

KULTURNA DEDIŠČINA: TEMELJ TURISTIČNE DEJAVNOSTI

JANEZ BOGATAJ

Zaslužni profesor Univerze v Ljubljani, Filozofska fakulteta, Ljubljana, Slovenija
janez.bogataj@telemach.net

Sinopsis Avtor problematizira vlogo in pomen kulturne dediščine v slovenskem turizmu, ki še vedno ni sestavina strateškega večdisciplinarnega načrtovanja v okviru turističnega managementa in marketinga.

Ključne besede:

kulturna dediščina,
naravna dediščina,
sestavine kulturne
dediščine,
kulturna dediščina
turizma,
nesnovna kulturna
dediščina,
živi muzej,
izumljanje tradicij

CULTURAL HERITAGE: THE FOUNDATION OF THE TOURISM INDUSTRY

Keywords:

cultural heritage,
natural heritage,
cultural heritage
constituents,
tourism cultural
heritage,
intangible cultural
heritage,
active museum,
inventions of
traditions

JANEZ BOGATAJ

Honorary Professor of the University of Ljubljana, Faculty of Arts, Ljubljana,
Slovenia,

janez.bogataj@telemach.net

Abstract The author problematises the role and importance of cultural heritage in Slovenian tourism, which is still not a component of strategic multidisciplinary planning in the field of tourism management and marketing.

1 Uvod

Pred časom sem na spletnih straneh neke izobraževalne ustanove, kakršnih imamo na Slovenskem veliko, prebral, da študij podjetniškega managementa (managementa ali vodenja) *zagotavlja znanja, ki so potrebna za vrhunsko vodenje podjetij in projektov v malih in srednjih gospodarskih družbah, neprofitnih organizacijah, državni upravi in javnem sektorju.* Študij naj bi obogatil posameznike in posameznice *z znanji ekonomije, managementa, marketinga (tržništva), financ in mnogih drugih pomembnih področij ...* Katera so druga pomembna področja, iz tega marketinškega besedila ne izvemo (!), a tudi za okvire pričujoče razprave ni pomembno. Ali pač! Zdi se nekoliko smešno, da je ob iztekajočem se letu 2021 treba opozarjati in govoriti o pomenu kulturne dediščine kot temelju turizma in njegovih dejavnosti. Vendar pa stanje na nekaterih področjih turizma (npr. izobraževanje, načrtovanje, promocija, marketing, gastronomija) ni kdo ve kaj spremenilo razmerij med obema disciplinama v vseh štiridesetih letih do danes. Pred nekaj več kot štiridesetimi leti so bile v slovenskem turizmu izrečene prve pobude za sodelovanje turizma, kulture ter kulturne in naravne dediščine, vendar le na načelni ravni. K temu je svoje prispevalo razmeroma močno ljubiteljsko turistično delovanje, ki je imelo prav v zvezi s kulturnimi področji nekatere negativne posledice. Ljubiteljski značaj je vse do danes močno zasidran v turizmu ter se odraža v poplavi projektov in študij, ki jih ne proizvajajo le društva, ampak različne agencije. Kulturna in njena dediščinska sestavina turizma nista napredovali. Z razvojem destinacijskega managementa in marketinga organizacij se je razvila ekonomska in neke vrste tehnicistična sestavina, kulturna se je vključila le v nekaterih izjemnih primerih in na nekaterih turističnih področjih, ni pa postala del strateškega multidisciplinarnega načrtovanja. Za pojasnilo oznake ljubiteljstvo naj povemo, da je mišljena odsotnost strokovnih kulturnih in dediščinskih znanj pri načrtovanju in promociji turističnih proizvodov, kar večinoma razvijajo destinacijske management in marketinške organizacije. Popolnoma nekaj drugega in izrazito pozitivno moramo razumeti številna ljubiteljska delovanja po turističnih društvih, ki razvijajo različne turistične proizvode. V nadaljevanju bo govor o kulturi in predvsem kulturni dediščini. Naravno dediščino moramo razumeti kot nujno celoto s kulturno (Bogataj, 2010), vendar pa je ne bomo vključevali s konkretnimi primeri in stališči v pričujoče besedilo.

2 Kaj je kulturna dediščina?

V slovenski in mednarodni strokovni literaturi je cela vrsta formulacij o kulturni dediščini. To so pričevanja, sporočila, gmotni primeri, znanja idr. o vsem, kar je človek ustvaril z ali ob naravi na področjih gospodarskega prizadevanja, družbenih odnosov in različnih duhovnih ustvarjalnosti. Na kratko bi lahko rekli, da govorimo o različnih življenjskih slogih posameznikov, skupin, družin, prebivalcev vasi ali mest itd. Seveda moramo pri tem upoštevati spremembe v različnih časovnih obdobjih, družbenih okoljih in razlike glede različnih krajevni določljivosti. Že iz teh strnjenih opredelitev izhajajo, da turizem ni le ekonomska kategorija, ampak značilno večdisciplinarno in tudi večkulturno področje. V zadnjih letih se poskuša v Sloveniji izoblikovati posebno disciplinarno področje, imenovano heritologija, kot da pristopi različnih ved k vprašanju kulturne dediščine ne bi zadoščali. Poleg heritologije se v slovenskem turizmu pogosto uporablja tudi oznaka kulturni turizem. To lahko pomeni, da imamo tudi nekulturnega, čemur bi lahko kar pritrdili. Zasedili smo tudi uporabo pojma dediščinski turizem, kar prav tako spada v okvire nespretnih poskusov poimenovanj vsebin turističnih proizvodov. Vendar pa se na tem mestu ne želimo spuščati v razpravljanja o smiselnosti takih odločitev, saj nas zanima le povezanost med kulturno dediščino in turizmom. Izhajajoč iz sodobnega razumevanja kulturne dediščine je mogoče reči, da je ena od njenih sestavin tudi turizem. Torej ima turizem svojo kulturno dediščino ali svojo zgodovino. Govorimo predvsem o posebnih vrstah družbenih razmerij, ki se razvijajo vsaj od 18. stoletja ter pomembno vplivajo na človekovo znanje in različne inovativne rešitve. V nadaljevanju bomo opozorili, kako je lahko tudi kulturna dediščina turizma izjemno izhodišče za različna načrtovanja in kreativne inovativne korake na tem področju v sodobnosti. Ob vprašanju kulturne dediščine in turizma se torej kažeta dve temeljni področji, ki sta vsebinsko in predvsem problemsko povezani:

- kulturna dediščina v sodobnem turizmu in za turizem,
- kulturna dediščina turizma v sodobnem turizmu in za turizem.

3 Kulturna dediščina v turizmu in kulturna dediščina turizma

Razumevanje kulturne dediščine v Sloveniji je še vedno dokaj obremenjeno s strokovnim vrtičkarstvom in razlikovanji kulturne dediščine po posameznih strokah, ki se z njo ukvarjajo. Vendar, če povežemo poimenovanje stroke in dediščine, to kvečjemu pomeni zgodovinski razvoj te stroke, ne pa izbor predmetov in pojavov, s katerimi se ukvarja, jih raziskuje in predstavlja. Tako kot je na primer arheološka dediščina zgodovina te vede, predstavljajo turistično dediščino ali dediščino turizma vsa gmotna, pisna in druga pričevanja o zgodovinskem razvoju turizma. Nobenega dediščinskega področja ne raziskuje in predstavlja le ena veda, ampak več njih, vsaka s svojega zornega kota in vsaka z argumentirano predmetno opredelitvijo ali izhodiščem. Tako na primer zunanost in notranost neke srednjeveške cerkve ni le predmet zgodovine umetnosti, ampak tudi drugih ved, ki pristopajo k njej vsaka iz svojih predmetnih opredelitev. Tak pristop vodi k temeljitejšemu in ne enostranskemu predstavljanju in navsezadnje uporabljanju dediščine – tudi za turistične namene in potrebe. Vzroki za slabo turistično izkoriščenost slovenskih gradov in dvorcev so prav gotovo tudi v značilnem strokovnem fevdalizmu, ki ima podporo, žal, tudi v zakonodaji, ki podpira zastarelo parceliranje po strokah. Stanje se v zadnjih nekaj desetletjih ni veliko spremenilo, zato lahko ponovno potrdimo mnenje, izrečeno na enem od posvetov Turistične zveze Slovenije v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja o razmerju med turizmom, kulturo in kulturno dediščino. Izpostavljeno je bilo, da sta kultura in kulturna dediščina za turizem prepotrebni vsebini, za kulturo in kulturno dediščino pa je turizem priložnost za pridobitev dodatnih finančnih sredstev. Tako razumevanje poskušamo danes preseči. Vendar pa se stanje razmeroma počasi spreminja in je povezano le z nekaterimi posameznimi primeri. Ne moremo govoriti o trdni interdisciplinarni strategiji. Prav tako je razumevanje kulturne dediščine še vedno obremenjeno s klasičnim naborom, tj. od arheoloških najdišč, cerkva in gradov, bivalne kulture neprivilegiranih družbenih skupin idr. Še zlasti za potrebe turizma in tudi širše, kjer se predvsem poudarjajo zgodbe, bi morali upoštevati široko pojmovanje kulturne dediščine, pri katerem so vzročno povezani človekovo gospodarsko prizadevanje, družbena razmerja in številne oblike duhovne ustvarjalnosti, seveda z upoštevanjem lokalnega in regionalnega okolja, družbene in časovne opredeljenosti.

Stanje na področju kulturne dediščine turizma prav tako ni zadovoljivo, saj se to področje v slovenskem turizmu omenja le redko, prav tako ni predmet strateškega načrtovanja njegovega razvoja. O celotnem turističnem razvoju oziroma turistični dediščini na Slovenskem imamo na voljo le dva nepopolna pregleda, dokumentacija v ustreznih ustanovah je slaba in razpršena, ne le po strokovnih ustanovah, ampak tudi po zasebnih zbirkah. Slednje je ena od najslabših možnosti. Ob teh dejstvih so strokovno neresni občasni poskusi, boljše ideje, o različnih muzejih turizma, kar bi bil lahko dober način za ureditev stanja in pomena na področju dediščine turizma. Vendar pa se tudi na tem področju postavlja temeljno vprašanje strokovne zastopanosti v načrtovanju in poznejšem delovanju takega projekta.

Pogosto se osamljenih primerov vključevanja dediščine v turizem in predstavljanja turistične dediščine lotevajo marketinške službe hotelov ali turističnih podjetij, ki za to področje nimajo ustreznih izobraženih in usmerjenih kadrov. Tako ne preseneča, da se turistični strokovnjaki ukvarjajo tudi z dediščinskimi vsebinami in da se na drugi strani strokovnjaki za dediščino ukvarjajo z njeno aplikacijo za potrebe turizma. O tej dvojnosti in s tem možnosti pravilnega razumevanja dediščine za turizem in v njem so zelo zgovorni številni neuspeli primeri nesodelovanja med turizmom in kulturno dediščino. Naj navedemo enega od njih: v zgodnjih sedemdesetih letih 20. stoletja so začeli z obnovo enega od porušenih slovenskih gradov. Nosilka projekta je bila zagnana arhitektka, ki je bila nosilka programa ponovne oživitve porušenega gradu (!). Gradu so poskušali najprej urediti novo streho in ga potem ob zajetni finančni pomoči regionalnega združenja ekonomistov urediti tako, da bi ga vključili v aktivno turistično in siceršnjo ponudbo. Seveda pa ni bil narejen temeljit interdisciplinarni načrt vsebine in ponudbe gradu, saj je arhitektka menila, da bi bila temeljna vsebina povezana z možnostmi jahalnega turizma. Kot bi dejali stari mojstri, je bila to ideja za vsebino »čez palec«, brez predhodnih analiz in strokovnih utemeljitev itd. Popolnoma jasno je, da je prenova gradu zastala in da se je njegovo propadanje nadaljevalo. Lahko bi navedli še številne primere s področja ne vključevanja turistične dediščine v sodobne turistične vsebine. Koliko naših hotelov ali gostiln se na primer ponaša z zgodbami o začetkih in razvoju vse do danes? Koliko ribičem, ki pridejo na muharjenje v Slovenijo, povemo, da so petični francoski ribiči na Kolpo hodili že v 19. stoletju? Kako je turistična dediščina izkoriščena v promociji in trženju zdraviliških središč? Kje so predstavitve ostankov nekdanje opreme gostinskih lokalov? Koliko domačih in tujih gostov je

seznanjenih s tem, kdo je na primer financiral izgradnjo prvega bazena s kamnito oblogo v Dobrni?

Glede na naslov prispevka se torej zastavlja vprašanje, kdo bi se moral in kdo se sploh lahko ukvarja z vprašanji kulturne dediščine v turizmu in s turistično dediščino za potrebe sodobnega turističnega razvoja in njegove ponudbe? Managerji in tržniki morajo vedeti, da to niso njihova strokovna področja, saj za to nimajo formalne izobrazbe. Zato je toliko pomembnejše zavedanje, kdo so za dediščinska vprašanja lahko njihovi sogovorniki oziroma sodelavci v posameznih turističnih projektih, v katere bi morali biti vključene tudi kulturna dediščina oziroma iz nje izvirajoče in predvsem sodobne inovativne rešitve. Ob siceršnji kadrovski podhranjenosti slovenskega turizma bi bila zanimiva analiza, kolikšen je delež zaposlenih strokovnjakov za kulturno dediščino in turistično dediščino v turističnih organizacijah, tudi društvih, turističnih podjetjih, torej na vseh področjih turističnega delovanja.

4 Izbor aktualnih vprašanj

Stanje in vključenost kulturne dediščine v slovenskem turizmu in turistične dediščine nista zadovoljiva. Pri tem ne mislimo le na obdobje od leta 1991 do danes, ampak tudi že prej. Navedli bi lahko celo vrsto primerov, tudi nepravilnih odločitev, ki so jim botrovali različne komisije in izbori, za nekaterimi so stali tako imenovani projekti in različni načini financiranja (Bogataj, 1997). Izrečenih je bilo veliko besed in navdušenja, temeljita strokovna analiza pa je pokazala, da je šlo največkrat za nepravilne odločitve, stranpoti in celo banaliziranje kulturne dediščine. Številnih projektov na tem mestu ne bomo navajali, saj slovenska družba še ni zrela za argumentirano strokovno kritiko. Med novejšimi primeri kaže omeniti popolnoma nestrokovno poimenovanje dveh slovenskih makro regij (Sredozemsko Kraška in Panonsko termalna).

Med negativna vključevanja kulturne dediščine v turizem štejemo tudi tako imenovana igranja zgodovine ali gledališča zgodovine, ki se izvajajo večinoma v ljubiteljskih turističnih okvirih. Vanje se vključujejo tudi turistična podjetja in ustanove. Paleta vsebin je dokaj pestra: od prikazov srednjega veka na gradovih do obujanja starih navad in kmečkih opravil. Vse te oblike spremljajo številne improvizacije, tako glede kostumov, scenskih prikazov in samih vsebin. Močni so

stereotipi o družbeni pripadnosti in časovni neopredeljenosti, prav tako glede uporabe rekvizitov in izbire lokacij za vse take prikaze. Tudi za to področje bi lahko navajali vrsto primerov. Še v okvirih prejšnje družbene ureditve je bila najbolj klasičen primer nekdanja kmečka ohcet v Ljubljani. Nekateri novejši poskusi so tudi etično vprašljivi (npr. vsebine in programi, povezani s pomembnimi osebnostmi iz naše dediščine). Ob tem je naravnost smešno, da z vso množico turističnega managerstva in trženja ne znamo ponuditi vsega tistega, kar kot dediščina različnih obdobij zgodovinskega razvoja sega v vsej svoji vitalni obliki v sodobnost. Torej vsega tistega, kar se kot vsakdanjost in prazničnost ponuja v lokalnih in regionalnih okoljih. Seveda brez projektov različnih agencij ali kot vsebina dobro financiranih elaboratov. Ali znamo goste hotela, poleg na primer na izlet v neko jamo, povabiti na praznik lokalnega prebivalstva z vsemi šegami in nvadami? Prav v teh vsebinah lahko vidimo najprimernejše oblike sodelovanja turističnih društev, torej, turističnega ljubiteljskega sodelovanja na lokalnih in regionalnih ravneh. V prihodnje bo treba najti poti za vključevanje mladih šolanih strokovnjakov v teh lokalnih okoljih.

V društvenem delovanju so pogosta različna oživljanja kulturne dediščine. Ta metodični prijem je tudi stroka poskušala razvijati po koncu druge svetovne vojne, vendar se je kmalu pokazalo, da gre za neprimerne smeri delovanja. Mrtve oblike in načine kulture in načina življenja ne obujamo, ampak iščemo druge načine in oblike njihovega predstavljanja. Za to so spet primerni in potrebni le strokovni kadri, ki jih danes imamo.

Velik pomen ima široko pojmovana kulturna dediščina v turistični promociji in predstavljanju turizma v tujini (borze, sejmi, druge oblike promocije). Kostumirani nastopi posameznikov ali skupin na naših stojnicah so pogosto povezani z določenimi pojavi v kulturni dediščini naših krajev ali pokrajin, vendar pa v geografskem in tudi časovnem smislu izpadejo nerazumljeni. Rimljani v nemogočih igranih prikazih njihovega življenja, liki iz ljudskih pesmi in legend ali nastopi korantov s Ptujskega polja zunaj pustnih časovnih okvirov so seveda neresna početja in brez strokovnih argumentov. Zato ne preseneča komentar nekega tujega turističnega novinarja, ki je ob nekem takem nastopu našega kostumiranega para dejal: »O, what a joke!« Pa ne bi bilo prav nič smešno, če bi bila predstavitev primerno strokovno usmerjena in posredovana v ustreznem okolju.

Dosedanja turistična praksa je tudi za vključevanje kulturne dediščine v turizem in turistično dediščino za strateško oblikovanje sodobnih turističnih vsebin uporabljala storitve različnih agencij, ki za ti področji ne premorejo strokovnjakov. Deluje metoda bližnjic kot pri marketinških akcijah za različne proizvode in njihovo reklamiranje. Izjemno nizka je na primer raven turističnih besedil v reklamnih oglasih in brošurah. Še več, pogosto se navajajo netočni podatki, predvsem pa kičasto opisovanje, ob čemer se slišijo nestrokovni argumenti, da je to poseben slog dopadljivega pisanja za turiste (!). Ti priučeni tekstopisci uporabljajo različne objave, tudi strokovne, ki jih potem interpretirajo po svoje. Ker niso strokovnjaki za posamezna področja, navedbe pogosto izpadejo negativno ali izpostavljajo neprimerne vsebine.

Pomembno področje vključevanja kulturne dediščine v turizem predstavljajo tudi spominki, torej, v največji meri opredmeteni spomini na kraje in ljudi, ki jih kot turisti obiščemo in spoznamo. Temeljno spominkarsko pravilo pravi, da morajo spominki odražati tisto, kar turist v določenem kraju ali pokrajini tudi vidi, spozna, okusi idr. Govorica ali zgodba spominka je zato še kako pomembna, prav tako njegovo vizualno sporočilo. Temeljna značilnost spominkarske ponudbe Slovenije je, da imamo vrhunske drage spominke, zelo malo pa premoremo kakovostnih in finančno dostopnejših. Danes v svetu velja pravilo, da na prvo mesto stopajo uporabni ali funkcionalni spominki, ne pa tako imenovani lovilci prahu. Seveda je med spominki lahko veliko takih, ki izhajajo iz kulturne dediščine, vendar pa morajo imeti vedno trdne zgodbe in biti vključeni v turistična doživetja.

Glede povezanosti spominkov s kulturno dediščino razlikujemo štiri temeljne skupine. Najprej tiste, ki so nadaljevanje ali kontinuiteta dediščinskih dejavnosti v sodobnost. Posebno skupino predstavljajo replike premične kulturne dediščine. Na tem področju so med najbolj znanimi na primer replike panjskih končnic, naše velike posebnosti, ki pa si oznake replika ne zaslužijo. Tudi zastopanost replik muzejskih predmetov je v Sloveniji dokaj skromna, pogosto tudi zaradi nemogočih stališč muzealcev. Tretjo skupino predstavljajo interpretacije kulturne dediščine. Na tem področju najbolj zaostajamo v primerjavi z razvitim svetom, kjer ponujajo izjemne sodobne, vizualno in/ali funkcionalno interpretirane izdelke. Četrto skupino predstavljajo spominki, ki so plod sodobne ustvarjalnosti in nimajo nobene povezave z dediščino. V prihodnje bo treba v veliko večji meri upoštevati, kaj pravzaprav so spominki. To so predmeti, ki jih turisti kupujejo, dobijo, vzamejo med

bivanjem zunaj svojih primarnih kulturnih okolij. Ko se vrnejo v ta okolja, spominke oblečejo, pojejo ali popijejo, obesijo na steno, obdarijo prijatelje idr. Tudi turistična kulturna dediščina ponuja vrsto spominkarskih priložnosti. Replike jedilnih listov gostinskih lokalov, spominki, vezani na zgodovino hotelov in njihovo opremo, replike starih turističnih plakatov, serije starih fotografij in še vrsta drugih so v slovenskem turizmu še popolnoma neizkoriščeni.

Zadnjih deset let se tudi v slovenskem turizmu poudarjeno govori o zgodbah. Nekoliko nerodno je bila izumljena beseda zgodbarjenje. Zgodbe so postale nujnost za uspešno promocijo in trženje turističnih proizvodov. Predstavljajo lahko temelj za besedila prospektov in brošur, spletnih objav, video scenarijev idr. Kljub poudarjanju pomena zgodb pa se še vedno dogaja, da je to pomembno področje nerazumljeno. Zgodbe ne pomenijo navodila za uporabo ali seznama sestavin nekega izdelka, tudi ne opisa pojava ali dogodka, ki ga turist ne vidi ali ne spozna. Zgodbe so pripovedi o izdelkih, pojavih ali dogodkih, pripovedi o nosilcih sporočil, izdelovalcih, različnih pomembnih osebnostih. Govorijo o koristnosti okolij ali izdelkov za zdravje in dobro počutje, v vseh naštetih primerih pa vedno v navezavi na pojave kulturne dediščine, ki dajejo sodobnim turističnim vsebinam in proizvodom ustrezne razsežnosti in nevsiljivo istovetnost. Na kratko: s pravilno ter predvsem strokovno izbranimi in oblikovanimi zgodbami ponujamo drugačnost.

V svetovnem turizmu se močno poudarja dediščina v gastronomiji in kulinariki (Bogataj, 2019). Kulturna dediščina jedi, jedilnih obrokov in navad pri jedi omogoča spoznavanje lokalnih in regionalnih različnosti. Sodobnemu prehranjevanju kaže načine uživanja, primerne letnim časom, navaja k stikom z lokalnimi dobavitelji in opozarja na vzdržni razvoj. Večina tujih turistov, ki so pred pandemijo prihajali v Slovenijo, je pogosto spraševala po značilnih slovenskih jedeh, kar pomeni hišno, lokalno ali regionalno prehransko dediščino, pripravljeno, predstavljeno in postreženo na sodoben način, z uporabo lokalno pridelanih in predelanih živil ter posredovanjem zgodb o teh jedeh. Stanje na tem področju je skrb vzbujajoče, saj se čedalje bolj zgledujemo po svetu in ga kopiramo, skupaj z vsemi pozitivnimi in še bolj negativnimi sestavinami. Nad našimi prehranskimi posebnostmi, ki jih v veliki večini primerov niti ne poznamo, viharno nosove in slišimo celo znamenite argumente »Pa kdo bo to jedel?«, »Saj tega nihče ne pozna!«. Seveda nihče ne pozna značilnih slovenskih jedi, saj jih pogosto ne znamo niti ponuditi. Nekaj časa so bile izjema turistične kmetije, ki pa so se začele vedno bolj spogledovati z globalnimi

težnjami v prehrani ali izvajajo neke vrste stereotipni prehranski muzej. Razveseljiv je podatek, da se določeni (tuji) turisti le pozanimajo o značilnih jedeh, čeprav nimajo na voljo prav veliko ponudbe z viri v drugih jezikih. To velja za spletne informacije in tudi za različne vrste tiskanih virov. Zanimivo je, da smo šele v zadnjih desetih letih dobili prve strokovne monografije o nekaterih naših značilnih jedeh. Poleg vprašljivih navedb na turističnih spletnih portalih nimamo postavljenega sistema ali strategije gastrodiplomacije, o kateri se večini managerskega, trženjskega in tudi političnega kadra niti ne sanja, kaj naj bi to bilo. Na dediščinskem gastronomskem področju nas številne države dohitevajo in prehitevajo. Čeprav imamo od leta 2006 državno gastronomsko strategijo, nabor 24 gastronomskih regij ter seznam z zgodbami nekaj čez 430 značilnih lokalnih in regionalnih živil, jedi in pijač, je ta gastronomski temelj države morda najmanj znan in uporabljan prav v turističnih in gostinskih krogih. Morda bi tudi za to področje potrebovali kakšno posebno strategijo, ki bi bila plod ustvarjalnosti katere od agencij (!).

Ustanove s področij kulture in kulturne dediščine nikakor ne smemo razumeti kot servise turističnih vsebin in programov. Če je turizem vprašanje ustreznih strategij ter ni samo ekonomska, ampak še kako kulturna dejavnost in dinamično družbeno gibanje, bodo v prihodnje morale biti v načrtovanje turističnih dejavnosti enakovredno vključene tudi kulturne ustanove in različna strokovna področja kulture in kulturne dediščine. To ne pomeni le enakopravnega načrtovanja in izvajanja vsebin, ampak zagotavljanje primerne in ustrezne kadrovske zasnove, v kateri bodo zastopani tudi strokovnjaki za področja kulture in kulturne dediščine. Zelo slabo znamenje je, če na primer v nekem muzeju rečejo »Danes bodo ob 13. uri iz hotela pripeljali skupino turistov na ogled muzeja!«. To je klasičen primer kulturne dediščine kot turističnega servisa. Kulturna dediščina in turizem bi morala skupaj načrtovati podrobnosti dediščinskih vsebin, njihove zgodbe, omogočati bi morala doživetja, odkrivanja in spoznavanja kulturnih drugačnosti, s tem pa sooblikovati nova družbena in duhovna spoznanja.

5 Zakaj sta kulturna dediščina in dediščina turizma temelja turizma?

Najprej zato, ker turizem ni le gospodarska panoga, ampak pomembno kulturno in družbeno gibanje. S turizmom se zato povezujejo vse zvrsti kulturne dediščine: od bivalne kulture, oblik gospodarskega prizadevanja, prehrane in oblačilnega videza, do družbenih razmerij in odnosov ter vse do številnih področij duhovne

ustvarjalnosti in dejavnosti. V ta razpon zvrsti umeščamo tudi dediščino turizma, ki vsakokratnemu sodobnemu turizmu zagotavlja istovetnost in kontinuiteto dejavnosti od začetkov. Istovetnost, ki jo omogočajo sestavine kulturne dediščine in dediščine turizma, ustvarja temeljne motive turistom za spoznavanje neznanega in vračanje v spoznana okolja, ker jih ta vedno na določene načine obogatijo. Zaradi usmerjenosti k lokalnim in regionalnim kulturam in življenjskim slogom sodobni turizem omogoča nova spoznanja o človeku, ljudeh in naravnem okolju. Zato se turizem v trdni vzročni povezanosti s kulturno dediščino danes razume kot alternativa siceršnjemu sodobnemu globalnemu poenotenju in različnim vrstam uničevanja naravnega okolja. Ob spoznavanju številnih drugačnosti se sodobni turisti ne naslanjajo nad ekskluzivizmom in atraktivnostmi (npr. z obiski razvojno zaostalih plemen Afrike ali revnejših predelov Evrope), ampak bogatijo s pridobljenimi spoznanji siceršnje kulture. Kulturna dediščina, interpretirana na sodobne načine, torej niso le vsebine v muzejih, zbirkah, na spomeniških območjih, ampak vsebine sočasnosti, ki jih vsaka generacija zbere in izbere, da ostanejo na situ zgodovine. Za tako razumevanje in predvsem uresničevanje niso dovolj le podjetni managerji, ampak občutljivi strokovnjaki. Managerji in tržniki se morajo v prihodnje predvsem zavedati pomena kulturne dediščine v turizmu. To pomeni, da morajo ob vseh ekonomskih kazalnikih predvsem omogočati večdisciplinarno načrtovanje ter izvajanje turističnih proizvodov in programov, ne pa slediti le presojam enega in metodi osebne všečnosti.

Literatura in viri

- Bogataj, J. (1997). Razmerja med turizmom in kulturno dediščino. V M. Novak, J. Planina in J. Sirše (ur.), *Aktualna znanstvena turistična misel: Ob 70 letnici prof. dr. Janeza Planine*, 125–133. Ljubljana: Academia turistica
- Bogataj, J. (2010). Kritični pogled: Turistična destinacija Evropa in njeni medkulturni dialogi. V A. Brezovec, V. Mikolič, K. Vodeb in S. Bergoč (ur.), *Turizem kot medkulturni dialog*, 11–19. Portorož: Fakulteta za turistične študije – Turistica.
- Bogataj, J. (2019). Gastronomic tourism: an opportunity to discover the diversity of local and regional cultures. V S. K. Dixit (ur.), *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism* (1st ed.), 55–61. London, New York: Routledge.