



Katarina Flajs

*dipl. org. managementa
vodja poslovalnice NKBM na Ptuj*

*Ul. heroja Lacka 5
2250 Ptuj*

Slavko Flajs

diplomirani ekonomist

*NLB
Titova cesta 2
2000 Maribor*

*Korant – tradicija,
blagovna znamka in
turistična priložnost*

Ključne besede: korant, pust, kurentovanje, demon,
maskiranje, zli/dobri duhovi, blagovna znamka

Korant – tradicija, blagovna znamka in turistična priložnost

IZVLEČEK

Avtorja se v sestavku osredotočata predvsem na novo in inovativno uporabo pustnega lika, ki je v tem delu Slovenije postal pravi simbol, ponekod celo blagovna znamka, kakor tudi na zaščito in ohranjanje prastarih šeg in navad skozi nov turistični produkt. Koranta predstavita kot turistično blagovno znamko, Ptuj z okolico kot deželo tradicij in tudi novo destinacijo – Korantovo deželo.

Korant – Tradition, Trade Mark and an Opportunity for Tourism

ABSTRACT

In their contribution the authors focus above all on the new and innovative use of a carnival figure that has already become a true symbol in this part of Slovenia, somewhere even a trade mark, they also focus on the protection and preservation of very ancient customs and habits through a new tourist product. They present korant as a tourist trade mark, Ptuj and its surroundings as a country of traditions and as a new destination – *Korant's Land*.

Katarina Flajs, management organizer, NKBM, chief of the bank branch in Ptuj, Ul. heroja Lacka 5, 2250 Ptuj

Slavko Flajs, economist, NLB, Titova cesta 2, 2000 Maribor

Key words: korant, carnival, carnival period, demon, masking, evil/good spirits, trade mark

POVZETEK

Korant je bil že od poganskih in kasneje krščanskih časov med najpomembnejšimi etnografskimi liki Slovenije.

V bogati slovenski etnološki dediščini ima korant dominantni položaj. Bogata dežela Spodnjega Podravja, to je Ptujskega polja in dela Srednjih vinorodnih Haloz, je že od nekdaj njegova dežela.

Lik predstavlja pozitiven simbol, simbol maskiranja, ne gre za prekrivanje identitete s ciljem ustrahovanja. S svojim posebnim plesom v skupini in z zvončkljanjem simbolno kliče pomlad in nagovarja naravne sile, da premagajo zle duhove, temo in mraz, ter v deželo privabijo pomlad.

Izgradnja Korantove dežele bi obiskovalcem omogočala srečanje s tem pustnim likom skozi vse leto, saj vemo, da se »pravi« koranti pojavljajo le med svečnico in pepelnično sredo. Hkrati pa bi tudi obiskovalcem kurentovanja dovoljevala vpogled v še vedno nepojasnjen izvor koranta, njegovo poslanstvo, razvoj, uporabo in zlorabo v komercialne namene ter drugo.

Prispevek se osredotoča predvsem na novo in inovativno uporabo pustnega lika, ki je v tem delu Slovenije postal pravi simbol, ponekod celo blagovna znamka, kakor tudi na zaščito in ohranjanje prastarih šeg in navad skozi nov turistični produkt.

KORANT – TRADITION, WARENZEICHEN, TOURISTISCHE GELEGENHEIT

Korant gehörte bereits seit der Heidenzeit und später der Christentum- Zeit zu den bedeutsamsten ethnologischen Figuren Sloweniens.

Im reichen slowenischen ethnologischen Erbe nimmt *Korant* eine dominante Stellung ein. Die reiche Region von Spodnje Podravje (Unter-Drauland), das sind Ptujsko polje (Ptujer Feld) und ein Teil des an Weingärten reichen Hügellands Haloze, ist schon seit eh und je sein Heimatland.

Die Figur stellt ein positives Symbol dar, ein Symbol des Maskierens, es geht nicht um die Identitätsüberschneidung, die die Einschüchterung als Ziel betrachtet. Durch seinen speziellen Tanz in der Gruppe und das Gebimmel ruft er den Frühling und spricht die Naturkräfte an, er versucht die böse Geister, die Dunkelheit und Kälte zu besiegen sowie den Frühling ins Land anzulocken.

Der Ausbau des *Korantlands* würde den Besuchern ein Treffen mit dieser Faschingsfigur durch das ganze Jahr ermöglichen, wir wissen doch, dass „echte“ *Korants* nur zwischen der Lichtmess und dem Aschermittwoch erscheinen. Gleichzeitig würde es den Besuchern erlauben einen Einblick in die noch immer ungeklärte Provenienz des *Korants*, in seine Bestimmung, Entwicklung, Anwendung und in den Missbrauch für kommerzielle Zwecke und anderes zu bekommen.

Der Beitrag konzentriert sich vor allem auf eine neue und innovative Anwendung der Faschingsfigur, die in diesem Teil Sloweniens zu einem richtigen Symbol, stellenweise sogar zu einem Warenzeichen wurde, so wie auch auf den Schutz und die Erhaltung uralter Sitten und Bräuche mittels eines neuen touristischen Produkts.