

Konstrukcija in trženje kulinarične identitete na Solčavskem



Construction and Marketing
of the Solčavsko Culinary Identity

Vesna Petrič in Sara Sakač

1.03 Drugi znanstveni članek
DOI 10.4312/UCNH6082

IZVLEČEK

Članek obravnava procese ustvarjanja in trženja regionalne kulinarične identitete na Solčavskem. Osredinja se na akterje, ki so vpleteni v turistično-gastronomsko ponudbo območja na različnih ravneh: od individualnih nosilcev ponudbe do občine ter vmesnih institucionalnih teles, ki delujejo predvsem v obliki zvez in društev. Na podlagi zbranega etnografskega gradiva odpira vprašanja o predstavah tradicije in njenega domnevnega obujanja ter o novih kulinaričnih pobudah na proučevanem območju.

KLJUČNE BESEDE: okus, gastronomija, kmečki turizem, Zgornja Savinjska dolina, alpska kuhinja

ABSTRACT

This article explores the processes of constructing and marketing regional culinary identity in the Solčava region. It examines various actors involved in the area's tourism and gastronomic landscape, operating at different levels – from individual providers to the municipality and intermediary institutional bodies, often organized as associations and societies. Drawing on ethnographic material, the study highlights notions of tradition and its purported revitalization, as well as the emergence of new culinary initiatives in the region.

KEYWORDS: flavour, gastronomy, agritourism, Upper Savinja Valley, Alpine cuisine

Solčavsko je prostor, ki ga med drugim oblikujejo naravna krajina in kulturna dediščina ter številni režimi njenega varovanja, kot tudi lokalno gospodarjenje, povezano zlasti s kmetijstvom, gozdarstvom in turizmom. Pomembno mesto na preseku omenjenih komponent življena zaseda kulinarika, ki ne nastopa le kot del turistične ponudbe, temveč tudi kot dinamičen kulturni izraz in način oblikovanja lokalne identitete.

V prispevku se bova ukvarjali z vprašanjem, kako se oblikuje in vzdržuje ideja »solčavskih okusov« ter kako je povezana s percepcijami odročnosti prostora, samozadostnosti, kakovosti, lokalnosti, tradicije in avtentičnosti, pa tudi, kako jo sooblikujejo tehnološke spremembe ter turistična pričakovanja. Pozornost bova namenili institucijam in lokalnim akterjem, ki sooblikujejo gastronomsko identiteto kraja – denimo s spodbujanjem kratkih dobavnih verig, vključevanjem hrane v turistično ponudbo, promocijo lokalne dediščine – ter ohranjajo in prenašajo »tradicionalna znanja«. Pomembno vlogo igrajo tako občina in zavod Center Rinka kot tudi posamezne turistične kmetije ter zaposleni v gostinstvu in drugi nosilci lokalne kulinarične ponudbe, ki hrano umeščajo v širšo naracijo o Solčavskem kot o posebnem, drugačnem, izjemnem prostoru.

Prispevek temelji na etnografskem raziskovalnem delu: glavnino etnografske raziskave sva izvedli v okviru Etnološkega tabora treh dolin septembra 2022. Opirava se na gradivo, zbrano z opazovanjem z udeležbo ter polstrukturiranimi intervjuji s sogovornicami, ki živijo ali delajo na Solčavskem ter so na različne načine vključene v turistične in kulinarične dejavnosti. Njihove izkušnje in pripovedi osvetljujejo, kako se lokalna kulinarika oblikuje na presečišču idej o tradiciji, inovaciji ter strateškem umeščanju v širši turistični razvoj. V prvem delu prispevka se ukvarjava z vprašanjem »solčavskih okusov« in odročnosti, nadaljujeva z analizo etnografskih primerov, nazadnje pa se posvetiva še kulinarični identiteti v kontekstu vprašanja avtentičnosti.

KAKŠNI SO OKUSI SOLČAVSKEGA?

Hrana je v družbenem življenju ljudi izjemnega pomena; z njeno pomočjo se ljudje spominjajo, prenašajo vrednote in navade skupnosti, ohranjajo tradicije, gojijo individualne in kolektivne občutke ter čustva, vzpostavljajo medsebojna razmerja (Godina Golija 2014: 64), nenazadnje pa se tudi razločujejo, tako družbeno-kulturno kot geografsko. Z geografskim označevanjem hrane so začeli v Franciji, kjer so že na začetku 19. stoletja pri vinu zagotavljali podatke o poreklu in specifični lokaciji, od koder izvira. Tam je nastal pojem *terroir*, ki je najprej opisoval tehnične podatke o terenu, geologiji, prsti, mikroklimi, rastišču itn., ki naj bi ustvarjali značilne okuse določenega živila. Danes *terroir* zajema tudi ljudi, vključene v proces pridelave, ter veščine in znanja, ki so potrebni za obdelovanje določene krajine (Berris 2019: 61–75, Pratt 2007: 285–300). Opisani pojem izpostavlja predvsem povezanost ljudi, ki pridelujejo in predelujejo določena živila, s krajino, iz katere ta živila »izhajajo«. Tudi na Solčavskem hitro naletimo na predpostavko, da naj bi bila prehrana tesno povezana z geo-

grafskimi značilnostmi prostora: »Način življenja, ki ga je pogojevala predvsem geografska lega Solčave, je izoblikoval človeka ter prispeval k razvoju nekaterih prehranskih posebnosti in 'solčavskih' jedi« (Brlec Suhodolnik 2015: 8). Eden izmed vzrokov, da je na Solčavskem povezava med geografijo, ljudmi in hrano tako tesno stkana, je po mnenju lokalnih akterjev odročnost. S tem merijo na specifično korelacijo geografskega konteksta in fizičnih lastnosti prostora, pa tudi na procese, transformacije ter delovanja »na polju političnega, zgodovinskega in materialnega« (glej Germ, Krampfl in Krašovic 2022: 30). Predstave o odročnosti in samozadostnosti, ki opredeljujejo prostor ter načine bivanja (prav tam), se kažejo tudi v »tipičnih« solčavskih jedeh in v razumevanju njihove specifičnosti.

»Hrana je bila preprosta. Tisto, kar si doma imel, tisto si ponugal,« je poudarila ena izmed sogovornic (Natalija Ramšak, intervju, Podolševa, 21. 9. 2022). Za »tradicionalno« solčavsko kuhinjo (Brlec Suhodolnik 2015) so značilni krepki in obilni obroki, v ospredju katerih so mlečni izdelki (npr. *zmetki* – pinjenec, *masunk* – prevreta smetana ali maslo z moko, *sirnek* – zorjena skuta, *sirnica* – juha s sirnekom), žitarice (*putrtobi* – sladki hlebčki iz pšenične moke, *ajdnek* – ajdova potica, *ovsenak* – ovseni kruh, *drkung* – pšenični drobljenec kot polnilo na primer krvavic) in mesnine (*savinjski želoc*). Naštete elemente lahko obravnavamo kot zapuščino visokogorske pašne živinoreje (prav tam), saj gre pri omenjenih jedeh za lokalne različice jedi, ki jih najdemo tudi v drugih alpskih prostorih, kjer so na voljo podobne sestavine in kjer so zaradi okoljskih ter klimatskih dejavnikov podobne razmere za kmetijstvo.

Vsakdanji jedilnik se je sicer zaradi različnih dejavnikov korenito spreminjal, kljub temu pa vodilo o preprostosti in lokalni dostopnosti hrane velja tudi danes. Opažava, da sogovornice v ospredje postavljajo svoj odnos do prostora in lokalne (kulinarične) zapuščine. »Poskusimo skržiti na to, kar dejansko imamo,« zaključuje sogovornica Marjana (Marjana Vršnik, intervju, Robanov kot, 20. 9. 2022). Tako za lastne potrebe kakor za potrebe turizma sogovornice najraje posežejo po lokalno pridelani hrani:

V Solčavi se mi zdi, da smo ponudniki, pa tudi [...] proizvajalci določenih stvari, od peke, mleka do mesa, kar fejest povezani. [...] Če bi karkoli jemali, je nam pomembno, da je tisti, od katerega jemljemo [lokalni pridelovalec], da gre po istih stopinjah, da ima iste kriterije kot mi. [...] Nikoli si nismo konkurenti, ampak smo bolj sodelavci. Se mi zdi, da sam ne moreš, pa tudi zakaj pa bi. (Natalija Ramšak, intervju, Podolševa, 21. 9. 2022)

V besedah sogovornice lahko zaslutimo povezanost, o kakršni v kontekstu odročnosti pišeta Martin Saxer in Ruben Andersson (2019: 143). Ugotavljata namreč, da je odročnost »proces odmikanja in hkratnega selektivnega ustvarjanja novih vezi«. Z zavračanjem interpretacije odročnih prostorov kot marginalnih (prim. Harms in Hussain 2014: 361–367) o njih razmišljata s pomočjo ideje poti (pathways) (glej tudi Ingold 2015), torej povezav, pogojenih tudi s topografijo in krajino. O poteh je po Harmsu in Hussainu (2014) produktivno razmišljati tudi zato, ker omogočajo, da v ospredje pridejo srečevanje, premikanje in izmenjevanje. Tako so lahko etnografsko izhodišče povezave in razmerja, ki se vršijo v specifičnem prostoru.



Fotografija 1: Savinjski želodec v Logarskem kotu (Vir: Center Rinka 2025a).

Prav te povezave so ključne, da lahko govorimo o kulinarčni identiteti Solčavskega. Hrana ima osrednji pomen za občutek skupinske pripadnosti, zato lahko o njej govorimo tudi kot o eni pomembnejših identitetnih sidrišč (glej Ule 2000). Maja Povrzanović Frykman (2009: 108) trdi, da se verjetno nekatere »homogene skupnosti oblikujejo na podlagi skupnih praks, in ne v smislu skupnosti glede na izvor ali etnijo«, čeprav lahko skupnosti naknadno svoj obstoj utemeljujejo prav v skupnem izvoru, kot velja tudi na Solčavskem (Bajič 2023).

Skupne prakse, povezane s hrano, pa so povezane tudi z okusom, ki je v kontekstu najine raziskave prav tako osrednjega pomena. Okus in okušanje sta habituirana praksa, ki je plod plastenja preteklih izkušenj ter je tesno povezana s spominom (Bourdieu 1984). Govorimo lahko o »kultivaciji« okusa v kontekstu proučevane družbe oziroma o družbenosti okušanja. Pri tem posameznik ni le pasivni sprejemnik zaznav, temveč jih nenehno upomenja, zato sta okušanje in družbenost v soodvisnem razmerju – družbenost vpliva na proces okušanja, kakor tudi obratno (seveda lahko podobno trdimo tudi za preostale čute). Tako lahko predpostavimo, da »kultivacija« okusov v kontekstu specifičnega načina bivanja v določenem geografskem okolju ustvarja (ohranja in preoblikuje) kulinarčno identiteto prostora.

Toda Bojan Baskar (2025) opozarja, da je prostor treh alpskih dolin premajhen, da bi lahko v tem kontekstu govorili o solčavskem okusu kot o »sistematičnem pojavu«, ki »bi predpostavljal obstoj kompleksne in unikatne solčavske kuhinje«. V okviru komparativne jezikovne analize okusa in okušanja ter obravnave »flavorologije«, ki se je razvila kot »proizvod moderne kemične znanosti«, poudarja, da terminologija lokalnih okusov nastaja v odvisnosti od jezikovnih prostorov in njihovih koncepcij okusov ter specifičnega registra (turistične) industrije. Baskar s tem problematizira termin »solčavski okus« kot turistično invencijo geografsko zamejenega okolja, ki se želi postaviti na mednarodni (ali vsaj avstrijski) gastronomski zemljevid s prevodom *Geschmack von Solčava-Gebiet*. Hkrati poudarja,

da solčavski okus (oziroma okus Solčavskega) kot tak ne obstaja, saj v svojih določujočih lastnostih ni dovolj distinktiven ali poseben, da bi po »gustativno-olfaktoričnih načelih« (tipične sestavine, ustaljene kombinacije jedi, začimb, načini priprave itn.) izstopal kot regionalna posebnost (Baskar 2025).

TRADICIJA: OHRANJANJE, OBUJANJE IN EKSPERIMENTIRANJE

Kljub kulinaričnim sorodnostim z drugimi območji v Sloveniji in širše v alpskem prostoru kulinarični turizem na Solčavskem temelji na p(r)odajanju celovite in edinstvene izkušnje regije ter njene tradicije. Tovrstna gastronomska nišna ponudba je kombinacija izkustvene ekonomije in intimnostnega turističnega modela (Sidali, Kastenholz in Bianchi 2013) ter meri na turiste, ki iščejo okolju prijazne, trajnostne počitnice in nove izkušnje. Prav gastronomska ponudba pa je tista, ki lahko razmeroma enostavno utelesi omenjene predstave in ideale. Svojo identiteto zato gradi na izumljeni tradicionalnosti in ohranjanju zapuščine, kamor lahko prištevamo tako kuharska znanja in recepture kot tudi sestavine ter seveda same jedi. Toda, da so »lokalni okusi« lahko pripoznani v širšem, potencialno globalnem prostoru, ponudniki težijo k predstavljanju »posebnosti« na način, da bodo te po okusu zamišljenega, idealnega turista. Prijem, ki ga v ta namen pogosto uporabljajo, je podeljevanje certifikatov in nagrad ter umeščanje na sezname, ki potrjujejo izvor, način proizvodnje oziroma priprave ter domnevno tradicijskost sestavin in jedi. Tudi na videz nezaznamovana živila, kot je denimo mleko, so lahko predmet tovrstne certifikacije. Več manjših kmetij na Solčavskem je v preteklosti zaradi nerentabilnosti sicer opustilo domačo predelavo mleka, vendar so, ko je Aktiv kmečkih žena Solčava organiziral serijo praktičnih izobraževanj o predelavi mleka, dejavnost obudile. »Je bilo kar veliko zanimanja in tisti, ki se je želel v to podat, je šel naprej in je to [razvil]. In je zdaj po dolini iz teh tečajev kar nekaj ljudi prešlo na to, da so odprli doma dejavnost za predelavo mleka,« je povedala sogovornica (Jožica Bezovnik, intervju, Logarski kot, 19. 9. 2022). Nekatere kmetije, ki so prej mleko oddajale mlekarnam, so ga sedaj zadržale in ga predelovale za lastne potrebe, večina pa je tudi prepoznala in izkoristila obujanje mlekarstva kot priložnost za razširitev svoje turistične ponudbe.

Kot rečeno, obenem mnogi iščejo novosti, s katerimi bi tradicionalne kulinarične in prehranske prakse ter znanja preobrazili v nove izdelke ali doživetja. Tak primer so različne oblike degustacij ali ponudba piknika v naravi (Center Rinka 2025b). Sem bi lahko prišleli tudi nekatere sire, katerih recepturo prilagajajo ter spreminjajo na primer z dodajanjem zelišč in začimb. »Del te dopolnilne dejavnosti za predelavo mleka imajo po večini bolj mlade družine. In so začeli na drugačen način malo improvizirati, poskušati,« je povedala sogovornica (Jožica Bezovnik, intervju, Logarski kot, 19. 9. 2022). Natalija Ramšak, ki vodi Eko turistično kmetijo Ramšak v Podolševi, pa je opisala primer lastne inovacije, tesno povezane s potrebami turizma:

Na primer imeli smo [...], je nam pač mleko ostajalo. In smo začeli na primer delat take sirove kroglice v olivnem olju. Tu, na primer v Solčavi oziroma v Savinjski [dolini], tega, da bi jaz vedela,

še ni bilo. Delali smo z različnimi okusi. In se je zdelo zanimivo jim [obiskovalcem]. Na primer to je bila taka stvar, kar se je tudi domačinom zdelo zanimivo in se je kar fejest prodajalo. Bilo je nekaj tega, ko še noben tule ne dela. [...] Ker če je kriza v prodaji, da je preveč ponudbe, pol si lahko tudi ne vem kako dober, ampak ti stvari ostajajo, ampak moraš nekaj na novo izumit, bom rekla, da je ljudem zanimivo, da porabiš tista svoja živila, ki jih imaš na tak način. (Natalija Ramšak, intervju, Podolševa, 21. 9. 2022)



Fotografija 2: Siri z različnimi okusi Matkove kmetije (Vir: Center Rinka 2025c).

Poleg mlečnopredelovalne dejavnosti so se nekatere kmetije usmerile v prodajo domačih čajev, peko peciva, izdelavo sladoledov iz kozjega mleka ipd. Te iniciative posameznikov in skupnostnih akterjev (npr. Društvo kmetov Zgornje Savinjske doline, Združenje kmečkih sirarjev Slovenije, Aktiv kmečkih žena Solčava), ki povezujejo določena agrarna in prehranska znanja ter veščine, sooblikujejo strategije, ki predstavljajo kulturno dediščino v turizmu (Bessiere 1998: 29–30). Na Solčavskem so razvili več praks, ki turističnim ponudnikom zagotavljajo večjo stopnjo finančne varnosti in nenazadnje tudi možnost poslovnega razvoja. Svoje izdelke lahko tako prodajajo v temu namenjenih avtomatih z mlečnimi in suhomesnimi izdelki, ki so postavljeni na bolj obiskanih mestih (npr. v središču Solčave, pod slapom Rinka, na Solčavski panoramski cesti). Obiskovalcem so na voljo ob katerikoli uri dneva. Ko se spraznijo, jih ponudniki zopet napolnijo. S tem se kmetom ne le olajša prodaja, temveč, kot poudarjajo sogovorniki, tudi razširi njihov prodajni doseg.

PROMOCIJA, PROMOCIJA, PROMOCIJA

Turistične kmetije, ki jih smatrava za najpomembnejše nosilce gastronomske ponudbe v regiji, samostojno oglašujejo predvsem nastanitve, kulinarčna ponudba pa je »dodatek«, ki skupaj s prodajo domačih izdelkov (npr. volneni in leseni izdelki, čaji) tvori celostno ponudbo bivanja na kmetiji. Za (samo)promocijo in trženje skrbijo večinoma same, kar pome-

ni, da turistična (in gastronomska) reprezentacija postane neke vrste podaljšek domačega gospodarjenja. Toda tovrstno domače gospodarjenje se nadaljuje v sodelovanju z občino, pa tudi povezovanju na nacionalni in mednarodni ravni. V nadaljevanju zato izpostavlja nekaj pobud in projektov, ki potekajo v sodelovanju med individualnimi ponudniki ter institucijami, bodisi Občino Solčava bodisi Centrom Rinka, ki sodeluje s Slovensko turistično organizacijo. Pobude za tovrstne iniciative prihajajo z obeh strani – od zgoraj navzdol in obratno. Mateja Brlec Suhodolnik, višja svetovalka na občini, sicer pa tudi avtorica *Kuhinje naših babic* (2015), poudarja, da sta vzajemno sodelovanje in ustvarjanje dobre turistične ponudbe preprosto nujna.

Tiste pobude so po navadi iz strani nas [občine]. Ali pa včasih je tako, da kakšna ideja pade s terena, pa zori, pa potem tukaj vidimo priložnost mogoče kakšnega projekta, pa se skupaj zložimo pa malo zmenimo, pa spet gre eno z drugim. Obojestransko, no. Institucija ali pa mi, ki delamo tukaj, brez posameznikov, občanov, periferije, nimamo kaj za delati tukaj. [...] Vzročno posledično. Brez tega, da bi institucionalno spodbujali, delali, ne bi imeli toliko nosilcev znakov. Spet, nosilci znaka ne morejo brez nas oziroma mi brez njih smo [nič]. (Mateja Brlec Suhodolnik, intervju, Solčava, 20. 9. 2022)

Na ravni celotne občine je ena pomembnejših pobud *Solčavska panoramska cesta*. Območje Podolševe s številnimi razpršenimi kmetijami je z vzpostavitvijo Solčavske panoramske ceste povezano v strnjeno turistično podobo. Solčavska panoramska cesta ali *Pot najlepših razgledov* obiskovalce prostorsko usmerja ter jim predstavi različne tematske, sprehajalne in planinske poti in petnajst kulinarčnih postojank – visokogorskih kmetij. Solčavska panoramska cesta je izjemnega pomena, ker obiskovalca usmerja in vodi do ponudnika, tudi če je ta oddaljen od njegove začetne točke.

Kmetje se lahko s svojimi produkti predstavijo in jih prodajajo na različnih lokalnih prireditvah in sejmi, na festivalu Bicka, dnevih kulinarike, ki so se začeli v sklopu projekta »Iz narave na krožnik«, ter na poletni »Solčavski ižini« (ižina v solčavskem govoru označuje kosilo). Slednja je primer vzpostavitvečasne restavracije s pogostitvijo na prostem, ki je razbremenila kmetovalce v obdobju sezonskega navala turistov v juliju in avgustu, vendar jim hkrati še vedno zagotovila dobiček od kuhe, ki jim je v tem obdobju ni treba zagotavljati doma, temveč v vasi Solčava. Idejo za »Solčavsko ižino« nama je Mateja Brlec Suhodolnik razložila takole:

Ker smo opazili, da ljudje odhajajo od nas lačni, da je večji obisk kot ponudba. Predvsem obiskovalci. Ker v času sezone so pri nas ponudniki 100 % zasedeni. [...] Za vikende, praznike je ogromno dnevnega obiska, takrat vse poka po šivih in ni dovolj [kulinarčne ponudbe]. (Mateja Brlec Suhodolnik, intervju, Solčava, 20. 9. 2022)

Zunaj občinskega okvira, na nacionalni in mednarodni ravni, se solčavska hrana postavlja na kulinarčni zemljevid kot del večjega (alpskega) turističnega imaginarija tudi s pomočjo certifikatov in označb. Slednji so povezani predvsem s trajnostnim turizmom. Solčavska regija je nosilec več nazivov Zelene sheme slovenskega turizma: Slovenia Green

Destination Gold (Logarska dolina), Slovenia Green Park in nagrada CIPRA (Mednarodna komisija za varstvo Alp) za najbolje upravljano zavarovano območje v Alpah (Krajinski park Logarska dolina). Od Evropske komisije je regija dobila naziv Evropska destinacija odličnosti (EDEN oziroma European Destinations of Excellence), uvrščena je bila med sto najboljših trajnostnih destinacij na svetu, Solčavsko pa na seznam Best tourism villages Svetovne turistične organizacije (UN Tourism). Omenjene označbe utrjujejo prepoznavnost destinacij Solčava in Logarska dolina ter ju na sebi lasten, standardizirajoč način razlikujejo od množice drugih turističnih destinacij. Posledično pa tovrstna pripoznanja privabljajo turiste tudi v sosednji dve dolini – v Robanov in Matkov kot.

Poleg tega ne smemo zanemariti promocije s pomočjo geografske označbe porekla, ki jo ima zgornjesavinski želodec. Ker obstaja interes, da bi z označbo zaščitili tudi sirnek, si nekateri akterji želijo začeti s procesom standardizacije proizvodnje (Natalija Ramšak, intervju, Podolševa, 21. 9. 2022). Z uvajanjem protokola izdelave in označevanjem pa se doseže tudi standardizacija okusa, ki se lahko oglašuje z načrtovano vizualno podobo in narativno strategijo (Grasseni 2005: 84). Proces trženja dediščine se tako začne z ustvarjanjem ustaljene recepture in zgodbe, ki bo podpirala izdelek ali jed, hkrati pa tudi z določenim poenotenjem in homogenizacijo sicer različnih načinov pridelave in predelave, kar seveda proizvaja nekatere paradoksalne učinke trženja »lokalnosti«.

Zgodba o lokalnemu produktu, sploh če pridobi geografsko označbo porekla, »oza-veščenemu« potrošniku omogoča premostitev razdalje med njim in proizvajalcem (Bessiere 1998: 25). Z njim vzpostavi vez, bodisi neposredno z nakupom pri kmetu ali posredno prek vizualne podobe oziroma embalaže v trgovini. Tovrstna označba torej ne zagotavlja zgolj užitnosti hrane, temveč naj bi jamčila tudi zgodovino in identiteto, ki sta povezani z določenim živlom oziroma nujni zanj. Certifikati obljublajo kakovost, hkrati pa tudi kulturno doživetje danega okolja in apropiacije lokalne identitete (Bessiere 1998). Bessiere se naslanja na Fischlerjevo teorijo (Fischler 1993 po Bessiere 1998), ki pravi, da kulinarični turist z zaužitjem integrira kulturne karakteristike hrane in tako »postane del kulture«. To počne v želji, da bi doživel idealizirano ponudbo, nasprotno urbaniziranemu svetu, iz katerega želi pobegniti »nazaj v naravo«. Ravno ta »pobeg v solčavsko naravo« nastopa kot kurirana naracija proučevane lokacije tudi v drugih, ne zgolj kulinaričnih kontekstih.

Označba geografskega porekla naj bi potrošniku zagotavljala pristnost, stik z »doma-čim in avtentičnim« (Bessiere 1998). Vseeno pa lahko za tistega, ki proizvaja živila z geograf-sko označbo porekla ali z drugimi označbami, slednje – kljub številnim prednostim, ki jih s tem dobi – predstavljajo breme. Za nekatere, denimo male kmete, je že sama pridobitev označb zelo zahtevna, včasih praktično nemogoča.

Je pa problem pri teh zaščitah živil. Ker zaščite živil niso poceni. To je res izredno velik strošek, ki si ga takole čisto iskreno povedano taka majhna kmetija, kot smo mi, s samo prodajo sirneka, samo promocijo sirneka ne moreš privoščiti. [...] Naša velika želja je, da bi se zaščitil sirnek. Ampak vsako leto investirati praktično ne moreš. [...] Od same izvedbe, papirologije do samega procesa postopka, kontrole ... je težko eno kmetijo s tem obremeniti. (Natalija Ramšak, intervju, Podolševa, 21. 9. 2022)

Če se proizvajalci držijo postopka priprave, toda nimajo omenjenega certifikata kakovosti, so pogosto prisiljeni tudi v nižanje cene izdelka. Zaradi pravne zavezanosti ga morajo prodajati pod drugim imenom. Rešitev za to težavo je lahko sponzorsko podjetje ali kolektivna organizacija zainteresiranih kmečkih ponudnikov. Oziroma, kot je izpostavila Natalija Ramšak:

Iskreno povedano, zgornjesavinski želodec je zaščiten. Ampak pri njih, na primer, jim to financira neko podjetje. Kar je svetoven plus. In bi bilo na primer tudi v našem primeru res nekaj najboljšega, da bi se nek sponzor našel, da bi to naredil. (Natalija Ramšak, intervju, Podolševa, 21. 9. 2022)

»NA VAŠE ŠTRUKLE SMO PRIŠL, TAKO SO DOBR, TAKO SO DOBR«¹

Kulinarična identiteta je zamišljena celota, katere drobce skušajo turistične kmetije, restavracije, institucije in posamezniki prikazati obiskovalcem treh dolin. Skozi jedi in živilske produkte želijo domačini posredovati spoštovanje do prehranske dediščine ter tradicije:

Danes še ohranjene jedi znova spoznavamo, okušamo, čislamo, ponujamo in uživamo ob njih. Te jedi so naša vrednota, po njih smo prepoznavni. Ravno zaradi teh naših še ohranjenih jedi in še mnogih drugih, ki jih znamo odlično pripraviti, so pa ne le solčavska, temveč vseslovenska kulinarična dediščina v številnih različicah, imamo z razlogom motiv za ohranjanje znanja in spomina, za razvijanje samih sebe in svojih družin z izvrstnimi zdravimi jedmi ter za razvijanje pomembnega turističnega produkta. (Brlec Suhodolnik 2015: 7)

Hrana je pomemben gradnik turizma, saj naj bi odražala kulturo prostora in določene lastnosti lokalnega okolja. Po Richardu Wilku je turizem tisti, ki »ustvarja potrebo po občutku lokalnosti in zavedanju različnosti, unikatnosti in pomembnosti« (Wilk po Long 2018: 4). Turist tako prepozna lokalno hrano in prakse, povezane z njo, pri čemer še posebej vrednoti izstopajoče karakteristike in posebnosti v želji po »pristni izkušnji«. Jacinthe Bessiere (1998: 23) piše, da lahko na željo po gastronomski turistični izkušnji gledamo kot na turistovo »integracijo v novo kulturno okolje skozi prehranjevanje, tako s psihološkega kot s fiziološkega vidika«. S svojo gostinsko podobo se turistični ponudniki v tekmovanju z drugimi turističnimi destinacijami opirajo na lastne posebnosti in razlikovanje od drugih prostorov, pri čemer hrana postane močno orodje diferenciacije. Daša Ličen (2015: 130) piše, da »[h]rana, eden temeljev identitete, na eni strani skupine povezuje, na drugi pa krepko ločuje«. Na Solčavskem naj bi izstopali po tem, da »živila sami pridelujemo, jedi poznamo, spoštujemo, ohranjamo, razvijamo in ob njih uživamo« (Brlec Suhodolnik 2015: 7). V lokalnih zamišljanjih »tipične« solčavske hrane se srečamo s pojmi lokalnega, tradicionalnega in kakovostnega, katerih presek predstavlja koncept avtentičnosti (primerjaj Pratt 2007: 293).

Avtentičnost je po Jeffu Prattu konceptualna povezava med proizvodnjo in potrošnjo ter je v središču razprav o hrani in kakovosti (prav tam). Gre za hrano, ki je lokacijsko specifična in je rezultat razvoja obrtniškega procesa, veščin, spretnosti – najine sogovornice

1

Jožica Bezovnik, intervju, Logarska dolina, 19. 9. 2022.

to povezujejo z idejo domačega. Sogovornica Štefanija, potomka sester Logar, ki so v prvi polovici 20. stoletja vodile hotel v Logarski dolini, pravi:

Vse je bilo pa domače. Vse je bilo doma pridelano. Vrt so imele. Tudi same so imele tudi prašiče od začetka. Pa dve kravi so imele, tako da so imele vse, kar je bilo od mleka, in vse, kar je bilo od mesa, vse je bilo domače. (Štefanija Logar, intervju, Logarska dolina, 19. 9. 2022)



Fotografija 3: Zajtrk na turistični kmetiji Lenar² (Vir: Instagram 2025).

Pojem avtentičnosti se povezuje tudi z idejo kakovosti; to naj bi zagotavljali znana («naravna») lokacija, vsaj določene surovine (npr. mlečnine, mesnine, rastline), procesi pridelave in predelave ter ljudje, ki so v te procese vključeni. Sogovornice lokalnosti pripisujejo velik pomen: »Lokalno gospodarstvo, to se mi zdi zelo pomembno. Tudi, ne samo v kulinariki, tudi v drugih stvareh. [...] V bistvu več ali manj vse [kupujemo] tu. To, kar nimamo sami« (Urška Lenar, intervju, Logarska dolina, 19. 9. 2022). Hkrati se avtentičnost

2

V opisu objave je zapisano: »Zajtrk na turistični kmetiji Lenar v Logarski dolini je prava poslastica, ki je ne gre zamuditi. Kot certificirana ekološka kmetija pri zajtrku ponujamo izključno domače ali lokalno pridelane izdelke. Med bivanjem lahko uživate v našem domačem bezgovem soku, sadnih marmeladah, pecivu ter regionalnih suhih mesninah (npr. savinjski želodec), sirih, medu in jajcih. Ob predhodnem obvestilu z veseljem prilagodimo ponudbo vašim prehranskim omejitvam (prosimo, sporočite nam vnaprej)« (Lenarfarmstay 2025).

opira tudi na idejo trajnosti (Svetel in Zavratnik 2025) in tradicije ter njene celovitosti. Pri slednjem se odpira vprašanje prenosa specifičnih kuharskih tehnik in veščin. Bojan Baskar piše o testeninah oziroma »pašti«, ko pri razvoju jedi izpostavlja tehnike:

[V] duhu francoske etnološke tradicije kulturne tehnologije veliko pozornost posvečajo tehnikam oziroma tehničnim postopkom, kamor sodijo poleg drugih tudi tehnike priprave in obdelave testa, tehnike oblikovanja testa, tehnike kuhanja, tehnike serviranja, tehnike zaužitja hrane itn. Izhajajo namreč iz teoretske podmene, da vse tehnike v okviru skupne kulture sestavljajo tehnični sistem, kar pomeni, da so medsebojno odvisne, koordinirane, analogne itn. (Baskar 2021: 146)

Ena izmed sogovornic je povedala, da se na Solčavskem kuharsko znanje in tehnike prenašajo iz generacije v generacijo ter nadalje v turistično ponudbo: »Kar je stara mama kuhala, sta obe stari mami kuhali, še vedno kuhava z mamo. [...] Seveda so tudi nove [jedi], pa nove sestavine, osnova pa mislim, da kar ostaja, ja« (Marjana Vršnik, intervju, Robanov kot, 20. 9. 2022). Hrana je produkt kontinuiranega in kolektivnega truda, iz katerega izhaja tudi njena vrednost:

Bistvo tega je, da so [predniki] hrano, ki so jo pridelali, prodali na kmetiji. Na tak način so največ takrat iztržili iz tega. Pri nas se ta tradicija nadaljuje, da še vedno pridelujemo hrano, še vedno imamo kmetijo. In še vedno to hrano prodamo in vse porabimo na kmetiji. [...] Večino kuhamo in porabimo. Se pa še vedno pripravlja na tradicionalni način. Lahko vidita, da zakurimo štedilnik in pripravljamo reči. Seveda si pomagamo tudi z drugimi [napravami, tehnikami], ampak to je nam najljubše. Ker se potem fajn kuha in je tudi okusno. (Marjana Vršnik, intervju, Robanov kot, 20. 9. 2022)

Zvestoba tradiciji se po sogovorničinem mnenju kaže v okusu hrane, kar opazijo tudi obiskovalci: »Vsaka ima nek tisti svoj okus in so [gostje] navdušeni, da so to pravi okusi, kot jih več ne poznajo. Opazijo to« (prav tam). Po besedah sogovornice obiskovalci na podlagi lastnega okusa – torej izhajajoč iz osebnih preferenc, pogojenih s habitusom – ocenjujejo okus lokalne solčavske hrane kot »pravi«, kot okus, za oblikovanje katerega so bili potrebni specifično znanje in tehnike ter je povezan s specifičnim krajem in časom (glej Ličen 2015: 127).

Po Prattu potrošnik oziroma turist poskuša vzpostaviti razmerje z avtentičnim s kupovanjem stvari, ki jih vrednoti glede na njihovo povezavo s proizvodnjo. Avtentičnost tako ni povezava s preteklostjo, temveč z ekonomijo; gre za blago, za nekaj, kar ima menjalno vrednost. Paradoksalno skuša turist spoznati vrednost nečesa, kar se postavlja v nasprotje denarne ekonomije, tako, da troši denar (Pratt 2007: 295–297). Kar želijo turistični ponudniki na Solčavskem posredovati v polje turizma, so predvsem pripisane vrednote, ki naj bi jih živeli tudi sami – spoštovanje do okolja, hrane in dediščine. Turist to domnevno prepozna kot avtentično, zato naj bi ideja o doživljanju »pristnega« vodila njegovo izkušanje lokacije, ki jo je obiskal:

Včasih se tudi sprašujemo, malo se pogovarjamo – mi v družini – če bi kaj spremenili. Če bi šli na kaj bolj moderen nivo; tudi na način serviranja ali priprave, da bi zmanjšali porcije [...]. Samo gosti rečejo, da [naj] ne. Da naj kar ostanemo pri tem, ker je to čar neke domače hrane [...], ki jo iščejo, ja. (Marjana Vršnik, intervju, Robanov kot, 20. 9. 2022)

Druga sogovornica, ki na svoji kmetiji prav tako ponuja obroke za obiskovalce, pa izpostavlja, da je vseeno nujno sprejemati številne prilagoditve in kompromise:

Kot nastanitev se moraš gostom prilagoditi. Se tudi prilagajamo s hrano gostom. Se pravi, za te sredozemske, če imamo goste iz sredozemskih držav, damo več sadja, zelenjave, več peciva, sladkega, recimo. Za te bolj severno gor malo več narezka, odvisno, no. V bistvu tisto, kar jim je všeč, tistega, se malo vidi, ne, ali malo veš, ali vidiš, kaj jejo, tistega pol več ponudiš. [...] Ja saj v bistvu imam tudi na zalogi recimo, če kaj prosijo, ali po naročilu tudi kaj naredimo. Pomembno je, da se gostje najejo, da niso lačni, tak da ja, se prilagajamo, no. [...] So pač neke dietarne zahteve nove, mogoče to, no. Ali brez glutena ali vegansko. [...] V bistvu tudi, če treba, pripravim tudi košer. (Urška Lenar, intervju, Logarska dolina, 19. 9. 2022)

Ponudniki se torej s svojo ponudbo praviloma ne prilagajajo sodobnim kulinaricnim smernicam ali trendom, toda če in ko je to potrebno, jih, vsaj nekatere, pri njihovem »odstopanju od tradicije« vodijo želje in zahteve gostov. Sogovornica je povedala, da je to po eni strani preprosto, saj so nekatere jedi že brez prilagoditve primerne za ljudi z dietnimi restrikcijami (»ajdovi žganci so brezglutenski, razne kaše so brezglutenske, tudi veganske ...«), po drugi pa prilagajanje zahteva poseben trud in čas, ki včasih s strani gostov ni poplačan:

Ne, kar je takega posebnega, še rajši rečemo, da sami prinesejo. Tudi večinoma [pripravimo], če so brezglutenski večinoma – mislim, če nam povejo v naprej – ampak to so tako; tisti, ki so zares bolni ali občutljivi, itak oni so na to pripravljeni in prinesejo tudi kaj zraven. Če je pa kar moderno, tisti pa ne povejo v naprej. Da se to grejo kar zaradi mode, pač potem naj se pa izmišljujejo, kot želijo. Včasih smo pa žalostni, če kateri zakomplicira in na koncu reče, da bo pojedel neko sladico. To se zgodi. Smo že imeli, ko se itak trudiš, da pikice ne pride kaj zraven in vse posebej pripraviš za njega in na koncu on pa pove, da to [mu ni všeč] ... To pa je težko. To je v bistvu nesramno, ker toliko enega truda notri vložiš, je le bolj zahtevno. Pač kuhaš in to in potem ti rečejo ... (Marjana Vršnik, intervju, Robanov kot, 20. 9. 2022)

Ne glede na to, kako kritično (ali ne) razumemo koncept avtentičnosti (glej Muršič 2013), se v turizmu prodaja predstava avtentičnosti, z njim se trži in znamči tudi celotna destinacija, pri čemer pa je, čeprav vpeta v skupne družbene in kulturne okvire, resničnost izkušnje lastna vsakemu posamezniku – tako domačinu kot turistu. Pri tem nastajajoča razmerja so lahko v več pogledih produktivna za udeležene.

ZAKLJUČEK

Kot sva pokazali v prispevku, je odročnost Solčavskega na eni strani dejavnik omejenosti (geografske, kulinaricne), na drugi pa izhodišče za povezovanje, sodelovanje in kolektivno krepitev celostne kulinaricne ponudbe. Ravno skozi te povezave se utrjujejo prakse skupnostne poslovne podpore, lokalnih iniciativ, prenašanja tradicijskega znanja. Hrana tako postane eno ključnih identitetnih sidrišč območja, saj vpenja preteklost(i) v sedanost z jasno usmerjenim pogledom v prihodnost. Hkrati se kulinaricna identiteta Solčavskega ne gradi zgolj na obujanju zamišljene kulinaricne zapuščine, temveč tudi na njenem reinterpre-

tiranju in inovacijah, ki izhajajo iz sodobnih potreb – tako lokalne skupnosti kot turistov, ki iščejo avtentične okuse obravnavane alpske regije. Kulinarična identiteta Solčavskega je torej ne le družbeno konstruirana, temveč tudi spremenljiva, nastajajoča in nikoli fiksna kategorija – je rezultat nenehnih pogajanj med tradicijo in sodobnostjo, lokalnimi potrebami in globalnimi pričakovanji, pa tudi med koncepti domačega, avtentičnega, tradicionalnega ter trajnostnega. Prav v tej plastičnosti ideje kulinarčne identitete pa se skriva njen pomen za lokalne akterje – najsi bodo to turistične kmetije, gostinski ponudniki ali večje institucije. Omogoča namreč tako ohranjanje in prenašanje znanj ter večšin kot ustvarjanje novih možnosti za reprezentacije in trženje »solčavskih okusov«, ne glede na to, ali so z analitičnega antropološkega vidika sploh mogoči.

CITIRANE REFERENCE

- Bajič, Blaž 2023 'Skrb za krhke krajine: krajina, skupnost in (ne)spremenljivost na Solčavskem.' *Traditiones* 52(1): 109–137.
- Baskar, Bojan 2021 'O genealogiji in morfologiji italijanske pašte.' V: *Špageti v paradižnikovi omaki: Med mitom in zgodovino*. Massimo Montanari, ur. Str. 129–158.
- 2025 (v pripravi) 'Nekaj misli ob »solčavskem okusu« ali o težavah etnografskega pisanja o hrani in jedeh.' V: *Spogledi planin in dolin*. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete.
- Berris, David 2019 'Food: Location, Location, Location.' *Annual Review of Anthropology* 48: 61–75.
- Bessiere, Jacinthe 1998 'Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas.' *Sociologia Ruralis* 38(1): 21–34.
- Bourdieu, Pierre 1984 *Distinction. A social Critique of the Judgement of Taste*. Prev. Richard Nice. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Brlec Suhodolnik, Mateja 2015 *Kuhinja naših babic: spoznajmo, okusimo, ohranimo in ponudimo solčavske jedi*. Solčava: Občina Solčava.
- Center Rinka 2025a 'Degustacija suhomesnatih izdelkov.' Internetni vir: <<https://www.logarska-solcavsko.si/dozivetja/dozivetja-z-rinko/>>, 25. 9. 2025.
- 2025b 'Piknik v naravi z domačimi dobrotami.' Internetni vir: <<https://www.logarska-solcavsko.si/dozivetja/za-skupine/>>, 25. 9. 2025
- 2025c 'Degustacija izdelkov iz eko kozjega mleka.' Internetni vir: <<https://www.logarska-solcavsko.si/dozivetja/dozivetja-z-rinko/>>, 25. 9. 2025.
- Germ, Vanja, Pia Kramp in Tina Krašovic 2022 'Promet in infrastruktura Solčavskega.' V: *Pogledi od blizu*. Blaž Bajič, Ana Svetel in Veronika Zavratnik, ur. Ljubljana: Filozofska fakulteta, Oddelek za etnologijo in kulturno antropologijo. Str. 27–48.
- Godina Golija, Maja 2014 'Potica in njene zgodbe: Slovenci v Srbiji in simbolni pomen hrane.' *Dve domovini* 39: 55–66.
- Grasseni, Cristina 2005 'Slow Food, Fast Genes: Timescapes of Authenticity and Innovation in the Anthropology of Food.' *The Cambridge Journal of Anthropology* 25(2): 79–94.
- Harms, Erik in Shafqat Hussain 2014 'Introduction.' *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 4(1): 361–367.
- Ingold, Tim 2015 *The Life of Lines*. London: Routledge.
- Instagram 2025 'Lenarfarmstay.' Spletni vir: <<https://www.instagram.com/lenarfarmstay/>>, 25. 9. 2025.
- Ličen, Daša 2015 'The Fine and the Tasteless.' *Traditiones* 44(3): 113–130.
- Long, Lucy M. 2018 'Culinary Tourism: Negotiating Exoticness, Negotiating Power.' *Dublin Gastronomy Symposium, Food and Power*. Spletni vir: <<https://arrow.tudublin.ie/dgs/2018/may30/17/>>, 25. 9. 2025.
- Muršič, Rajko 2013 'Deceptive Tentacles of the Authenticating Mind: On Authenticity and Some Other Notions that are Good for Absolutely Nothing.' V: *Debating Authenticity: Concepts of Modernity in Anthropological Perspective*. Thomas Fillitz in A. Jamie Saris, ur. New York in Oxford: Berghahn Books. Str. 46–62.
- Povzanović Frykman, Maja 2009 'Material Aspects of

- Transnational Social Fields: An Introduction.' *Dve domovini* 29(1): 105-114.
- Pratt, Jeff 2007 'Food Values: The Local and the Authentic.' *Critique of Anthropology* 21(3): 285-300.
- Saxer, Martin in Ruben Andersson 2019 'The Return of Remoteness: Insecurity, Isolation and Connectivity in the New World Disorder.' *Social Anthropology* 27(2): 140-155.
- Sidal, Katia Laura, Elisabeth Kastenholz in Rossella Bianchi 2013 'Food Tourism, Niche Markets and Products in Rural Tourism: Combining the Intimacy Model and the Experience Economy as a Rural Development Strategy.' *Journal of Sustainable Tourism* 23(8-9): 1179-1197.
- Svetel, Ana in Veronika Zavrtnik 2025 'Fragile Sustainability or Sustainable Fragility? Local Understanding of Global Terms in the Logar Valley.' *Svetovi* 3(1): 95-114.
- Ule, Mirjana 2000 *Sodobne identitete v vrtincu diskurzov*. Ljubljana: Založba Sophia.

SUMMARY

This paper examines the intersections of culinary identity and tourism in the Solčavsko region, a geographically and symbolically distinct alpine area of northern Slovenia. The authors focus on identifying the constitutive elements of the local culinary identity – referred to as the “Solčava flavour” – and analyze how these elements are socially and institutionally produced, maintained, and mobilized within the context of tourism development.

In the first part, the analysis explores how the region's physical and social characteristics shape its culinary identity. Particular emphasis is placed on the role of remoteness as a spatial condition that influences food-related practices. Rather than being a marginalizing factor, remoteness is shown to function as a productive force in the construction of perceived authenticity.

Subsequent sections explore how this identity is embedded in the region's tourist offer, showing how authenticity is articulated and leveraged within tourism discourse and practice. The authors investigate how culinary knowledge – especially that which is associated with traditional dishes – is transmitted, preserved, and valued by the local population, not only as a resource for tourism but also as an element of communal heritage.

The study further considers the roles of institutions and individuals in shaping and supporting local culinary identity, including mechanisms for integrating food into broader tourism strategies. These include the actions of local tourism organizations, the activities of tourist farms, and the everyday work of women involved in cooking and hospitality, many of whom act as cultural intermediaries between local tradition and visitor expectations.

The research draws on participant observation and semi-structured interviews with women living or working in Solčavsko, engaged in culinary and/or tourism activities. Their narratives illustrate how culinary practices function both as expressions of local identity and as active components in negotiating place within the tourism economy.