

ARHITEKTURNE IN KRAJINSKE POSEBNOSTI LOKALNIH OBMOČIJ: VKLJUČENOST V TURISTIČNO DEJAVNOST

JANA VILMAN,¹ KAJA POGAČAR²

¹ Univerza v Mariboru, Fakulteta za turizem, Brežice, Slovenija
jana.vilman@um.si

² Univerza v Mariboru, Fakulteta za gradbeništvo, prometno inženirstvo in arhitekturo;
Maribor, Slovenija
kaja.pogacar@um.si

Sinopsis Prispevek opisuje naraščajoč pomen prepoznavanja in vključevanja arhitekturnih in krajinskih specifik lokalnih območij v povezavi s turistično dejavnostjo. Prepoznavna lokalna identiteta kraja se predvsem ustvarja s pomočjo grajenega prostora, torej arhitekture, ki molče pripoveduje o zgodovini, načinu in kulturi bivanja ter delovanja v določenem prostoru. *Genius loci* oziroma duh prostora je izraz, ki se v arhitekturni fenomenologiji uporablja za oris specifičnih značilnosti in unikatnosti posamičnega kraja, ki segajo prek zaznavnih elementov grajenega prostora in označujejo tisto značilno, nezamenljivo lokalno vzdušje, atmosfero, identiteto. Prav ta identiteta, ponekod izoblikovana, drugod manj izrazita, se je v preteklih desetletjih zbrisala zaradi pojava globalizacije in vsesplošne internacionalizacije kulture. V tem pogledu grajeni prostor oziroma arhitektura ne sme predstavljati le estetizirane kulise, temveč mora biti aktiven generator dogajanja v prostoru. Prispevek opisuje različne arhitekturne vidike, izpostavlja pomen tradicionalne vernakularne arhitekture in pristop, kot je na primer kritični regionalizem, ki s poudarkom na zavedanju pomena trajnostnega razvoja izpostavlja vlogo kakovostne sodobne arhitekture. Prispevek poudarja, da je arhitekturo treba razumeti kot izrazno sredstvo kulturne raznolikosti in inovacijskega potenciala regije, turizem pa kot gospodarsko panogo, ki prispeva k ohranjanju lokalnih arhitekturnih posebnosti.

Ključne besede:

arhitektura,
turizem,
Bohinj,
baukultur,
kritični
regionalizem,
vernakularna
arhitektura,
krajina

ARCHITECTURAL AND LANDSCAPE SPECIAL FEATURES OF LOCAL AREAS: INVOLVEMENT IN TOURISM

JANA VILMAN,¹ KAJA POGAČAR²

¹ University of Maribor, Faculty of Tourism, Brežice, Slovenia
jana.vilman@um.si

² University of Maribor, Faculty of Civil Engineering, Transportation Engineering
and Architecture; Maribor, Slovenia
kaja.pogacar@um.si

Abstract The contribution describes the growing importance of recognising and integrating the architectural distinctiveness of local areas in the context of tourism. The recognisable local identity of a place manifests itself primarily through the built environment, i.e. the architecture that 'tacitly' tells of the history, manner and culture of living and working in a certain place. The term 'genius loci' or 'spirit of the place' is used in architectural phenomenology to describe the specific characteristics and uniqueness of an individual place that go beyond the essential elements of the built space and denote that distinctive, irreplaceable local atmosphere, mood, and identity. It is precisely this identity, strong in some places and less so in others, that has diminished in recent decades a consequence of globalisation trends and general internationalisation. In this respect, architectural built space must not be a backdrop for the beautification of the ambience but must be an active generator of activities through well-designed places. The contribution describes three different architectural aspects, underlines the importance of traditional and vernacular architecture and approaches such as critical regionalism, focusing on the importance of sustainable development, and last but not least emphasising the importance of high-quality modern architecture.

Keywords:

architecture,
tourism,
Bohinj,
baukultur,
critical regionalism,
vernacular
architecture,
landscape

1 Uvod

Prepoznavna lokalna identiteta kraja se kaže predvsem prek grajenega prostora, torej arhitekture, ki molče pripoveduje o zgodovini območja, o načinu in kulturi bivanja ter o družbeno-ekonomski aktivnosti v določenem prostoru. *Genius loci* (oz. duh prostora) je izraz, ki se v arhitekturni fenomenologiji uporablja za skupek specifičnih značilnosti in unikatnosti posamičnega kraja, ki segajo prek zaznavnih elementov grajenega prostora ter označujejo značilno, nezamenljivo lokalno vzdušje, atmosfero in identiteto (Norberg Schultz, 1991). Prav ta identiteta, ponekod izoblikovana, drugod manj izrazita, se je v preteklih desetletjih zabrisala zaradi pojava globalizacije in vsesplošne internacionalizacije kulture. Da bi se izognili omenjenim trendom, je v enem izmed prvih dokumentov, ki govori o skupnem prostorskem razvoju evropskega kontinenta, imenovanem Evropske prostorsko razvojne perspektive (Evropska komisija, 2000, str. 6), zapisano, da je ohranjanje arhitekturnih specifik krajev ter ohranjanje kulturnih raznolikosti eden najpomembnejših ciljev in hkrati tudi dejavnikov skladnega razvoja EU.

»Značilnost ozemlja Evropske unije (EU) je kulturna raznolikost, združena na majhnem območju. Zaradi tega se loči od drugih velikih gospodarskih skupnosti na svetu, kot so ZDA, Japonska in MERCOSUR. To raznolikost – ki je potencialno eden od najpomembnejših dejavnikov razvoja EU – je treba ob evropskem združevanju zadržati. Prostorsko razvojne politike zato ne smejo tipizirati lokalne in regionalne identitete v EU, ki bogati kakovost življenja njenih prebivalcev.« (Evropska komisija, 2000, str. 6)

Čeprav gre za več kot dve desetletji star zapis, je poziv h kulturni raznolikosti, kamor spada tudi arhitekturna identiteta krajev in naselij, še bolj pereča in pomembna tema. Čeprav se v navedenem citatu raznolikost nanaša na precej večje merilo, moramo enako razmišljati tudi v nacionalnih in zlasti regionalnih okvirih. Slovenija je že zaradi svojih naravnih danosti z raznolikostjo bogata dežela. Raznolikost in tudi družbene okoliščine so skozi čas generirale specifična grajena okolja z uporabo različnih materialov, konstrukcij in arhitekturnih stilov. Treba jih je prepoznati, razumeti, sprejeti in skrbno negovati, saj bomo s tem najboljše ohranjali lastno identiteto. Čeprav kulturna dediščina ščiti interese posamezne skupine, da se na podlagi dediščine lahko ločuje od drugih, je preoblikovano izročilo ključnega pomena za skupinsko identiteto in občutek izbranosti (Lowenthal, 1998).

Kulturna dediščina je razvojni rezultat ustvarjalnosti človeka v preteklosti, danes jo lahko obravnavamo kot izhodišče, temo v ustvarjalnem procesu, ki vodi do inovativnega produkta z dediščinsko razsežnostjo. Dediščino preoblikujemo, da bi jo naredili privlačno za sodobnost; skušamo jo narediti za del nas samih in sebe za del nje, prilagajamo jo svoji podobi in željam (Lowenthal, 1985, str. 348). Kot pravi Bogataj (1992, str. 44), ki strne razsežnosti in pomen dediščine v okviru treh pojmov: kontinuiteta – spomin, identiteta – opomin in alternativa – izziv, je kontinuiteta pogoj, da sploh govorimo o dediščini. Sodobnosti omogoča, da je oplemenitena z razsežnostjo preteklosti in kot taka alternativna po svoji vsebini.

Lokalna arhitektura predstavlja enega najpomembnejših virov informacij, ki omogoča razumevanje in razlago idej, pogledov, tradicij, običajev in sistemov prepričanj, celo družinskih in sosedskih odnosov v posamezni skupnosti. Pomembna je za dobrobit in kakovost življenja omenjenih lokalnih skupnosti, hkrati pa ima velik gospodarski potencial, zlasti v, na primer turistični panogi, ki prepoznava vključenost arhitekturnih posebnosti lokalnih območij v turistično dejavnost kot čedalje bolj pomembno.

2 Turizem kot generator prostorskega razvoja

Izrazit porast turizma (z izjemo obdobja pandemije) botruje dejstvu, da imajo ljudje čas, sredstva, predvsem pa motivacijo spoznati nove kraje in njihove značilnosti ter prek tega doživeti edinstvene izkušnje. Kljub temu se nemalokrat dogaja, da se turisti znajdejo v situacijah, ko ne glede na specifiko regije (kulinarično, arhitekturno, zgodovinsko itd.) konzumirajo generične in globalno prisotne produkte, ambiente, znamke in aktivnosti. Panoga turizma lahko v želji po hitrem zaslužku povzroči veliko škode, ki je posledica različnih pritiskov na prostor – naj gre pri tem za prometne preobremenitve, množične nastanitvene kapacitete, hitri konzum prostora ipd. Temu nasproti mora stati odgovorni turizem, ki bolj kot na kvantiteti, temelji na kakovosti (trajnostni turizem, dostopni turizem itd.). Turizem mora postati generator, ki bo imel pozitivno vlogo pri oblikovanju prostorske identitete lokalnih območij, pri ohranjanju kulturne dediščine nekega kraja in širšem prostorskem razvoju kraja. Območja s turističnim potencialom je treba skrbno preučiti z različnih vidikov – z vidika naravnih danosti, infrastrukturne urejenosti, zgodovinskih znamenitosti, varovanja okolja ipd. – ter razvoj turističnih območij skrbno načrtovati kratkoročno in dolgoročno, zlasti umestitve nastanitvenih kapacitet, vidik

mobilnosti, urejanje javnega prostora zaradi večjega števila obiskovalcev, znamčenje prostora, ohranjanje identitete prostora ipd. Pri tem morajo sodelovati različne stroke in tudi lokalna skupnost (Ruhanen, 2004).

3 Vidiki arhitekturnih posebnosti lokalnih območij

Ko govorimo o arhitekturnih posebnostih lokalnih območij v Sloveniji, govorimo o 74 arhitekturnih krajinah, povezanih v 14 regij. Te je mogoče združevati v posamezne pokrajinsko obarvane skupine (skupina primorskih, idrijsko-notranjskih, dolenskih in podravsko-pomurskih regij; samostojne pa so gorenjska, ljubljanska, štajerska in koroška regija) (Fister, 1993). Območja se razlikujejo glede razpoznavnosti podobe slovenskih naselij, tipoloških specifik in grajene dediščine, zapisane v registre kulturne dediščine. Poleg objektov/naselij, prepoznanih kot kakovostna in izstopajoča, je pomembno, da se prepoznajo tudi neočitne oziroma javno nepriznane kakovosti lokalnih območij, kot so specifični poselitveni vzorci, specifične stavbne tipologije in načini gradnje, vključno z uporabo lokalnih gradbenih materialov. Te je na senzibilen način mogoče integrirati v turistično ponudbo. Določen način gradnje je morda za prebivalce nekega območja samoumeven, da bi ga prepoznali kot posebnost ali celo kot pomembnega za lokalno identitetno. Zgodí se, da se lokalno prebivalstvo sramuje na videz preprostih, morda podeželskih gradenj (npr. stavb iz ilovice, lesa, slame), ki pa v sebi nosijo veliko arhitekturnih kakovosti in stavbarskega znanja. V 20. stoletju, v času modernizma ter prepričanja o naglem napredku tehnologije in oblikovanju sodobne družbe, so bile t. i. vernakularne gradnje prezrte ali celo označene kot nazadnjaške, kot pravi Juvanec, so tudi raziskovanja vernakularne gradnje zelo redka (2004). Danes v luči trajnostnega razvoja, ki zlasti v arhitekturi predstavlja pravo nasprotje modernizmu, pa se lokalne prakse ponovno postavljajo na visok piedestal. Tako lahko na primer skedenj (slika 1), ki je bil desetletja prepuščen propadanju zaradi opustitve primarne namembnosti, pridobi novo vsebino in življenje, s čimer se ohranja pomembna vez med preteklostjo in prihodnostjo. Primer takega pristopa predstavlja turistična ponudba Hiše Raduha v Lučah (slika 2).



Slika 1: Vernakularna slovenska arhitektura

Vir: Mihael Grmek, 2016.



Slika 2: Hiša Raduha, Luče

Vir: Rok Tržan, 2012.

4 Od tradicionalne do sodobne arhitekture

Arhitekturne posebnosti lokalnih območij lahko razdelimo v več skupin: a) izvorne oziroma tradicionalne, med katere spada tudi vernakularna arhitektura, b) sodobne interpretacije že obstoječih lokalnih arhitekturnih značilnosti, na primer kritični regionalizem, ali c) sodobne gradnje, ki se ne naslanjajo na tradicijo, predstavljajo pa pozitiven prispevek v oblikovanju in pri umestitvi v prostor.

Beseda tradicija (lat. *tradere*) pomeni prenesti, dati naprej – v smislu varovanja in ohranjanja dediščine, spodbujanja lokalnih praks, iskanja in vračanja h koreninam, prepoznavanja avtentičnih rešitev in upoštevanja naravnih danosti. Prvi pristop k vključevanju arhitekturnih posebnosti v turistično dejavnost označuje objekte grajene kulturne dediščine (gradovi, sakralni objekti, domačije ipd.). Nekateri so že vključeni na zemljevid turistične ponudbe, drugi pa še čakajo na priložnost ter sredstva za prenavo in oživitve. V Sloveniji na primer velik del grajske dediščine čaka na prenavo, pa ta vse hitreje propada ter je pogosto tudi predmet trenj med zasebnim in javnim interesom oziroma je kako drugače ogrožen (Preinfalk in Sapač, 2013).

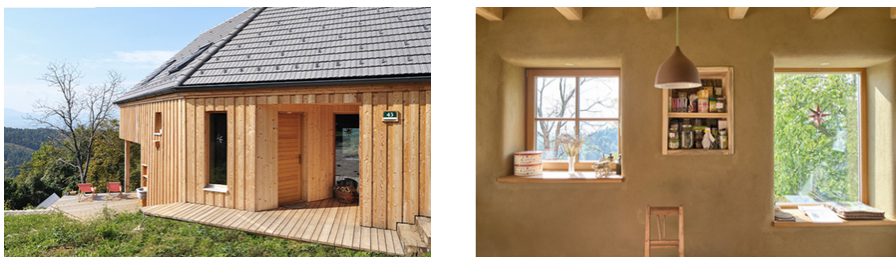
Turistična dejavnost lahko v tem pogledu deluje konstruktivno z vidika ozaveščanja o pomenu kulturne dediščine, kar je danes mogoče zagotoviti prek različnih komunikacijskih platform, predvsem pa informacij, pridobljenih na lokaciji. Čeprav številni objekti niso prenovljeni in funkcionalni, jih v dejanskem stanju lahko obravnavamo kot točke opazovanja – v tem pogledu je treba zagotoviti dobre usmerjevalne sisteme (npr. kakovostno znamčenje v naselju in okolici), treba pa je zagotoviti tudi fizične dostope v obliki urejenih pešpoti, kolesarskih stez in dostopov

za funkcionalno ovirane osebe. Tudi sicer je tematika dostopnosti objektov kulturne dediščine za funkcionalno ovirane osebe pereča, saj so bili zgrajeni v času, ko še niso veljali sedanji standardi, je pa treba morebitne pomanjkljivosti odpraviti ob priložnosti prenove (npr. z vgradnjo dvigal, klančin, vselej pa v skladu s smernicami varstva kulturne dediščine).

V prvi sklop uvrščamo tudi arhitekturo, ki jo imenujemo vernakularna. Po Juvancu je opredeljena kot najpreprostejša arhitektura, namenjena navadnim ljudem za vsakodnevno bivanje in delo ter ni izdelek poklicnih oblikovalcev, temveč je rezultat skromnih in malih zahtev (Juvanec, 2011). Kljub navidezni nezahtevnosti je ta vrsta arhitekture plod bogatega kulturnega izročila, kjer je vsak njen del kot tudi celota osmišljen. Na podežlju lahko med tako arhitekturo uvrščamo na primer kozolce, senike, koruznjake, kleti, hleve, zemljanke. Nabor je bogat in ima izrazito avtohtono vrednost. Kako jo prepoznati in jo hkrati odgovorno, a tudi privlačno vključiti v turistično dejavnost, pomeni izziv, predvsem pa veliko senzibilnost ustvarjalcev turistične ponudbe.

Drugi pristop oziroma vidik, tako imenovani sodobni kritični regionalizem, presega zgolj tradicijo in se spogleduje s prihodnostjo, ustvarja sožitje med starim in novim, ustvarja kontraste, ki se dopolnjujejo, ter ponuja kreativne rešitve s pridihom lokalnega. Sodobni kritični regionalizem 21. stoletja predstavlja predvsem arhitekturo, ki se zaveda ciljev trajnostnega razvoja in ekoloških prednostnih nalog ter umestitve v specifično lokalno okolje, v osnovi pa smer izvira iz osemdesetih let 20. stoletja, ko je arhitekt Kenneth Frampton zapisal, da taka arhitektura v svoji zasnovi upošteva lokalne, naravne, kulturne in zgodovinske vidike, ki so bili v preteklosti pogosto spregledani oziroma napačno razumljeni (s tem je bila predvsem naslovljena kritika modernističnega gibanja, ki navedenih vidikov ni upoštevalo). Arhitektura kritičnega regionalizma velik pomen pripisuje svetlobi, taktlnosti in uporabi lokalnih materialov (npr. primer hiše s razgledom) (slika 3). Kar je bistveno, je, da hiša spoštuje avtentičnost okolja in kulturne raznolikosti, razlikuje pa med poglobljenim razumevanjem tradicije in naivnimi poskusi oživitve izgubljenega podeželskega sloga (Frampton, 2007). Slednje je pomembno razumeti, saj se pogosto dogaja, da se za potrebe hitrega turizma gradijo kulise, ki le na videz posnemajo lokalne vzore. Grajeni prostor oziroma arhitektura v tem pogledu ne sme predstavljati kvazi tradicionalne kulise za olepšanje prostora oziroma ambienta,

temveč mora skušati razumeti načine delovanja, ki se je v nekem prostoru skozi čas izoblikovalo z razlogom.



Slika 3: Uporaba tradicionalnih materialov v sodobni arhitekturi – hiša z razgledom

Vir: Matej Lozar, 2016 (arhitektura: RVA – Robert Veselko arhitektura).

Tretji vidik predstavlja arhitekturo, ki se neposredno ne naslanja na tradicijo, odražajo pa jo visoka kakovost oblikovanja, sodobni principi uporabe materialov in konstrukcij, sodobna raba, ki nima paralel v preteklosti (npr. športni objekti). Taka arhitektura se lahko na eni strani skoraj nevidno, nevsiljivo vklaplja v prostor (npr. primer razstavno-prodajnega objekta v Koncertni dvorani v Postojnske jame, slika 4), po drugi strani pa je lahko gradnik nove identitete in prepoznavnosti, orientacije v prostoru (npr. Turistično informacijski center v Postojnski jami, Postojna)



Slika 4: Razstavno-prodajni objekt v Koncertni dvorani v Postojnski jami, Postojna

Vir: Miran Kambič, 2011 (arhitektura: Studio Stratum – Peter Šenk, Polona Filipič, Grega Tramte, Marko Pretnar).



Slika 5: Turistično informacijski center Postojna

Vir: Virginia Vrecl, 2014 (arhitektura in notranja oprema: Studio Stratum – Polona Filipič, Peter Šenk, Marko Pretnar)

5 Baukultur – naproti visokokakovostni arhitekturi v Evropi

Za doseganje višje kakovosti grajenega prostora je bila leta 2018 sprejeta Deklaracija iz Davosa (2018a), ki poudarja osrednjo vlogo kulture za kakovost grajenega okolja. Tako imenovano gibanje Baukultur vključuje vse dejavnosti s prostorskim vplivom: od na primer rokodelstva in obrti do obsežnega urbanističnega načrtovanja in oblikovanja krajin. V ta namen so pripravljavci deklaracije pripravili obrazce za kompleksno ocenjevanje kakovosti prostorov/krajev (The Davos Baukultur Quality System Assessment form), ki ne vključujejo samo klasičnih vidikov, kot so funkcionalnost stavbe (angl. functionality), temveč tudi okoljski vidik (angl. environment), vključujoč biodiverzitetu in ukrepe za zmanjšanje negativnih vplivov na podnebje, vidik upravljanja (angl. governance), ekonomski vidik (angl. economy), družbeno raznolikost (angl. diversity), kontekst vključevanja v prostor (angl. context), oblikovanje prepoznavnega občutka kraja (angl. sense of place), ne nazadnje pa ocenjujejo tudi nekaj, kar do zdaj ni bilo jasno artikulirano kot merilo – gre za lepoto stavb (angl. beauty). V tem pogledu navajajo, da kakovostna gradnja oziroma baukultur upošteva čutno zaznavanje in razumevanje odnosa med predmeti, prostori in ljudmi ter s tem povečuje zadovoljstvo ljudi in kakovost življenja. Poudarja potrebo po pozitivnem estetskem ugodju ter izpolnjejočem odnosu med ljudmi in krajem (Deklaracija iz Davosa, 2018b). Le z izpolnjevanjem vseh navedenih postavk lahko govorimo o kakovosti in posebnostih lokalne arhitekture.

6 Krajina kot medij destinacijske znamke

Za posamično turistično destinacijo ni pomemben samo vidik kakovostne arhitekture, temveč tudi, kako se grajeno okolje vklaplja v krajino. Turistična destinacija se ponaša s privlačnostjo krajine in jo opredeljuje kot razlikovalno prednost. Privlačne destinacijske krajske posebnosti *»opredeljujejo naravna obranjenost in pojavi ter antropogene privlačnosti, ki so opredeljene kot človekov dosežek in se nanašajo na kulturno krajino. Številne naravne znamenitosti Slovenije in njena visoka naravna obranjenost na določenih območjih predstavljajo osnovni vir zanimivosti za turistično dejavnost, ki je podkrepjena z zanimivo kulturno dediščino«* (Ravnjak, 2019), na primer Bled z otokom in gradom, Bohinj z mostom in cerkvijo sv. Janeza, Jeruzalem z vinskimi griči in klopotcem, dolina Soče s smaragdno reko Sočo, Piran s podobo mesta na polotoku itd.

Podoba krajine, ki vključuje naravno in grajeno okolje, predstavlja tudi pomemben del vizualne predstavitve turistične destinacije. Fotografije vsaj na videz predstavljajo krajino realno, tako kot je. Za promocijo destinacije se fotografije skrbno izbirajo, kontinuirano objavljane in možnost reprodukcije pa jim daje vrednost resnice, kar jih istoveti s tistim, kar predstavljajo (Barthes, 1981). Pri izbiri motiva gre za subjektivno interpretacijo in ne za stvarnost, saj le to vsak posameznik doživlja drugače (Kučan, 1998). Podoba krajine prevzame vlogo simbolnega znaka, kar jo opredeli kot pomemben medij destinacijske znamke (Barthes, 1981).

Trženje krajine sovпада s krepitvijo prepoznavnosti neke turistične destinacije oziroma kraja (Vodeb, 2014; Kline, 2013; Pompe, 2015; Konečnik Ruzzier, 2010; Kline in Berginc, 2003). Trženje in kontinuirano predstavljanje krajine v promocijskih aktivnostih omogoča, da ljudje krajino spoznajo in jo zato pogosteje obiščejo. Ob tem koristijo tamkajšnjo ponudbo izdelkov in storitev, kar ima zelene pozitivne posledice na blaginjo tamkajšnjih prebivalcev in turistične kazalnike.

Kučanova poudarja pomen prostora oziroma krajine za nacionalno identiteto, ko govori o *»nacionalni semiotiki prostorske percepcije«* (Kučan, 1996, str. 9), pri čemer prostor ni neposredno sporočilen, ampak mu je pomen šele pripisan. Medijski diskurz manipulira s prostorsko identiteto, saj jo pojmuje kot stanje in fizično danost, ko govori o *»svetih krajih nacije«*, ki ga Kučanova razloži na primeru turističnega oglasa *»Moja dežela in njena lepota«* iz osemdesetih let, v katerem so poudarjene

posamezne krajinske sestavine, ki omogočajo prepoznavanje določenega prostora kot slovenskega. To so podobe gorske krajine s Triglavom, vzorec njiv in travnikov s kozolci, cerkvice na vzpetinah, Bled, Bohinj, Piran, Logarska dolina (Kučan, 1996, str. 126). S kontinuiranim pojavljanjem in medijskim predstavljanjem se umetno ustvarjajo referenčni simbolni toposi, ki konstruirajo prostorske identitete (Pušnik, 1999, str. 806).

Ljudje v procesu medsebojne komunikacije in pod vplivom družbene zaznave iz prostora odbirajo posamezne značilnosti krajinskih enot, ki služijo družbi kot konceptualna predstava prostora (Kučan, 1996, str. 49). Krajem in krajinskim prvinam pripisan pomen predstavlja prostorske simbole, ki formirajo pripadnost določeni družbeni skupini (Kučan, 1996, str. 30).

Uveljavljanje blagovne znamke krajine oziroma geografskega območja »the place« (npr. Anholt, 2007; Ashworth in Kavaratzis, 2009; Mayes, 2008) uporablja načela brandinga, ki jih je mogoče prilagoditi in aplicirati za uporabo načel brandiranja določenega geografskega prostora, zato da se sprožijo pozitivne asociacije na krajino in se razlikuje od drugih (npr. Hanna in Rowley, 2011). Seveda se branding in ustvarjanje blagovnih znamk komercialnih izdelkov močno razlikujeta od znamčenja krajine (Anholt, 2007; Ashworth in Kavaratzis, 2009).

Znamčenje in komunikacijo destinacije oziroma geografskega območja je nemogoče popolnoma nadzirati zaradi različnih deležnikov (občinstvo in ustvarjalci znamke), kompleksnosti v interakciji med dejanskim in prikazanim stanjem ter psihološke in čustvene razsežnosti dojemanja prostorske znamke (Kavaratzis in Hatch, 2013). Znamčenje destinacije oziroma geografskega območja se večinoma uresničuje kot promocija in gradnja komunikacij na simbolnih elementih, največkrat logotipu in sloganu (npr. Ashworth in Kavaratzis, 2009; Govers in Go, 2009). Znamko destinacije oziroma geografskega območja je treba prepoznati kot dinamično, večplastno, kompleksno entiteto, ki zahteva prilagojen in izkustven pristop (Kalandides, 2011; Kavaratzis in Hatch, 2013; Mayes, 2008).

Konceptualizacija gradnje blagovne znamke destinacije zahteva vključitev mnenja lokalnih prebivalcev in upoštevanje občutka prostora (angl. sense of place) (Knez, 2005; Campelo in drugi, 2014). Ta na identiteti temelječ pristop je dvojen, saj je destinacija oziroma geografski prostor hkrati kraj obiska in bivanja, zato entitete in

umetno ustvarjenega koncepta znamčenja ni mogoče obravnavati ločeno. Razumevanje in dojetanje prostora in destinacije s strani tako imenovanega notranjega in zunanjega občinstva je neizprosno povezano, hkrati pa se med njunim dojetanjem prostora kažejo precejšnja odstopanja (Hatch in Schultz, 2002).

7 **Krajina in identiteta**

V krajinah je zajeto bogastvo informacij o ustroju, stopnji razvitosti in vrednotah določene družbene skupine (Ogrin, 1991), ki jim družba pripiše pomen in ga ohranja ali tudi spreminja v sistemu komunikacije. Podoba krajin določajo in spreminjajo ideologija in politična strategija ter gospodarski sistem. Družbeni sistem vrednot je rezultat vzajemnega delovanja med posameznikom, družbo in kulturo, krajine pa so posledica bivanja tako strukturirane družbe v prostoru (Kučan, 1998). Prepoznavanje prostora izhaja iz posameznikovega ali družbenega dojetanja kraja. Krajina oziroma prostor, ki ga človek naseljuje, prispeva k oblikovanju njegove identitete, hkrati pa se v krajini odlikavajo družbeni odnosi in s tem prispevajo k ustvarjanju krajinske podobe v družbeni zavesti, po kateri jo prepoznavamo in se z njo ali njenimi deli poistovetimo (Kučan, 1998, str. 21).

Sidrišče oblikovanja identitete posameznika in družbe je dediščina, ki jo Unescovi protokoli povzdigujejo kot temeljno jedro kolektivne identitete in samospoštovanja (Lowenthal, 1998, str. 5–6). Dediščina in turizem sta sodelujoči industriji. Dediščina spreminja lokacije v destinacije, turizem pa jih naredi ekonomsko sposobne za življenje kot eksponat samih sebe. Turizem se naslanja na trženje regionalnih in lokalnih izročil, naravnih virov in presežkov človeške ustvarjalnosti, ki jih predstavlja kot posebnost, dediščino lokalnega okolja. Prikaz dediščine, ki ni le preprosta predstavitev preteklosti, postaja nova oblika kulturne produkcije, ki izumirajočim predmetom daje drugo življenje (Kirshenblatt Gimblett, 1998).

Ob tem se postavlja vprašanje avtentičnosti doživljanja, ki poleg golega občudovanja materialnih oblik dediščine vključuje doživljanje avtentičnih dogodkov, zvokov in vonjev (Čepaityte Gams 2010).

Raba tradicije v turizmu ni motivirana le z ohranjanjem izročila prednikov, pač pa vse pogosteje postaja del vsebin strategij trajnostnega razvoja lokalnih območij, s poudarkom na podeželskem turizmu, ki ruralne vire, ki so bili tradicionalno osnova primarni dejavnosti (kmetijstvu), začne uporabljati za doseganje drugačnih ciljev, povezanih z izboljšanjem ekonomskega položaja in splošnim razvojem lokalnih območij, pri čemer projekti in dejavnosti, ki temeljijo na lokalni tradiciji, pripomorejo k razvoju in krepitvi lokalnega gospodarstva ter pozitivno vplivajo na občutke pripadnosti in povezanosti skupnosti (Poljak Istenič, 2013).

8 Primer iz prakse: Bohinj

Bohinjska krajina je zaščiten kot krajina nacionalnega pomena, hkrati 64 % območja Občine Bohinj leži v zaščitenem območju Triglavskega narodnega parka, 84 % v območju Natura 2000, celotno območje spada pod UNESCO MAB regijo Julijske Alpe. Ta »posvečeni«¹ prostor zahteva od upravljavca izjemen občutek za upravljanje krajine ter prilaganje zakonskim in varovalnim okvirom v dobrobit varovanju in ohranjanju avtentičnega duha prostora.

Področje graditve objektov in drugih posegov v prostor je za vso Slovenijo urejeno z Gradbenim zakonom in Zakonom o urejanju prostora, na območjih, pomembnih za ohranjanje narave in varstvo kulturne dediščine, pa še s posebno varstveno zakonodajo. Občine s prostorskimi akti določajo namensko rabo prostora (stavbna, kmetijska, gozdna, vodna in druga zemljišča), izvedbene pogoje glede gradnje in s tem tudi dopustne vrste posegov.

Varovanje kulturne krajine in arhitekturne dediščine je v pristojnosti Zavoda za varstvo kulturne dediščine RS, ki za posege v kulturno dediščino oziroma v zemljišče za gradnjo znotraj registriranega arheološkega najdišča izda kulturnovarstveno soglasje. Register nesnovne dediščine upravlja Ministrstvo za kulturo. Kot nesnovna kulturna dediščina ni opredeljena le stavbna dediščina, ampak tudi kulturna krajina oziroma ambient določenega območja (Bled, Bohinj), naselbinska dediščina (Kropa) in zgodovinska krajina (Krnsko pogorje) ali arheološko najdišče (Piran). Pravni sistem varstva kulturne dediščine je pogostejši v zahodni Sloveniji (Ministrstvo za kulturo, 2022).

Investitorji morajo za vse gradnje, vzdrževalna dela ter druga dela, dejavnosti in ravnanja, ki spreminjajo videz, strukturo, notranja razmerja in uporabo kulturne dediščine, pridobiti kulturnovarstvene pogoje, ki jim mora slediti projektna dokumentacija arhitekturnih rešitev. Na podlagi potrditve ustreznosti nato arhitekturni projekt pridobi kulturnovarstveno soglasje v skladu z Gradbenim zakonom (ZVKDS, 2015).

Na zavarovanih območjih, na primer v Triglavskem narodnem parku, je gradnja določenih vrst objektov in posegov v prostor, ki bi lahko ogrozili cilje ohranjanja narave in varstva kulturne dediščine, prepovedana ali omejena. Investitorji morajo pred posegom v prostor pridobiti naravovarstveno mnenje Zavoda RS za varstvo narave in kulturnovarstveno mnenje Zavoda za varstvo kulturne dediščine Slovenije, Javni zavod Triglavski narodni park pa v postopkih sodeluje s strokovnim mnenjem (Javni zavod Triglavski narodni park, b. d.).

Upravljanje krajine Bohinja je opredeljeno v Odloku o občinskem prostorskem načrtu Občine Bohinj (Občina Bohinj, 2017). Vsebine upravljanja krajine so obravnavane tudi v Celostni prometni strategiji Občine Bohinj (Občina Bohinj, 2019), Strategiji trajnostnega razvoja območja Bohinjskega jezera (Turizem Bohinj, 2021) in Strategiji razvoja kmetijstva v občini Bohinj za obdobje 2021–2030 (Občina Bohinj, 2020).

V Občini Bohinj so zaradi posodobitve in obnove cest in infrastrukture ter posledično prenov vaških jeter k spreminjanju podobe krajine pristopili strateško. Za pomembne spremembe občinskega prostorskega načrta so izvedli arhitekturne delavnice z arhitekturno stroko, na katerih so pripravili idejne predloge in izhodišča za ureditev prostora. V nadaljevanju so izvedli natečaje arhitekturnih rešitev in razgrnitve končnih rešitev, ki so jih vsakokrat predstavili javnosti. Pomembno vlogo odločevalca je prevzela komisija za urejanje prostora, varstvo okolja, komunalno dejavnost in gospodarsko javno infrastrukturo Občine Bohinj, ki je obravnavala ter podajala stališča in odločitve o vseh predlogih aktov in drugih odločitvah iz pristojnosti občine na področju urejanja prostora, varstva okolja, gospodarjenja z nepremičnim premoženjem občine, komunalnih dejavnosti in gospodarske javne infrastrukture.

Z namenom ustrezne obravnave razvoja arhitekture in podobe krajine so v Bohinju strokovno proučili lokalno arhitekturno dediščino in izdelali dokumente stavbne tipologije, v katerih so detajlno predstavljene arhitekturne posebnosti in izvedbene rešitve v posameznih vaseh in na planinah¹. Sistem upravljanja krajine je usmerjen v sistematičen in celovit pristop k prenovi vasi in kulturne krajine. Izhodišče za arhitekturno skladnost in vključevanje sodobnih arhitekturnih elementov je zajeto v dokumentu Katalog urbane opreme za območje Občine Bohinj (Odprti krog, 2018). V njem so vključene idejne arhitekturne rešitve za tako imenovano urbano opremo (avtobusne postaje, klopi in mize, stojala za kolesa, koši za smeti, usmerjevalne in informacijske table, ograje itd.). Vsi elementi so med seboj sorodni po obliki, funkciji, materialih in oblikovalskem pristopu. Zasnovani so v skladu s posebnostmi bohinjskega prostora ter razumevanjem in spoštovanjem tradicije (Odprti krog, 2018).

Podoba se navdihuje v tradicionalnih pristopih, poudarjena je funkcionalnost posameznih elementov in uporabljen za okolje značilen material. Izhajajoč iz bogate dediščine fužinarstva in tradicionalne obdelave kovin se kovinski profili, pločevina in ploščato železo povezujejo z lesom avtohtonih drevesnih vrst, predvsem macesna in smreke. Arhitekti se poigravajo z interpretacijo za kulturno krajino značilnih oblik, ki zahtevajo mojstrsko obvladovanje lesnih konstrukcij in tradicionalnih obdelav lesa, z vključitvijo skodel, desk, letev, debelih plohov, tramov (Odprti krog, 2018).

Sistematično in celovito prenavo vasi in kulturne krajine je Občina Bohinj začela izvajati leta 2017. V prostor so po načrtih iz Kataloga urbane opreme umestili avtobusne postaje, lesene smerokaze, obvestilne table, klopi, smetnjake itd. (slika 6).

¹ 2021 – Tipologija Bohinjskih planin; 2021 – Od stoga do kozouca (priročnik za rabo in vzdrževanje kozolcev); 2020 – Stavbna tipologija Bohinj, Jereka Koprivnik, Gorjuše; 2020 – Stavbna tipologija Bohinja; 2020 – Stavbna tipologija Srednja vas; 2017 – Razvoj planin v občini Bohinj.



Slika 6: Usmerjevalne table in klop, umeščeni v prostor.

Vir: Mitja Sodja, 2017 (arhiv Turizem Bohinj).

Kot primer dobre prakse umeščanja sodobnih arhitekturnih rešitev veljajo tudi počivališča ob Klodičevi kolesarski poti Bohinj (slika 7), ki povezuje Zgornjo in Spodnjo Bohinjsko dolino v sklenjeno krožno kolesarsko povezavo. Za leseno arhitekturo in urbano opremo so Občina Bohinj in avtorji, združeni pod imenom Atelje Ostan Pavlin, v letu 2014 prejeli nagrado Maksa Fabianija za Kolesarske, krajinske in simbolne vidike kolesarske poti v Bohinju (slika 8), leta 2011 priznanje za odlično realizacijo s področja arhitekture in krajinske arhitekture, tako imenovani zlati svinčnik, leta 2018 pa nagrado za inovativno leseno arhitekturo in urbano opremo z nizkim ogljičnim odtisom v alpski regiji.



Slika 7: Počivališče na Klodičevi kolesarski poti Bohinj

Vir: Mojca Odar, 2020 (Arhiv Turizem Bohinj).



Slika 8: Most na Rju, Kamnje, Bohinj, 2020

Vir: Jana Vilman, 2022.

Večji finančni investiciji na kolesarski poti sta lesena mostova na Bohinjski Bistrici in na Kamnjah. Most sodobne oblike ob kampu Danica na Bohinjski Bistrici je na zunanji strani v celoti prekrit s skodlami, s čimer so arhitekti interpretirali regionalne arhitekturne vzore. Nagrajen je bil s prvo nacionalno nagrado za leseno gradnjo (2013) in nagrado Architizer A+ (2016) kot zmagovalec žirije v kategoriji promet in mostovi (DANS, b. d.).

V letu 2020 je bil zgrajen tudi most na Rju, čez reko Savo na Kamnjah. Most z dolžino 40 m, prekrit s streho, so si arhitekti zamislili kot »hišo na vodi«, za katero so izhodišče našli v kozolcih kot tipični arhitekturi Bohinja (Ahačič, 2020).

Leta 2019 je Občina Bohinj začela izvajati največje investicije in posege v podobo krajine v zadnjih sedemdesetih letih. Zaradi potreb sodobnega časa je bil poseg v prostor nujen. Občina se je povezala s priznanimi strokovnjaki, posvetovala z lokalno skupnostjo in prebivalstvom, izvedla javne razgrnitve arhitekturnih rešitev. Prenovljena so bila jedro Bohinjske Bistrice in vaška jedra vasi Ribčev Laz, Stara Fužina, Bohinjska Češnjica, Srednja vas (slika 9). V fazi prenove pa so vasi Studor in Gorjuše ter ureditev območja Jezernice v Ribčevem Lazu.

Sočasno s prenovami vaških jeder sta bila rekonstruirana tudi dva pomembna turistična objekta: več let propadajoči Hotel Bohinj v Ribčevem Lazu in Gostišče Danica na robu Bohinjske Bistrice.

Gostišče Danica na obrobju Bohinjske Bistrice zaznamuje vhod v kamp Danica. Arhitekturna podoba sledi rekonstrukciji prej obstoječe stavbe ter ohranja steno in zunanjo podobo prvotne konstrukcije v pritličnem delu. Arhitekturni biro Arch design je prvotno temno leseno fasado nadgradil z idiličnimi, z rdečo barvo poudarjenimi okni s polknicami (slika 10). Vrhnja nadstropja s tradicionalnimi ganki je oblekel v macesen, ki bo sčasoma posivel. Nevpadljivo dodan zimski vrt in zamaknenost objekta ustvarjata arhitekturno podobo domačnosti in občutek, da sta tam že od nekdaj. Inspiraciji v lokalni arhitekturi in sledenju smernic varovanja kulturne dediščine pri končni zunanji podobi objekta sledi tudi oprema interierja. Pri opremitvi interierja se je investitor zavezal, da bo, če je le mogoče, vgradil materiale slovenskega izvora in za delo angažiral čim več izvajalcev z območja Bohinja. Prav zato je v opremitvi interierja mogoče najti ročno izdelane glinene luči in opremo znanih slovenskih podjetij. Objekt obratuje kot gostilna s ponudbo jedi iz lokalnih sestavin in posodobljenimi recepti, ponuja pa tudi možnost nastanitve v sedmih sobah. Sobe so tematsko opremljene in pripovedujejo zgodbo znamenitosti, ki jih lahko obiščemo v destinaciji.



Slika 9: Nova podoba Stare Fužine – klopi in avtobusna postajališča in stojnice.

Vir: Mitja Sodja, 2020 (Arhiv Turizem Bohinj).



Slika 10: Gostišče Danica, Bohinjska Bistrica.

Vir: Mojca Odar, 2021 (Arhiv Turistično društvo Bohinj, 2021).

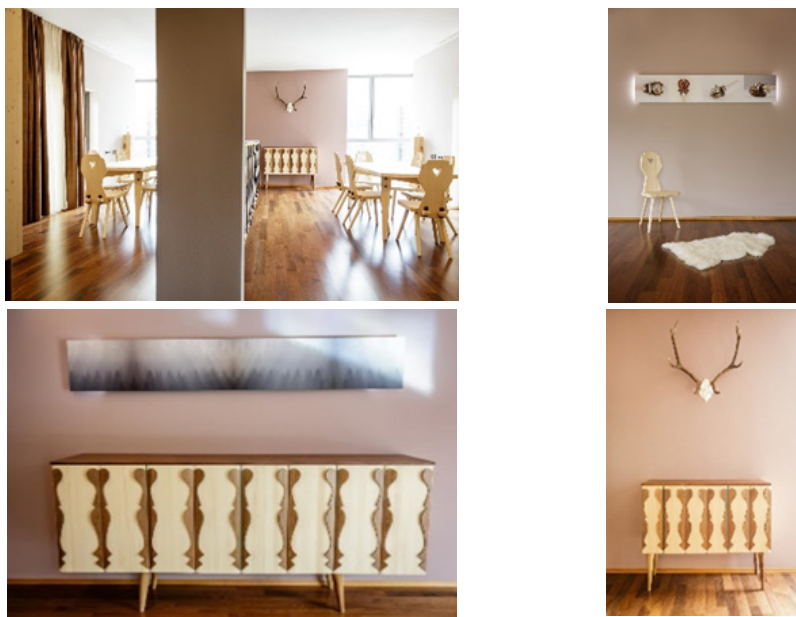
Pri prenovi Hotela Bohinj so se arhitekti prilagodili usmeritvam Zavoda za kulturno dediščino ter gradili podobo na obstoječi konstrukciji in izhajali iz sanacijskih statičnih rešitev. Arhitekturni biro Ofis je tako z uporabo obstoječih gradbenih materialov zmanjšal ogljični odtis zgradbe za kar 30 %. Zunanost hotela se ponaša z leseno macesnovo konstrukcijo robustnih poševnih tramov, ki skriva kovinske protipotresne nosilce, žlebove, strelovode in druge instalacije (slika 11). Ob vstopu v Bohinj tako obnovljeni objekt na vzpetini nad Ribčevim Lazom in Bohinjskim jezerom daje vtis nevpadljivosti, kot da je tam že od nekdaj (Štok, 2021).



Slika 11: Podoba prenovljenega hotela Bohinj se zliva z okolico, iz katere tudi črpa navdih

Vir: Žiga Intihar, 2021 (Arhiv Alpinia, d.o.o., 2021).

Vključevanje lokalnih arhitekturnih posebnosti in izkazovanje pripadnosti alpskemu okolju v novograjenih in rekonstruiranih objektih različnih investitorjev ni le posledica vrednot lastnikov, temveč na odločitve močno vplivajo prej omenjeni sistemi varovanja ter tudi poslanstvo in vrednote Bohinja kot destinacije, ki jih zagovarja destinacijski management center Turizem Bohinj. Ta je že leta 2015 izvedel prvi projekt medsektorskega sodelovanja (LAS projekta Najboljše iz Bohinja) z namenom vzajemne promocije, vključevanja kulturne dediščine v oblikovanje skupnih produktov in razvoja gospodarstva v lokalnem okolju. V povezovalno zgodbo so vključili LIP pohištvo Bohinj, d.o.o., Bohinj ECO hotel in kreativne industrije ter oblikovali kolekcijo pohištva LORE, ki se navdihuje v bohinjski tradiciji. S tem pohištvom so opremili poslovno suito v Bohinj eko hotelu (slika 12), ki je postala razstavni prostor, primer bohinjskega interierja, ki hkrati omogoča izkustveno doživetje (Turizem Bohinj, b. d.).



Slika 12: Poslovna suita v Bohinj Eco hotelu, opremljena s pohištvom Lore

Vir: Anže Čokl, 2015 (Arhiv Turizem Bohinj, b. d.).

V podjetju Alpik so se kot prvi odločili, da ob prenovi nastanitev v opremo interierja vključijo pohištvo LORE in da izvedbena dela zaupajo lokalnim obrtnikom. Na sliki 13 je prikazan interier apartmaja, ki ga je s pohištvom iz lokalnega lesa opremilo lokalno mizarsko podjetje, za polno doživetje bohinjskega oziroma alpskega

prostora. Naknadno so interior nadgradili s tekstilom iz kolekcije Bohinjski pušeljci in s ponudbo bohinjskega zajtrka. Investitor je bil s prenovno zadovoljen, saj se je spremenila struktura gostov, podaljšala doba bivanja, hkrati pa se je zvišala cena najema na dan.

Model upravljanja destinacije Bohinj temelji na iskanju ravnotežja med razvojnimi usmeritvami, ki jih nalaga in zahteva lokalna skupnost, ter varovanjem in ohranjanjem naravnega okolja. Ključni izziv trajnostnega turizma vidi v rešitvah za sobivanje turizma in občutljivega zaščitenega naravnega okolja. Razvija turizem, ki je v službi lokalnega prebivalstva in naravnega okolja, v katerega vstopa turizem. Sodobni posegi v krajino zahtevajo strokoven in senzibilen pristop, sodelovanje stroke in vključevanje kreativnega sektorja. V skladu z značilnostmi kulturne dediščine se je pri gradnji novih ali nadomestnih objektov in rekonstrukciji ali obnovi obstoječih za ohranjanje identitete prostora treba navezati na stavbno tipologijo območja in prednostno uporabiti materiale, značilne za lokalno okolje. S tem se obiskovalcu in lokalnim prebivalcem zagotavlja kakovostno doživljanje prostora, ki se navezuje na kulturo lokalnega okolja.



Slika 13: Apartmaji Alpik, Ukanc

Vir: Mitja Sodja, 2018 (Arhiv Alpik, d.o.o, 2021).

8 Zaključek

Vključenost arhitekturnih in krajinskih posebnosti lokalnih območij v turistično dejavnost se prepoznava kot vse bolj pomembna, saj je arhitektura izrazno sredstvo kulturne raznolikosti in inovacijskega potenciala regije, turizem pa gospodarska panoga, ki lahko prispeva k ohranjanju lokalnih arhitekturnih posebnosti.

Občina Bohinj je primer iz prakse, ki kaže, da je v sodelovanju različnih strok, ob upoštevanju varovanja naravne in kulturne krajine ter strateškega načrtovanja upravljanja krajine mogoče korenito posegati v prostor in ga prilagajati sodobnim potrebam, hkrati pa ohraniti avro tradicionalne krajine. S premišljenim arhitekturnim pristopom prostor ne izgublja vizualne vrednosti, temveč pridobi za lokalne prebivalce in obiskovalce višjo uporabno vrednost in visoko stopnjo doživljanja prostora.

Turizem in arhitektura morda še nikoli nista bila tako tesno povezana kot danes, se pa mora zavedanje o dolgoročnih pozitivnih učinkih še okrečiti. Samo s strokovnim znanjem, osebnim odnosom in kakovostjo dela lahko dosežemo visoko zastavljene cilje.

Literatura in viri

- Ahačič, M. (2020). Novi kolesarski most že stoji. [*Gorenjski glas*]. Pridobljeno iz <https://www.gorenjskiglas.si/article/20201216/C/201219849/1011/novi-kolesarski-most-ze-stoji>, 3. 12. 2020.
- Alpik, d.o.o. (2021). *Bohinj nastanitve Alpik – dežela zlatoroga*. Pridobljeno iz <https://alpik.si/sladkospanje/hiske-alpik/>, 1. 12. 2021.
- Alpinia, d.o.o. (2021). *Hotel Bohinj*. Pridobljeno iz <https://www.hotelbohinj.si/>, 1. 12. 2021.
- Anholt, S. (2007). *Competitive identity*. London: Palgrave Macmillan.
- Ashworth, G. in Kavaratzis, M. (2009). Beyond the logo: Brand management for cities. *Journal of Brand management*, 16(8), 520–531.
- Barthes, R. (1981). *Camera lucida: Reflections on photography*. London: Macmillan.
- Bogataj, J. (1992). *Sto srečanj z dediščino na Slovenskem*. Ljubljana: Prešernova družba.
- Campelo, A., Aitken, R., Thyne, M. in Gnoth, J. (2014). Sense of place: The importance for destination branding. *Journal of travel research*, 53(2), 154–166.
- Čepaityte Gams, O. A. (2010). Dediščina in vprašanje avtentičnosti: kaj (re)konstruiramo). *Kulturna dediščina in identiteta*, 109–136.
- DANS (b. d.). *Kolesarska brv čez Savo*. Pridobljeno iz <https://dans.si/?p=34>, 1. 12. 2021.
- Davos declaration (2018a). *The Davos Baukultur Quality System: Assessment form*. Pridobljeno iz <https://davosdeclaration2018.ch/media/DBQS-assessment-form-en.pdf>, 4. 11. 2021.
- Davos declaration (2018b). *Eight criteria for a high-quality Baukultur*. Pridobljeno iz <https://davosdeclaration2018.ch/media/DBQS-en.pdf>, 4. 11. 2021.
- Evropska komisija (2000). *Evropske prostorske razvojne perspektive: v smeri uravnoteženega in trajnostnega razvoja ozemlja Evropske unije*. Pridobljeno iz https://www.gov.si/assets/ministrstva/MOP/Dokumenti/Urbanirazvoj/351e32b0c1/a_epp1.pdf, 5. 12. 2021.
- Fister, P. (1993). *Arhitekturne krajine in regije Slovenije*. Ljubljana: Ministrstvo za okolje in prostor RS, Zavod RS za prostorsko planiranje.
- Frampton, K. (2007). *Modern Architecture: A Critical History*. United Kingdom: Thames & Hudson.
- Govers, R. in Go, F. M. (2009). Tourism destination image formation. V M. Kozak in A. Decrop (ur.), *Handbook of tourist behaviour*, 53–67. New York: Routledge.
- Hanna, S. in Rowley, J. (2011). Towards a strategic place brand-management model. *Journal of marketing management*, 27(5–6), 458–476.

- Hatch, M. J. in Schultz, M. (2002). The dynamics of organizational identity. *Human relations*, 55(8), 989–1018.
- Javni zavod Triglavski narodni park TNP (b. d.). *Gradnja objektov in posegi v prostor v Triglavskem narodnem parku*. Pridobljeno iz <https://www.tnp.si/sl/javni-zavod/soglasja-mnenja-in-predkupna-pravica-tnp/gradnja-objektov-v-parku/>, 4. 3. 2022.
- Juvanec, B. (2004). Vernakularna arhitektura ali kompleksnost preprostosti. *AR. Arhitektura, raziskave*, 4(1), 16–21.
- Juvanec, B. (2011). *Arhitektura Slovenije 3, Vernakularna arhitektura, osrednji pas*. Ljubljana: i2 Družba za založništvo, izobraževanje in raziskovanje, d.o.o., Univerza v Ljubljani, Fakulteta za arhitekturo.
- Kalandides, A. (2011). The problem with spatial identity: revisiting the »sense of place«. *Journal of Place Management and Development*, 4(1), 28–39.
- Kavaratzis, M. in Hatch, M. J. (2013). The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory. *Marketing theory*, 13(1), 69–86.
- Kirshenblatt Gimblett, B. (1998). *Destination culture: Tourism, museums, and heritage*. Berkeley: University of California Press.
- Kline, M. (2013). Landscape as a brand. V M. Simoneti in U. Kranjc (ur.), *Vital landscapes, compendium of pilot projects focusing on local people and regional stakeholders*, 53–58. Pridobljeno iz <http://www.visitbarje.si/Data/Sites/1/compendium-net.pdf>, 5. 12. 2021.
- Kline, M. in Berginc, D. (2003). Tržna znamka države: študija primera Slovenije. *Teorija in praksa*, 40(6), 1040–1057.
- Knez, I. (2005). Attachment and identity as related to a place and its perceived climate. *Journal of environmental psychology*, 25(2), 207–218.
- Kučan, A. (1996). Zeleni sistem Ljubljane kot razvojni in varovalni dejavnik. V D. Ogrin, A. Demšar, T. Simonič in drugi (ur.), *Varstvo narave zunaj zavarovanih območij: zbornik mednarodne konference ob evropskem letu varstva narave 1995 pod okriljem Sveta Evrope*, 225–240. Ljubljana: Ministrstvo za okolje in prostor, Urad RS za prostorsko planiranje, Biotehniška fakulteta, Inštitut za krajinsko arhitekturo.
- Kučan, A. (1998). *Krajina kot nacionalni simbol*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Lowenthal, D. (1985). *The past is a foreign country-revisited*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lowenthal, D. (1998). *The heritage crusade and the spoils of history*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mayes, R. (2008). A place in the sun: The politics of place, identity and branding. *Place Branding and Public Diplomacy*, 4(2), 124–135.
- Ministrstvo za kulturo RS (2022). *Pravni režim varstva kulturne dediščine eVRD*. Pridobljeno iz <https://gisportal.gov.si/portal/apps/webappviewer/index.html?id=403a54629867466e940983d70a16ad9e>, 9. 3. 2022.
- Norberg-Schultz, C. (1991). *Genius loci, Towards a Phenomenology of Architecture*. New York: Rizzoli.
- Občina Bohinj (2017). *Odlok o Občinskem prostorskem načrtu občine Bohinj*. Pridobljeno iz <https://obcina.bohinj.si/DownloadFile?id=106434>, 15. 2. 2022.
- Občina Bohinj (2019). *Celostna prometna strategija Občine Bohinj*. Pridobljeno iz <https://obcina.bohinj.si/DownloadFile?id=199751>, 15. 2. 2022.
- Občina Bohinj (2020). *Strategija razvoja kmetijstva v občini Bohinj za obdobje 2021–2030*. Pridobljeno iz <https://obcina.bohinj.si/DownloadFile?id=328933>, 15. 2. 2022.
- Odprti krog (2018). *Katalog urbane opreme za območje Občine Bohinj*. Pridobljeno iz <https://bohinj.e-obcina.si/files/other/news/23/139367Katalog%20urbane%20opreme%20za%20obmo%20C4%8Dje%20ob%20C4%8Dine%20Bohinj.pdf>, 17. 2. 2022.
- Ogrin, D. (1991). Krajina kot nosilec identitete. *Urbani izživ*, (15), 62–64.
- Poljak Istenič, S. (2013). *Tradicija v sodobnosti: Janče – zeleni prag Ljubljane*. Ljubljana: Založba ZRC.
- Pompe, A. (2015). *Znamka mesta: pomemben ustvarjalec pozicije mesta v konkurenčnem prostoru*. Ljubljana: Urbanistični inštitut Republike Slovenije.

- Preinfalk, M. in Sapač, I. (2013). *Grajska dediščina na Slovenskem: Nekaj misli z okrogle mize Gradovi na Slovenskem danes in jutri – usoda, načrti, perspektive. Umetnostna kronika 37*. Ljubljana: Umetnostno zgodovinski inštitut Franceta Steleta.
- Pušnik, M. (1999). Konstrukcija slovenske nacije skozi medijsko naracijo. *Teorija in praksa*, 36(5), 796–808.
- Ravnjak, K. (2019). *Prepoznavnost in trženje krajine Ljubljanskega barja za potrebe turizma*. (Doktorska disertacija). Biotehniška fakulteta, Univerza v Ljubljani, Ljubljana.
- Ruhanen, L. (2004). Strategic planning for local tourism destinations: an analysis of tourism plans. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 1(3), 239–253.
- Štok, K. (28. avgust 2021). Kriptomilijonar ustvarja novo podobo Bohinja; prenovljeni hotel Bohinj za urbane turiste. [MMC RTV SLO]. Pridobljeno iz <https://www.rtvlo.si/zabava-in-slog/kriptomilijonar-ustvarja-novo-podobo-bohinja-prenovljeni-hotel-bohinj-za-urbane-turiste/591379>, 6. 2. 2022.
- Turistično društvo Bohinj (2021). *Kamp Danica****, Bohinjska Bistrica*. Pridobljeno iz <https://tdbohinj.si/kamp-danica/#kamp-danica-bohinjska-bistrica>, 1. 12. 2021.
- Turizem Bohinj (b. d.) *Bohinjska tujska soba. Selected from Bobinj*. Pridobljeno iz <https://frombohinj.weebly.com/>, 13. 3. 2022.
- Turizem Bohinj (2021). *Strategija trajnostnega razvoja območja bobinjskega jezera (bobinjske jezerske sklede)*. Pridobljeno iz <https://obcina.bohinj.si/DownloadFile?id=331299>, 15. 2. 2022.
- Vodeb, K. (2014). *Turistična destinacija: sodobna obravnava koncepta*. Koper: Univerza na Primorskem, Založba Univerze na Primorskem.
- ZVKDS (2015). *Kulturnovarstveni pogoji in soglasja*. Pridobljeno iz <https://www.zvkds.si/sl/clanek/nasveti-za-lastnike>, 6. 3. 2022.