–99.
- Vorkinn, M., Riese, H. (2001). Environmental concern in a local context: The significance of place attachment. *Environment and Behavior*, 33, 2, 249 – 263.
- Xu, H., Cheung, L.T.O., Lovett, J., Duan, X., Pei, Q. & Liang, D. (2021) Understanding the influence of user-generated content on tourist loyalty behavior in a cultural World Heritage Site, *Tourism Recreation Research*, DOI: 10.1080/02508281.2021.1913022, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02508281.2021.1913022>, 13. 6. 2022.
- Yukse, A., Yuksel, F., Bilim, Y. (2010). Destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty. *Tourism Management*, 31, 2, 274–284.
- Wagoner, B., Brescó, I. & Awad, S. 2019. *Theories of Constructive Remembering*. London: Springer.
- Weber, D., Wroge, D., Yoder, J. (2007) 'Writers' Workshops: A Strategy for Developing Indigenous Writers' *Language Documentation and Conservation* 1(1), pp. 77–93.
- Wilson, A., Murphy, H., Cambra Fierro, J. (2012). Hospitality and travel: The nature and implications of user-generated content. *Cornell Hospitality Quarterly*, 53 (3), 220–228.
- Woodside, G., Megehee, C.M. (2010). Advancing consumer behaviour theory in tourism via visual narrative art. *International journal of tourism research* 12(5): 418–431.
- Writing-center (2020) *News Writing Fundamentals*. George Mason University. Retrieved from: <https://writingcenter.gmu.edu/guides/news-writing-fundamentals>, 27. 5. 2022.
- Xiang, Z. & Gretzel, U. (2010): Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31, 179–188.
- Yousaf, S. (2022). Food vloggers and parasocial interactions: a comparative study of local and foreign food vlogs using the S-O-R paradigm. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2021-1090>,
- Yuan, Y., Major-Girardin, J., Brown, S.. (2018). Storytelling Is Intrinsically Mentalistic: A Functional Magnetic Resonance Imaging Study of Narrative Production across Modalities. *Journal of Cognitive Neuroscience*, 30 (9): 1298 DOI: 10.1162/jocn\_a\_01294
- Zacharia, C. (2021). 'Slovenia's new Juliana Trail reveals a land of water, rock and forest'. *The Guardian*. Retrieved from: <https://www.theguardian.com/travel/2021/aug/11/slovenia-juliana-walking-trail-sustainable-tourism-national-park>, 23. 2. 2022.
- Zakarevičius, P. & Lionikaitė, J. (2013), 'An Initial Framework for Understanding the Concept of Internal Place Branding', *Management of Organizations: Systematic Research* 67, 143-160.
- Zeng, B., Gerritsen, R. (2014). What do we know about social media in tourism? A review. *Tourism Management Perspectives*, 10 (1), 27–36.
- Zenker, S. & Erfgen, C. (2014). 'Let them do the work: A participatory place branding approach' *Journal of Place Management and Development* 7(3), 225–234.
- Zhang, Z., Zhang, Z. & Law, R. (2014): Positive and Negative Word of Mouth about Restaurants: Exploring the Asymmetric Impact of the Performance of Attributes. *Asia Pacific Journal of Tourism*, 19, 2, 162–180.
- Zilcosky, J. (2008). *Writing Travel: The Poetics and Politics of the Modern Journey*. Toronto: University of Toronto.
- Zube, E., Sell, J., and Taylor, G. (1982). 'Landscape perception: research, application and theory'. *Landscape Planning* 9, 1–33.

# Recenzija

DR. HUGUES SÉRAPHIN

Izredni profesor za dogodke in turizem, vodja raziskav (UoA 17) in vodja doktorskih študentov, Univerza v  
Winchestru, Združeno kraljestvo Velike Britanije in Severne Irske  
*Senior Lecturer in Events & Tourism, Unit of Assessment 17 Research Lead, PGR Students Lead, University of Winchester,  
United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland*

Ta monografija je uporabna tako za praktike kot za študente (dodiplomske, podiplomske in raziskovalce) ter predavatelje. Kljub obsežni literaturi s področja trženja destinacij (in širše upravljanja destinacij) knjiga avtorjev Charlieja Mansfielda in Jasne Potočnik Topler prinaša vidik, ki je v akademskem raziskovanju premalo obravnavan, v praksi pa premalo izkoriščen – potopisno pripovedništvo. Poleg tega vsebina knjige deluje kot celosten priročnik, saj jo je mogoče uporabiti pri predmetih s področja raziskovalnih metod (poglavji 4 in 5), trženja (poglavji 1 in 3), akademskih veščin (poglavje 6) ter celo pri modulih kreativnega pisanja v programih zunaj turizma, na primer pri študiju angleške književnosti (poglavje 5). Ta poglavja ponujajo jasne smernice raziskovalcem, študentom in praktikom, ki jih zanima bodisi ustvarjanje potopisnih besedil bodisi razumevanje in analiza obstoječih zapisov. Ena ključnih prednosti knjige je, da presega zgolj vidni vidik znamčenja destinacij ter se pogloblja tudi v afektivno razsežnost znamke, ki jo potopisno pripovedništvo pogosto posreduje, krepi in komunicira.



This book can be used by practitioners, students (undergraduate, postgraduate, and research), and lecturers alike. Despite the wide range of publications on destination marketing (and more generally speaking, on destination management), this book authored by Charlie Mansfield and Jasna Potočnik Topler offers a perspective which is under-investigated by academics and under-exploited by the industry, namely, travel writing. Additionally, the content of the book makes it a 'one-stop-shop' because it can be used for research methods modules (see chapters 4 & 5), for marketing modules (see chapters 1 & 3), academic skills (chapter 6), and even for creative writing modules on programmes other than tourism such as English literature (chapter 5). These chapters provide clear guidelines to researchers, students and practitioners interested in either producing travel writing or deciphering existing texts. One of the main strengths of this book lies in the fact that it goes beyond the visible aspect of destination branding, as it also explores the affect dimension of branding which is sometimes conveyed, enhanced, and communicated by travel writing.

# Recenzija

DR. PHILIPP WASSLER

*Docent, Univerza v Bergamu, Oddelek za menedžment, Bergamo Italija  
Assistant Professor, University of Bergamo, Department of Management, Bergamo, Italy*

Ta monografija predstavlja inovativen vir tako za začetnike kot za izkušene potopisce, saj pomaga premostiti vrzel med področjem kreativnega pisanja in aplikativnimi akademskimi disciplinami, kot sta trženje in znamčenje destinacij. Njena dodana vrednost je v tem, da jasno pokaže praktično uporabo in način delovanja potopisnega pripovedništva. Knjiga je uporabna tudi za vodje in menedžerje upravljavcev destinacij (DMO), saj nazorno prikazuje učinkovitost potopisnega pisanja kot trženjskega orodja. Prava dodana vrednost za praktike in odločevalce je ta, da abstraktne koncepte naredi zelo oprijemljive in neposredno uporabne v realnih situacijah.

Travel Writing for Tourism and City Branding provides tourism students with a practice-based approach to producing researched literary travel writing on an urban destination, using the writing process as a research methodology. The book is scientifically supported with full academic references for researchers.

This book offers an innovative resource to new and experienced travel writers, by bridging the gap between the field of creative writing and applied academic subjects, such as marketing and branding. As such, the book offers great value by showing the practical use and *modus operandi* of travel writing. The book can be used by managers in DMOs through its demonstration of the effectiveness of travel writing as a marketing tool. The real added value for practitioners and managers alike is that it renders abstract concepts very tangible and applicable to real-world situations.

## Indeks

### A

abdukcija, 72  
Adiele, 12  
Afekt, 35  
aksiologija, 77  
aktivno državljanstvo, 158  
aktivni uporabniki, 158  
aktivno življenje, 163  
Althusser, 27  
Alžirija, 9  
analitična avtoetnografija, 27  
analitično znanje, 33  
analiza, 14, 19, 63, 66, 72, 74, 82, 91, 92, 103, 105, 109, 111, 115, 140  
analiza podatkov, 115  
anarhiviranje, 110, 164  
Andrić, 128, 129  
Andrićeva hiša, 128  
Annecy, 40, 115  
Apolon, 84  
Apple, 155  
arhitektura, 133  
arhiv, 25, 110, 112, 113, 114, 128  
Aristotel, 57, 121, 159  
asociacije, 69  
Avstrija, 123  
avtobiografija, 130  
avtoetnografija, 26, 27  
avtonomija, 47, 48, 49, 55  
avtor(-ica), 46, 47, 52, 54, 57, 64, 65, 68, 74, 77, 78  
avtor – urednik, 118  
avtorjeva čustva, 152  
avtorjev urednik, 148

### B

Bacon, 54, 55  
Baedeker, 87  
Bahtin, 101  
Balbec, 91

Barfleur, 108, 113  
Barthes, 130, 131, 132, 133, 134, 135  
Bartlett, 90, 91  
Belgija, 13, 30  
Benetke, 145  
Benjamin, 46, 114  
Beograd, 129  
Berlin, 88, 126  
besedilo, 1, 2, 10, 17, 20, 26, 27, 29, 33, 35, 36, 37, 38, 40, 42, 44, 45, 53, 54, 56, 62, 66, 72, 73, 80, 86, 87, 92, 93, 94, 98, 101, 103, 105, 106, 109, 110, 118, 120, 121, 125, 127, 130, 134, 135, 141, 144, 146, 147, 148, 151, 152, 153, 156 163  
Blanchot, 51, 52  
blog, 12, 23, 30, 66, 73, 84, 95, 97, 101, 102, 109, 118, 151 159  
bloganje, 22, 101, 102  
blogerji, 12, 23  
Bokokotorski zaliv (Boka Kotorska), 128  
Bolgarija, 123  
botanika, 104  
Bourdieu, 39, 51  
Braidotti, 94, 98, 114  
Brecht, 131  
Bretanja, 51  
Bristol, 64, 71  
Bryson, 24

### C

Cabourg, 9  
Campo Santo, 110, 128  
Certeau, 81  
Cherbourg, 105, 119, 130, 131, 132, 133, 134, 135  
Chicago, 18  
Cicero, 44  
ciceron, 44  
Coates, 74  
Conrad, 9, 11  
Cullen, 40

## Č

čas, 119, 121, 122, 123, 124, 125, 127, 129, 131, 132, 133, 137, 138, 139, 141, 142  
 časovni namigi, 110  
 Črna gora, 110, 127  
 čustva, 10, 14, 36, 38, 42, 43, 68, 81, 87, 88, 98, 108, 152

## D

Dann, 20, 56  
 darilo, 148  
 Davidson, 54  
 deiktična referenca, 27  
 deiktične točke, 127  
 deiktična fraza, 40  
 dejstva, 24, 25  
 Delcroix, 74, 75  
 Deleuze, 91, 165  
 deltiologija, 19  
 Derrida, 164  
 destinacija, 6, 24, 77, 160, 161  
 detektivski roman, 102  
 Devisement du monde, 54  
 Devon, 10, 32  
 dialog, 2, 9, 13, 27, 74, 90, 95, 108, 109, 117, 118, 119, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 129, 137, 144, 148, 152, 157, 163, 165, 164  
 dialoška vprašanja, 135  
 difrakcije, 110, 165  
 digitalne zgodbe, 159  
 digitalni proces, 95  
 digitalni urednik, 5  
 digitalno besedilo, 93, 94  
 diskurz, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 18, 19, 20, 21, 35, 37, 38, 41, 55, 56, 66, 81, 82, 100, 107, 130, 141,  
 diskurzivna skupnost, 10, 11, 12, 13  
 DMO (Organizacija za upravljanje destinacij), 1, 5, 24, 62, 63, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 73, 95, 101, 106, 109, 112, 116, 1560  
 dnevnik, 6, 11, 18, 26, 30, 51, 54, 66, 77, 88, 89, 90, 92, 94, 95, 102, 106, 110, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 128, 132, 133, 138, 157, 158  
 dnevniški zapis, 87, 89, 109, 118, 122  
 Doberdob, 123  
 docent, 44, 45  
 doktorat, doktorski, 75, 99, 104, 105, 106, 115, 155, 162  
 doktorska disertacija, 106  
 doksa, 38, 39  
 doživetje, 35, 46

DRAMMA (model), 47, 48, 49  
 družbena omrežja, 5, 24, 58, 62, 101, 160  
 družbena skupina, 82  
 družbeni mediji, 62  
 državljanska znanost, 102

## E

ekologija, 162  
 eksperiment pisanja, 130  
 eksperimentiranje, 11, 19, 90, 98, 116  
 elementi znamenja kraja, 72, 74  
 emergenca, 112  
 emocije, 35  
 empatija, 37, 38  
 Epikur, 113  
 Escoffier, 8  
 esej, 10, 18, 51, 81, 130, 131  
 estetika, 40, 41, 42  
 etična dimenzija, 25  
 etična jasnost, 33  
 etična odločitev, 32  
 etično povezovanje, 28  
 etika, 160  
 etnobotanika, 13, 87, 102, 103, 127, 144  
 etnograf, 8  
 etnografija, 8, 9, 13, 23, 26, 80, 97, 130, 163, 164  
 etnološke študije, 130  
 etnološki diskurz, 130  
 etos, 159  
 Evropa, 12, 14, 19, 44, 112, 123, 126, 127  
 evalvacija, 97, 124, 137, 138  
 Eurostar (linija), 30, 31, 44  
 eWOM, 159  
 Exeter, 7, 93, 95, 113

## F

Faber, 86  
 Fabled Shore, 66  
 FAM izleti, 12  
 Ferguson, 11  
 Fistril, 148, 149  
 Flaubert, 110, 128  
 fotografije, 4, 57, 89, 90, 106, 125, 131, 132, 134, 158  
 Foucault, 112, 113, 114, 130  
 Francija, 33, 63, 70, 123, 130, 134, 155

## G

gastronomija, 124, 146  
 genealogija, 112  
 geoinformatika, 156  
 geografija, 67, 68, 73, 77, 79, 82, 100, 101, 105, 114, 115, 129, 163  
 geologija, 73, 98, 128, 138  
 Gide, 11, 45, 46, 88  
 glavna potopiska, 122  
 Goethe, 31  
 Google, 72  
 Google Blogger, 101  
 Google Dokumenti, 116  
 Google Lens, 126  
 Google Maps, 133  
 govor, 22, 27, 33, 34, 38, 39, 125, 156,  
 Gradišnik, 24  
 Grand Tour, 54  
 Grčija, 123

## H

Hanoj, 165  
 Hawkes, 24  
 heksis, 105, 127, 138,  
 Herceg Novi, 128, 129  
 heteroglosija, 18, 38, 125  
 hipomnemi, 114  
 hoja, 81, 132, 133, 142, 143  
 Hoskins, 10  
 hotel, 7, 8, 29, 31, 32, 86, 132, 133, 134, 135, 146, 149  
 Howard, 130  
 hrvaščina, 141

## I

identiteta, 4, 64, 78, 98, 107, 112, 113  
 indirektni govor, 38, 39,  
 induktivno sklepanje, 72  
 influencerji (vplivneži), 159  
 informacijska gostota, 58  
 informatika, 156, 163  
 inovativnost, 22  
 interakcija, 6, 35, 57, 78, 99, 100, 102, 137, 158, 163  
 interdisciplinarnost, 56, 163  
 interpelacija, 27, 40,  
 interpretacija, 7, 8, 10, 14, 34, 36, 37, 39, 42, 46, 72, 88, 90, 106, 108, 138

intervju, 23, 32, 33, 56, 75, 99, 111, 113, 118, 155, 163  
 investicije, 79  
 iPhone, 155  
 Isfahan, 45, 52, 91, 152  
 iskanje, 5, 44, 47, 50, 62, 63, 69, 72, 83, 109, 116, 123  
 Italija, 29, 54, 86, 123  
 iteracija, 98  
 izbira destinacije, 62, 68  
 izobraževanje, 9, 12, 13, 37, 54, 59, 99, 150, 155, 161, 162, 163  
 izkušnja, 5, 6, 7, 8, 14, 15, 20, 23, 27, 28, 30, 41, 42, 43, 44, 46, 51, 52, 55, 56, 58, 59, 66, 71, 78, 80, 81, 86, 87, 88, 90, 91, 108, 118, 127, 128, 131, 147, 148, 151, 156, 157, 158, 159, 161, 162, 163  
 izvirnik, 94, 106, 152

## J

Jadran, Jadransko morje, 127,  
 Jamnica, 123  
 Japonska, 130  
 jezik, 19, 20, 22, 25, 26, 28, 33, 37, 54, 56, 62, 66, 67, 69, 73, 88, 98, 103, 115, 120, 130, 140, 141, 146, 148, 151, 162  
 jeziki, 22, 143, 144, 163  
 jezikovne spretnosti, 22, 78

## K

Kafka, 31, 88, 89, 90  
 kampanje, 62, 68, 159, 160  
 Kanada, 83,  
 kanadsko, 12  
 Kapuscinski, 54  
 karta (zemljevid), 127  
 katarza, 57  
 Kerouac, 66  
 kmetje, 161  
 kodiranje, 68, 69, 72, 111, 112, 116,  
 kolegi (vrstniki), 4, 12, 108, 122, 123, 124, 125, 130, 148, 164  
 komentarji bralcev, 101, 105, 106, 149, 150  
 komentiranje, 121, 125, 146  
 komercialni projekt, 5  
 kompetence, 6, 7, 37, 162  
 komunikacija, 20, 40, 56, 58, 62, 73, 79, 98, 122, 161,  
 komunikacijske veščine, komunikacijske spretnosti, 21, 27, 141, 162, 163

komunikacijski strokovnjaki, 1  
konkurenčnost, 6, 70  
Kostanjevica na Krki, 145  
konstrukcija kraja, 77, 78, 81, 82,  
Koroška, 120, 122, 124, 125,  
Korzika, 110, 128  
kraj, 10, 12, 16, 19, 22, 23, 24, 25, 28, 29, 30,  
31, 32, 40, 42, 46, 51, 56, 64, 65, 66, 68, 69,  
70, 72, 74, 75, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 85, 88,  
90, 97, 98, 102, 105, 110, 111, 115, 116,  
123, 129, 130, 131, 132, 138, 144, 145, 146,  
147, 148, 149, 156, 157, 158, 160, 161, 164,  
165,  
kreativne industrije, 1  
kreativno pisanje, 55, 99, 100  
kriterij, 138  
Kristeva, 130  
Krka, 145,  
hrvaščina, 139  
kultura, 12, 31, 33, 37, 41, 42, 43, 54, 57, 62,  
66, 67, 69, 70, 72, 74, 79, 81, 82, 87, 90, 91,  
92, 100, 103, 104, 123, 127, 143, 161  
kulturna dediščina, 8, 23, 25, 42, 43, 57, 124,  
163, 164, 165  
kulturna geografija, 77  
kulturni kapital, 51, 52, 103, 111, 112  
kulturni producent, 158  
kulturni prostor, 116  
kupci (stranke), 62, 68, 156, 157

## L

Garda, 29  
laboratorij, 127, 128  
lastnina, 84  
Le Havre, 108, 109, 129  
Lejeune, 11  
Lévinas, 101  
leposlovje, 58  
lepota, 40, 41, 44, 144, 147, 152  
letališče, 64, 110, 121, 127  
Lille, 30, 31  
Lindqvist, 9, 106  
literarnost, 11, 28, 35, 36, 38, 55, 103, 105  
literarna geografija, 101, 105, 115  
literarna praksa, 82  
literarni avtor, 17, 31, 52, 66, 81, 90, 115, 124  
literarni turizem, 17, 53, 55, 128, 132  
literarno besedilo, 27, 30, 34, 35, 36, 38, 39, 40,  
45, 53, 55, 75, 81, 84, 90, 91, 98, 101, 115,  
161, 163, 165  
literarno pisanje, 17, 66, 89

literarni potopisec, 2, 7, 10, 11, 13, 14, 15, 32,  
39, 44, 45, 52, 54, 82, 85, 87, 92, 98, 99,  
100, 103, 104, 105, 108, 110, 118, 120, 127,  
128, 131, 132, 135, 137  
literatura, 1, 2, 5, 9, 11, 12, 13, 22, 23, 25, 27,  
29, 35, 37, 41, 42, 44, 54, 55, 56, 64, 66, 67,  
68, 78, 80, 84, 89, 94, 100, 104, 105, 112,  
139, 149, 151, 161  
Ljubljana, 1, 120, 121, 122  
Locke, 54,  
logos, 22, 159  
lokalni prebivalci, 28, 42, 55, 56, 68, 69, 75,  
111, 118, 143, 153, 160, 161, 163, 164  
London, 3, 8, 9, 13, 30

## M

Macaulay, 66  
Madžarska, 14  
magisterij, 2, 3, 21, 99, 115, 141  
Mailer, 17, 18, 19  
Mansfield, 11  
Mantel, 59, 99  
marketing, 3, 4, 21, 25, 56, 58, 62, 66, 159, 163  
Maroko, 14, 32, 33  
Masset, 109  
Mayes, 48  
medij, mediji, 1, 5, 12, 23, 24, 25, 53, 56, 57,  
58, 59, 61, 62, 64, 67, 73, 74, 75, 79, 82, 83,  
85, 100, 124, 151, 159, 160,  
medijske objave, 52  
medijska vsebina, 61, 160  
menedžment, 1, 13, 100, 132  
mentor, 5, 106, 118, 137, 141, 150, 151, 157  
metafora, 27, 31, 37, 44, 55, 83, 114, 115  
metajezik, 148, 152  
metoda, 1, 2, 15, 23, 27, 28, 30, 32, 71, 72, 88,  
97, 98, 99, 100, 101, 111, 120, 121, 128,  
141, 144, 162, 163  
metode kodiranja, 72  
metodologija, 1, 2, 22, 23, 26, 27, 74, 97, 99,  
100, 105, 112, 113  
Microsoft OneNote, 93, 116, 157  
migracije, 162  
Milton, 153  
mimezis, 57  
Mirrlees, 11  
mitos, 31  
mobilne aplikacije, 7, 42, 159, 160  
model, 2, 4, 9, 17, 20, 23, 25, 29, 35, 47, 48, 49,  
53, 53, 59, 61, 75, 99, 105, 119, 120, 138,  
157, 160  
Modiano, 28, 40, 46, 47, 115, 122

Montaigne, 54  
Montreal, 80, 81, 82, 83, 84, 85  
Morris, 81, 86, 87  
MS Teams, 121  
muzej, 8, 23, 41, 42, 45, 58, 63, 87, 122, 124,  
126, 128, 131, 148, 149, 161, 163

## N

načrtovanje, 6, 62, 80, 98, 99, 102, 106, 111,  
115, 118, 161, 163  
National Geographic, 73  
navodila, 67, 120, 146, 150  
Nemčija, 5, 58, 121, 153  
neposreden nagovor v drugi osebi, 121  
Nizozemska, 3  
Normandija, 91, 108  
Norveška, 123  
novinarstvo, 18, 22, 33, 57, 61, 63, 64, 66, 71,  
124  
novinarji, 18, 22, 23, 24, 25, 61, 63, 64, 65, 66,  
67, 71, 74, 75  
novi mediji, 1, 24, 25, 58, 62, 82, 83, 85, 159

## O

oblikovanje, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 17, 19, 22, 23, 25,  
26, 29, 36, 42, 43, 46, 51, 54, 56, 64, 69, 70,  
71, 82, 85, 89, 90, 94, 97, 102, 110, 111,  
112, 138, 140, 150, 157, 161, 163, 164, 165,  
obiskovalci, 2, 3, 6, 8, 10, 12, 17, 19, 20, 21, 25,  
32, 42, 43, 44, 45, 46, 53, 55, 58, 63, 64, 65,  
66, 67, 68, 71, 75, 79, 81, 82, 89, 108, 123,  
126, 127, 131, 132, 143, 145, 146, 160, 161,  
164,  
oblaki (shranjevanje), 116, 157  
ocene uporabnikov (UGC), 21  
ocenjevanje, 5  
ocenjevalci, 106, 108, 137, 138, 140, 159  
odločevalci, 2, 40, 156  
odnosi z javnostmi, 12, 64, 66  
oglaševanje, 12, 22, 41, 68, 159  
ogljčni odtis, 161, 162  
okolje, 5, 8, 18, 27, 28, 33, 37, 40, 41, 42, 44,  
61, 69, 71, 72, 75, 78, 79, 82, 87, 88, 95, 99,  
100, 108, 111, 113, 116, 118, 119, 141, 142,  
144, 147, 157, 162, 163, 164, 165,  
okoljska etika, 156, 160  
opis, 7, 10, 19, 30, 65, 79, 86, 88, 98, 115, 129,  
142, 144, 146, 156  
opombe (zapiski), 118, 120, 126, 132, 133,  
134, 164

Orfej, 84  
osebni zaimki, 26, 39  
otok, 24, 145

## P

Pahor, 87  
Paludes, 11, 109  
Pariz, 11, 44, 103, 110, 111  
patos, 159  
PEARL (sistem), 110, 128  
Piano, 108  
pisanje, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13,  
14, 15, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 25, 26, 27, 28,  
29, 30, 32, 35, 37, 43, 47, 51, 54, 55, 56, 57,  
61, 66, 68, 70, 73, 74, 77, 78, 80, 81, 82, 84,  
85, 86, 89, 90, 92, 93, 94, 95, 97, 98, 99,  
100, 101, 102, 105, 111, 112, 113, 114, 117,  
120, 121, 130, 131, 135, 136, 138, 140, 141,  
142, 146, 147, 148, 149, 150, 152, 153, 157,  
158, 161, 162, 163, 164, 165,  
pisec, 2, 5, 13, 21, 23, 30, 32, 34, 39, 44, 45, 80,  
81, 87, 88, 92, 94, 96, 98, 99, 101, 102, 107,  
108, 109, 110, 112, 113, 114, 115, 116, 118,  
120, 124, 130, 131, 135, 137, 148, 152, 157,  
165  
pismo, 93, 114  
podajanje povratnih informacij, 150  
podnebne spremembe, 162  
popotniško bloganje, 22, 23  
potovanje, 3, 5, 11, 17, 22, 23, 26, 28, 30, 31,  
39, 43, 51, 54, 55, 56, 57, 62, 66, 70, 72, 86,  
102, 103, 108, 109, 111, 121, 128, 135, 147,  
148, 149, 156, 159  
PhD (doktorat), 104  
plato, 10, 28, 29, 30, 45, 75, 87, 127, 128, 129,  
134, 135  
platforma, 3, 12, 25, 58, 92, 116, 118, 155, 158,  
159, 163, 164, 165  
Platon, 121  
podatki, 4, 9, 26, 29, 32, 37, 41, 57, 63, 67, 70,  
71, 72, 73, 87, 102, 105, 107, 111, 112, 113,  
115, 116, 144, 157, 158, 159,  
podjetja, 58, 62, 63, 66, 75, 156, 160  
podkast, 12, 99  
podoba, 21, 22, 28, 56, 63, 64, 67, 68, 69, 71,  
75, 78, 81, 83, 85, 86, 91, 103, 145, 152,  
159, 160, 162, 165  
podoba destinacije, 56, 63, 64, 67, 68, 69, 75,  
159  
Poetika, 57  
pogodba, 4, 5, 92  
pogovor, 29, 33, 121, 142, 149



popotniški načrt, 44, 148  
 popotniški projekt, 102  
 popotnik, 22, 24, 56, 103  
 portfelj (portfolio), 12, 15  
 potopis, 14, 21, 22, 24, 57, 66, 72, 85, 86, 87, 97, 98, 114, 118, 125, 128, 129, 130, 131, 132, 135, 145, 165  
 potopišni projekt, 115, 116, 118, 119  
 posthumanizem, 94, 100, 155, 160  
 povratna informacija, 118, 136, 138, 147, 150, 151, 153  
 povzetek, 102  
 Požganica, 123  
 praksa, 2, 8, 11, 12, 13, 15, 17, 19, 20, 21, 23, 28, 45, 52, 64, 72, 79, 81, 82, 88, 90, 92, 94, 95, 97, 99, 100, 103, 105, 106, 107, 108, 110, 112, 114, 119, 120, 125, 130, 160, 161, 163, 164, 165,  
 preteklik, 22, 26, 86, 88, 110, 141  
 predstavitev, 11, 22, 25, 27, 41, 46, 64, 105, 136, 138, 140  
 pregled literature, 22, 94, 100, 105  
 Prežihov Voranc, 120, 125  
 pridevnik, 91, 135, 143, 152  
 pridobivanje, 56, 75, 88, 106, 111, 163  
 pripoved, 6, 7, 9, 10, 14, 25, 27, 28, 30, 32, 37, 43, 45, 46, 47, 51, 52, 59, 74, 78, 82, 83, 84, 86, 98, 101, 110, 114, 115, 122, 126, 129, 130, 131, 134, 142, 148, 149  
 pripovedovalec, 18, 25, 26, 27, 28, 29, 40, 46, 54, 57, 86, 90, 91, 109, 110, 112, 114, 135  
 pripovedovanje, 2, 19, 51, 57, 58, 59, 61, 79, 118, 130, 161  
 priprava na terensko delo, 107  
 privlačnost, 80, 156,  
 procesualna identiteta, 113  
 producent, 158  
 produkt, 7, 25, 43, 48, 56, 57, 58, 62, 64, 65, 67, 70, 71, 74, 79, 161, 162, 163, 164  
 profesionalni potopisci, 23, 70, 97, 157  
 promocija, 3, 4, 19, 20, 22, 24, 25, 43, 54, 56, 57, 58, 61, 63, 68, 69, 70, 71, 79, 159  
 prostor, 2, 6, 8, 9, 11, 14, 17, 18, 22, 27, 28, 30, 31, 32, 39, 40, 42, 43, 44, 45, 46, 50, 51, 52, 54, 55, 56, 57, 64, 65, 66, 67, 68, 70, 74-93, 98, 101, 104, 105, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 118, 120, 121, 122, 123, 125, 127, 128, 131, 134, 135, 136, 143, 144, 155, 156, 157, 160, 161, 163, 165  
 Proulx, 81, 82, 83, 84, 85  
 Proust, 91, 92  
 prva oseba, 22, 27  
 prvoosebni pripovedovalec, 10, 14, 25, 26, 83, 86, 141

## R

Rabinow, 14, 32, 33  
 računalnik, 116, 155  
 rastline, 94, 98, 103, 104, 145, 161, 164  
 raziskava, 5, 6, 7, 13, 14, 19, 27, 30, 37, 41, 42, 43, 47, 55, 58, 62, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 74, 75, 77, 78, 86, 87, 93, 95, 98, 103, 109, 156, 163  
 raziskovalec, 2, 7, 27, 29, 30, 32, 72, 87, 92, 93, 94, 101, 107, 110, 112, 113, 114, 115, 121, 158  
 raziskovalna sinteza, 28  
 raziskovalni instrument, 101, 105, 107, 115  
 razširjanje (diseminacija), 101, 158  
 razvoj, 1, 3, 5, 6, 7, 14, 17, 19, 25, 38, 43, 47, 48, 49, 56, 58, 63, 68, 71, 79, 88, 94, 99, 100, 101, 107, 114, 127, 128, 138, 140, 141, 150, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164  
 Ravne na Koroškem, 120, 125  
 reka, 129, 145  
 reprezentacija, 77  
 restavracija, 63, 122, 125, 156  
 retorika, 164  
 rezultati, 5, 8, 37, 118  
 Ricœur, 31, 32  
 roman, 9, 11, 12, 18, 24, 28, 29, 38, 39, 40, 46, 47, 48, 51, 52, 55, 58, 81, 82, 83, 84, 85, 93, 101, 102, 109, 117, 128, 129, 138  
 Rötig, 102, 108, 129  
 Romunija, 123  
 Rusija, 123

## S

Sackville-West, 45, 46, 52, 152, 153  
 samopisanje, 113  
 Samorastniki, 123, 125  
 Sartre, 64, 91, 109, 110  
 Sebald, 10, 26, 28, 29, 30, 31, 32, 57, 96, 110, 128  
 Seneka, 113, 114  
 Sevnica, 3, 24, 25  
 shranjevanje, 90, 95, 157  
 Simenon, 102  
 sinteza, 14, 28, 68, 89, 105, 111, 139  
 skupnost, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 20, 24, 25, 32, 41, 47, 50, 68, 74, 83, 97, 101, 143, 155, 158, 160, 161  
 Slovenija, 25, 63, 119-123, 126, 139  
 slovenščina, 26, 38, 140, 145

sodelovalno potopisno pripovedništvo, 119  
 Solzice, 123  
 spomin, 6, 18, 43, 64, 69, 74, 84, 87, 88, 89, 90,  
     91, 115, 116, 122, 123, 124, 125, 126, 127,  
     132, 142  
 spominki, 109  
 spretnosti, 9, 10, 22, 27, 78, 89, 98, 150, 158,  
     161, 162, 163  
 Stendhal, 31, 32  
 strateški dokumenti, 24  
 strateško načrtovanje, 161  
 strategija, 6, 43, 100, 150, 159, 161  
 strokovnjak, 1, 5, 8, 12, 14, 20, 25, 55, 62, 63,  
     78, 97, 109, 113, 158, 160, 161, 163, 164  
 struktura, 94, 112, 140  
 Svevo, 11  
 svobodni indirektni govor (SID), 38, 39

## Š

študent, 2, 8, 21, 22, 37, 102, 106, 137, 138,  
     140, 141, 146, 150, 152  
 študija primera, 53, 63, 126, 153

## T

tablica, 19, 116, 16  
 tehnologija, 6, 19, 25, 58, 59, 85, 90, 155, 156,  
     157, 158, 159  
 tematska analiza, 64, 72  
 tematski park, 161  
 teme, 29, 45, 85, 139, 140  
 teorije spomina, 90, 92  
 terensko delo, 1, 87, 97, 101, 102, 105, 107,  
     115, 118, 120, 141, 162, 163  
 terroir, 22, 72, 73, 79  
 Theroux, 24, 54  
 Tokio, 130, 131, 134  
 tourem, 51, 52  
 trajnost, 21, 25, 79, 138, 161  
 trajnostni turizem, 25, 161  
 travelog, 21, 121, 145  
 TripAdvisor, 21, 64  
 Trst, 21, 86, 87  
 trženje, 6, 37, 41, 79, 159  
 Tukidid, 33  
 turizem, 2, 3, 6, 7, 8, 12, 40, 41, 53, 55, 61, 118,  
     132, 141, 160, 162  
 turist, 5, 6, 7, 8, 17, 20, 25, 27, 28, 32, 35, 39,  
     41, 42, 43, 44, 53, 55, 56, 64, 70, 71, 79,  
     123, 124, 127, 130, 156, 158, 159, 160, 161  
 turistična agencija, 4, 5, 20

turistične raziskave, 41, 66  
 turistični vodnik, 20, 41, 45, 87, 98  
 Twitter, 59, 101, 102, 159

## U

učenje, 48, 150, 161  
 udeleženci, 24, 74, 80, 90  
 UGC (ocena uporabnika, ang. user generated  
     content), 21  
 ugled, 4, 54  
 umetna inteligenca, 159  
 univerza, 3, 13, 14, 21, 30, 104, 162  
 uporabnik, 7, 9, 19, 20, 21, 25, 58, 59, 72, 75,  
     112, 130, 155, 157, 158, 159, 160, 163  
 upravljanje, 3, 6, 8, 12, 15, 23, 27, 41, 43, 54,  
     56, 65, 69, 80, 89, 97, 116, 155  
 urednik, 4, 5, 64, 74, 75, 107, 118, 119, 127,  
     128, 129, 135, 137, 141, 148, 149, 152  
 usposabljanje, 58  
 ustvarjalnost, 12, 22, 131, 158, 162, 163  
 ustvarjanje, 1, 4, 6, 14, 15, 40, 41, 51, 61, 64,  
     68, 78, 85, 103, 106, 114, 116, 118, 120,  
     121, 123, 141, 159, 162, 164  
 ustvarjanje kraja, 85  
 utemeljena teorija (prizemljena teorija), 111

## V

Valonija, 13, 30, 31  
 vedenje turistov, 55, 66  
 vednost, 90  
 verodostojnost podatkov, 71  
 večšine, 5, 21, 22, 69, 107, 140, 141, 162, 163,  
     164  
 viri, 35, 62, 95  
 vključevanje, 5, 6, 8, 13, 25, 32, 37, 38, 47, 49,  
     56, 68, 69, 87, 103, 108, 127, 129, 160, 161,  
     163  
 vodnik, 20, 21, 41, 42, 44, 45, 58, 72, 74, 85,  
     86, 87, 98, 132, 150  
 vprašanja, 11, 12, 14, 15, 22, 30, 32, 33, 34, 40,  
     41, 42, 54, 62, 64, 66, 72, 75, 77, 82, 86, 88,  
     89, 94, 101, 105, 107, 109, 117, 120, 121,  
     122, 123, 139, 140, 141, 144, 148, 151, 153,  
     157, 161, 162, 164  
 vrednost, 2, 6, 9, 28, 34, 40, 45, 47, 50, 51, 52,  
     53, 61, 62, 64, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 75,  
     93, 98, 103, 107, 108, 110, 119, 127, 132,  
     152, 156, 159  
 vrednote, 20, 40, 88, 98

vrednotenje, 6, 41, 63, 71, 80, 137, 138, 160, 164  
vsečina, 1, 2, 4, 5, 9, 12, 20, 21, 23, 54, 59, 61, 62, 64, 68, 74, 144, 150, 155, 158, 159, 160, 163  
vstopnina, 23

## Z

zagotavljanje integritete podatkov, 71  
zapisovanje, 72, 89, 108, 157  
Zettelkasten, 77, 90, 93, 112, 116, 117, 118, 138, 159  
ZDA, 4, 12, 14, 18  
zbiranje besedil, 63  
Zelena shema slovenskega turizma, 25  
zemljevid, 21, 24, 42, 45, 57, 65, 94, 103, 113, 118, 120, 126, 127, 128, 131, 132, 133, 149, 155, 156, 163

zgodba, 2, 13, 14, 25, 29, 30, 36, 37, 39, 45, 46, 52, 57, 58, 59, 61, 62, 71, 74, 75, 77, 79, 82, 86, 89, 91, 92, 98, 110, 114, 118, 120, 122, 123, 129, 142, 145, 156, 157, 159, 163  
zgodovina, 9, 19, 22, 24, 33, 41, 42, 64, 69, 74, 75, 78, 79, 85, 88, 122, 129, 130, 149  
znamčenje, 1, 3, 25, 43, 53, 56, 63, 64, 67, 70, 78, 80, 153, 162  
znamčenje turistične destinacije, 43  
znamenitost, 6, 7, 8, 21, 22, 23, 24, 25, 41, 57, 59, 63, 79, 91, 123, 144, 160, 161  
znamka, 59, 62, 63, 65, 68  
zvrst, 54

## Ž

žanr, 9, 10, 17, 20, 24, 37, 51, 55, 130  
želja, 17, 30, 41, 82, 107, 133, 141  
življenjski slog, 66, 162

# POTOPISNO PRIPOVEDNIŠTVO ZA TURIZEM IN ZNAMČENJE MEST: METODOLOGIJE PISANJA O URBANIH PROSTORIH

CHARLIE MANSFIELD,<sup>1</sup> JASNA POTOČNIK TOPLER<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Univerza v Plymouthu, Fakulteta za poslovne vede, Plymouth, Združeno kraljestvo  
Velike Britanije in Severne Irske  
cmeserveorg@gmail.com

<sup>2</sup> Univerza v Mariboru, Fakulteta za turizem, Brežice, Slovenija  
jasna.potocnik1@um.si

Znanstvena monografija prispeva k profesionalizaciji potopisnega pripovedništva. Njen pristop vzpostavlja novo povezavo med turizmom in znamčenjem mest, ki bo spodbudila nove potopisce in blogerje k premišljenemu ustvarjanju visokokakovostnih vsebin. Knjiga ponazarja, da je literarno potopisno pripovedništvo raziskovalni proces, ki ga lahko avtor – raziskovalec uporabi v prostorih, kjer nastaja vrednost. Raziskovalni proces to vrednost izlušči, shrani in posreduje, hkrati pa piscu služi kot orodje za poglobljeno raziskovanje prostora. Potopisno pripovedništvo kot raziskovanje je predstavljeno kot metodološka praksa, ki se je raziskovalci lahko naučijo in jo uporabijo pri svojih projektih tako v akademskem kot v komercialnem kontekstu znamčenja mest. Pregledani so primeri literarnega potopisnega pripovedništva iz raziskovalnih projektov avtorjev, njihove učinke pa dodatno osvetljujejo nadaljnje analize. Znanstvena monografija vsebuje tudi raziskovalne ugotovitve o urbanih prostorih, pridobljene s to novo metodo, ki služijo kot dokaz učinkovitosti pristopa. V nekaterih primerih so ugotovitve združene v narativno besedilo, ki v literarni obliki prispeva nova spoznanja.

DOI  
[https://doi.org/  
10.18690/um.ft.1.2026](https://doi.org/10.18690/um.ft.1.2026)

ISBN  
978-961-299-115-9

**Ključne besede:**  
potopisno pripovedništvo,  
znamčenje,  
turizem,  
komuniciranje,  
jezik,  
angleščina,  
metodologije



Univerzitetna založba  
Univerze v Mariboru

DOI  
[https://doi.org/  
10.18690/um.ft.1.2026](https://doi.org/10.18690/um.ft.1.2026)

ISBN  
978-961-299-115-9

**Keywords:**

teaching,  
travel writing,  
movement,  
sign languages and non-  
verbal communication,  
curriculum

# TRAVEL WRITING FOR TOURISM AND CITY BRANDING: URBAN PLACE-WRITING METHODOLOGIES

CHARLIE MANSFIELD,<sup>1</sup> JASNA POTOČNIK TOPLER<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Plymouth University, Faculty of Business, Plymouth, United Kingdom of Great Britain  
and Northern Ireland  
[cmeserveorg@gmail.com](mailto:cmeserveorg@gmail.com)

<sup>2</sup> University of Maribor, Faculty of Tourism, Brežice, Slovenia  
[jasna.potocnik1@um.si](mailto:jasna.potocnik1@um.si)

The monograph contributes to the professionalisation of travel writing. Its approach establishes a new connection between tourism and city branding, which will encourage new travel writers and bloggers to produce thoughtful, high-quality content. The book demonstrates that literary travel writing is a research process that an author–researcher can apply in spaces where value is created. This research process extracts, preserves and communicates that value, while also serving the writer as a tool for in-depth exploration of place. Travel writing as research is presented as a methodological practice that researchers can learn and apply in their projects, both in academic contexts and in the commercial context of city branding. Examples of literary travel writing from the authors' research projects are examined, and their effects are further analysed. The monograph contributes new insights, also by including research findings on urban spaces obtained through this new method.



University of Maribor Press





Javna agencija za znanstvenoraziskovalno  
in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije



Dr. **Charlie Mansfield** je poučeval management turizma na podiplomskih in dodiplomskih študijskih programih ter književnost in kulturo na Fakulteti za poslovne vede Univerze v Plymouthu. Njegovo raziskovalno delo se osredotoča na znamčenje mest in turizem kulturne dediščine. Objavlja na področju literarnega turizma, raziskuje na področju kulture in kulturne dediščine ter se projektno udeleži. Njegovi doktorski študenti uporabljajo literarno potopisno pisanje kot del metodologije svojih doktorskih raziskav.

Dr. **Jasna Potočnik Topler** je redna profesorica za področje turizma in lektorica za angleški jezik. Njeno raziskovanje je večdisciplinarno in vključuje turizem, kulturni turizem s svojimi podvrstami, komuniciranje v turizmu in izobraževanje za turizem. Je avtorica več knjig, znanstvenih člankov, gostujočih predavanj na tujih univerzah (npr. Algarve, Plymouth, Videm, Perugia, Zagreb itd.) in na konferencah ter članica uredniških odborov različnih znanstvenih in strokovnih revij. Vključena je v različne domače in mednarodne raziskovalne in aplikativne projekte, ki jih vodi ali v njih sodeluje. Uspešno je zaključila več mednarodnih projektov in projektov z lokalnim okoljem.



Univerza v Mariboru

Fakulteta za turizem