

»Naš namen ni, da bi čisto vse pokazali«: Turizem na Solčavskem

Žiga Korbar, Tina Krašovic, Lina Troha

Uvod

Turizem je z etnološkega oziroma antropološkega zornega kota definitivno zanimiv in pozornosti vreden kulturni pojav, saj se je v prejšnjem stoletju in do danes razvil v eno izmed najpomembnejših gospodarskih panog. Vključuje enormno množico ljudi, ki potujejo z zelo različnimi nameni, in krajev, ki se ponášajo tako s kulturno kot naravno dediščino. Na globalnem turističnem zemljevidu najdemo tudi Solčavsko, ki vabi s sloganom »Harmonija treh dolin«¹ in se ponáša z izjemno pestrim naborom naravnih in kulturnih znamenitosti, »nagnetenih« v treh slikovitih, ledeniško preoblikovanih dolinah ob vznožju Kamniško-Savinjskih Alp – Logarski dolini, Robanovem kotu in Matkovem kotu.

Na naslednjih straneh se sprva ukvarjamo z vprašanjem razmerja med turizmom in prostorom, pri čemer se, ozirajoč na turistični diskurz, dotaknemo ureditev, zametitev in delitev Solčavskega. Zanima nas predvsem, kateri prostori so namenjeni turistom in kateri domačinom, kako se oblikujejo in kaj jih ločuje. Nadaljujemo s pogledi domačinov na turizem, pereče vprašanje je namreč, kdaj je turizma dovolj oziroma kdaj premalo ali preveč, odgovori na to vprašanje pa so odvisni od različnih vlog posameznikov, njihovih interesov in osrednjih dejavnosti, izkušenj s turisti ... Preizprašujemo tudi, kdaj in zakaj so odročni kraji, kot je Solčavsko, postali turistična atrakcija. S pomočjo krajšega zgodovinskega pregleda in navezujoč se na literaturo ugotavljamo, zakaj sta se v turizmu sploh začela tržiti »divjinskost« in »avtentičnost« ter kako sta ta dva koncepta narekovala razvoj t. i. doživljajskega turizma, ki turistu prodaja edinstveno izkušnjo. V zaključnem poglavju orišemo, kako je na turizem Solčavskega vplivala pandemija koronavirusne bolezni, in razmišljamo, kaj bo prinesla prihodnost.

1 Harmonija treh dolin. Spletni vir: <https://www.logarska-solcavsko.si/solcavsko/> (pregledano 25. 3. 2021).

Turizem in prostor

Leta 1987 je bila Logarska dolina zaradi naravnih in kulturnih znamenitosti razglašena za krajinski park. Čeprav spletna stran Krajinski park Logarska dolina² turizem opisuje kot »dodano vrednost kmetijstvu in gozdarstvu«, ki »ponuja oddih v mirnem okolju krajinskega parka in številne aktivnosti«,³ pa v Poročilu o delovanju podjetja Logarska, d. o. o., beremo drugače. Kljub ustanovitvi krajinskega parka naj bi se namreč negativen vpliv turističnega obiska na naravno okolje nadaljeval, gospodarska stagnacija pa prav tako, saj občinski odlok o razglasitvi »ni predvidel naravovarstvenega nadzora in virov financiranja razvoja parka«⁴ oziroma:

»Dejansko se stanje z razglasitvijo parka ni spremenilo, sploh ne, ampak s tem potem, ko so se zagotovile finance, da se je uredila dolina. Dejansko se stvari niso začele urejati, dokler se niso domačini dogovorili, ustanovili podjetje Logarska dolina, d. o. o., in začeli z urejanjem Logarske doline in se odločili, da se bo začela pobirati vstopnina.. In je bil prvi tak primer v Sloveniji, oziroma kjer je Logarska dobila koncesijo za upravljanje, pa tudi domačini so vsako leto sprejemali plan dela, pa določali, kaj se bo delalo za ta denar, ki je prišel od parkirnine. Tako da takrat so se začele stvari premikati in se je tudi načrtno delalo za to.«⁵

Nezadovoljstvo, zaskrbljenost in želja lokalne skupnosti po vplivu na razvoj parka so leta 1992 spodbudili ustanovitev Podjetja za razvoj Logarske doline, Logarska, d. o. o., ki je domačinom omogočila neposreden vpliv na delovanje in urejanje parka. Medard Plesnik pripoveduje, da jim je vzpostavitev podjetja pomagala tudi pri soočanju s turizmom in njegovim omejevanjem, saj so si turisti »kurili za vsako smreko, so si piknike delali po celi dolini.«⁶ Želja domačinov je bila takšno početje omejiti, »dobiti nek denar za vzdrževanje.«⁷ Logarsko, d. o. o., so ustanovili domačini in začeli urejati tako turistično kot tudi komunalno in prometno infrastrukturo, kar je prispevalo k splošni urejenosti okolja, sočasno pa so si zagotovili moč pri

2 Krajinski park Logarska dolina. Spletni vir: <https://www.logarska-dolina.si/> (pregledano 19. 3. 2021).

3 Prav tam.

4 Podjetje za razvoj Logarske doline, Logarska d.o.o., Poročilo o delovanju podjetja 1992–2014. Podjetje za razvoj Logarske doline, Logarska d.o.o., Logarska dolina 2015.

5 Urška Lenar, intervju, Logarska dolina, 23. 9. 2020.

6 Medard Plesnik, intervju, Logarska dolina, 24. 9. 2020.

7 Prav tam.

upravljanju turističnega obiska. Tako v ospredje vstopajo tisti elementi turizma, ki koristijo njim samim, torej skupnosti domačinov. Na ta način prav oni pridobijo osrednjo pozicijo – gre torej za na skupnosti temelječi turizem.⁸

Na Solčavskem živi petsto trideset ljudi, letno pa na območje pride okrog sto tisoč obiskovalcev. Kot pravi Marko Slapnik, ki se v okviru zavoda Poseben dan ukvarja z interpretacijo naravne in kulturne dediščine, domačinom ne bi bilo všeč, »če bi pustili obiskovalce, da gredo kamorkoli želijo«.⁹ Tovrstno usmerjanje turistov predstavlja simbolno in fizično zarisovanje meja¹⁰ (glej poglavje *Zabrisane meje*), ki poskuša domačinske prostore odmejiti in zamejiti od turističnih, ki so v splošnem definirani kot tista območja, kjer prevladujejo turistične aktivnosti oziroma so organizirana za zadoščanje potreb obiskovalcev.¹¹

Pri tem gre torej za perspektive sogovornikov, ki želijo domačinske prostore obvarovati pred »zunanjostjo« okolico. A vendar v praksi gibanje ljudi večkrat ne sledi mejam in mnogokrat se zgodi, da turisti odidejo tja, kjer naj bi bil prostor domačinov. Ko se zgodijo prestopi, je v tistem trenutku ločnica med domačinskim in turističnim lahko jasno izražena, čeprav je v splošnem največkrat le ohlapno določena:

»Recimo en konkreten primer, v Robanovem kotu na kmetiji Roban imajo tudi planšarijo na koncu doline in imajo kar direktno od turistov kaj zaslužka, doma na kmetiji se pa s tem ne ukvarjajo, ker imajo zelo dosti teh hektarjev zemlje in zelo dosti gozda. Delo v gozdu je zahtevno in nekako nimajo interesa do tega. In je včasih kar slaba volja na strani domačinov, ko ljudje hodijo tam gor, ker ne hodijo samo po cesti, tudi kaj ven iz ceste stopijo. Pa včasih so tudi – zdaj je boljše – so tudi rastline trgali pa tudi kopali s koreninami vred. To jim pa ni bilo všeč in so bili zelo, zelo striktni.«¹²

-
- 8 Jarkko Saarinen in Haretsebe Manwa, 'Tourism as a Socio-Cultural Encounter: Host-Guest Relations in Tourism Development in Botswana.' *Botswana Notes and Records*, let. 2008, št. 39, 2008, str. 46.
- 9 Marko Slapnik, intervju, Logarska dolina, 26. 9. 2020.
- 10 S simbolnim ustvarjanjem meja je mišljeno določanje meja prek domačinskega diskurza o tem, kateri prostori so njihovi in po katerih se lahko gibljejo tudi turisti – te meje so predvsem izrečene, nevidne in ne nujno fizično zarisane. Fizične meje so vidnejše in jih določa npr. turistična infrastruktura, pohodniške poti ipd. so torej jasnejše, otipljivejše.
- 11 Donald Getz, 'Resort-centred Tours and Development of the Rural Hinterland: The Case of Cairns and the Atherton Tablelands.' *The Journal of Tourism Studies*, let. 10, št. 2, 1999, str. 24.
- 12 Marko Slapnik, intervju, Logarska dolina, 26. 9. 2020.



Fotografija 1: Razgledna točka, urejena v turistični namen. Taja Ivanc, Matkov kot, 2020.

Postavljanje meja in preprečevanje vstopanja na določena območja se torej zgodi predvsem takrat, kadar turisti na njih počnejo nekaj nezaželenega, celo uničujočega:

»Sosed je recimo ene par let nazaj, sta prišla dva, mislim da iz Velenja, pa sta se na njegovem posestvu utaborila, kurila, pustila smeti, pa nista hotela iti stran. Potem je iskal pomoč na občini, policiji, pa mu dejansko niso mogli pomagat. Potem ko sta spet prišla ista dva, je dobil nekje nasvet, da ju mora prijaviti policiji, da ga ovirata na delu doma, in potem je uspelo, da so jih odgnali.«¹³

13 Mojca Ošep, intervju, Solčava, 25. 9. 2020.

Da bi se tovrstnim nelagodnim situacijam vsaj delno izognili, Marko Slapnik¹⁴ predlaga delitev (»conažo«) območja, s katero bi se vzpostavila vidnejša distinkcija med obema tipoma prostorov. Na eni strani bi tako imeli antropogeno preoblikovan prostor z infrastrukturo, namenjeno turistom, in na drugi strani njegov (navidezni) protipol – naravo. Ta delitev je, čeprav še zdaleč ni uradna, vsekakor že prisotna:

»/.../ že recimo, če pogledaš Logarsko, leva stran Logarske ima planinske poti, desna stran pa nima, ima samo brezpotja, je tudi nekako namen, da se ne hodi gor, da imajo živali svoj mir. Saj v bistvu določene predele in poti se ne označuje in se tja ne usmerja ljudi.«¹⁵

Predlog »conaže« se sicer v svojem bistvu bolj navezuje na delitev med »naravnim« in »umetnim« prostorom, pri čemer je potreben premislek, kaj ta dva pojma pravzaprav označujeta. Geograf Neil Smith je namreč poudaril dva vidika človekove percepcije narave: zunanjega, po katerem narava obstaja zunaj družbenega, zaradi česar je neokrnjena in avtonomna – iz njene nedotaknjenosti nato postopoma vznikne družba. Drugi vidik narave je njena univerzalnost, ki, v nasprotju z zunanjim, zajema tako ne-človeško (in ne-živo) kot tudi človeka.¹⁶ Zdi se, da razumevanje narave na Solčavskem (in najopazneje prav v Logarski dolini) sledi prvemu vidiku, pri čemer pa tovrstno razdeljevanje na naravno in umetno samo po sebi ni tako daleč od ločevanja med turističnimi in domačinskimi prostori. Tudi tukaj se namreč velikokrat pojavlja ideja, da je prostor, namenjen turistom, nasproten naravnemu. Pri turističnih prostorih je človekov »umetni« poseg v preoblikovanje prostora jasno viden, domačinski pa naj bi bili po drugi strani bolj prepuščeni »divjinskiosti«, zaraščenosti, poti naj bi bile težje razvidne ali celo popolnoma zlite z rastlinjem:

»/.../ levi del Logarske doline proti vrhovom Kamniško-Savinjskih Alp, tam so planinske poti in veliko obiskovalcev gre tja gor. Robanov kot je že manj obljuden, je ena, dve planinski poti, ena na Strelovec, ena gor na Korošico pa na Ojstrico, drugje je pa prostor za kmetijstvo, za živali, pa za domačine. Razen tam, kjer je poseka. /.../ Ta greben med Logarsko in Matkovim kotom je pa čisto brez

14 Marko Slapnik, intervju, Logarska dolina, 26. 9. 2020.

15 Mojca Ošep, intervju, Solčava, 25. 9. 2020.

16 Neil Smith, *Uneven Development: Nature, Capital and the Production of Space*. The University of Georgia Press, Athens in London 2008, str. 12.

poti, brez planinskih poti. Tam je pa prostor za lovce, za živali, pa za kakšnega domačina, ki kdaj zaide v naravo, glavo si spucat. Tudi Matkov kot je manj obljuden in je več prostora za tisto osebno doživljanje. Pa še nekaj takih točk.»¹⁷

Vendar se pri vsem skupaj pojavlja še tretji vidik, ki sporoča, da prav ta »neukročena divjinskost« lahko turiste privlači bolj kot poti, na katere jih usmerjajo domačini, saj je »*včasih tudi za ta brezpotja veliko opisov na internetu, tako da nekdo, če nekdo to išče, pa tukaj hodi, pa najde.*«¹⁸ V tem smislu jasno začrtana »conaža« ne more delovati, ker so percepcije turistov in domačinov lahko zelo različne – tisto, kar bo za domačina na primer opustela krajina, bo turistu vir svobode in nepojmljive slikovitosti, ker vendarle na območje pride z namenom, da se naužije »narave«.

Solčavska panoramska cesta je v praksi postala primer zamejitve turističnega prostora z označevanjem ter povezovanjem območij, namenjenih turističnim aktivnostim. Z njeno vzpostavitvijo se je hkrati začela razvijati tudi boljša prometna povezava, ki preusmerja ljudi iz močno obleganih turističnih središč v dolini na višje ležeče turistične točke in tako visokogorskim kmetijam ponuja nove gospodarske priložnosti. Ob vzpostavitvi t. i. Poti najlepših razgledov so si domačini zadali tri osnovne cilje:

»Prvič: da razbremenimo samo Logarsko, ker je že na meji sprejemljivega; drugič: da damo obiskovalcem možnost videti zelo, zelo lepa ali celo lepša območja, da sploh odpremo oči, da je; tretji cilj pa je bil, da damo več možnosti tamkajšnjim prebivalcem, več možnosti za vključevanje v neke zgodbe, ponudbe, v tržno zanimivo zadevo.«¹⁹

Izpostavljene zgodbe, s katerimi se promovira vrednote in attribute posameznih območij, gradijo identiteto kraja, s katero se ta loči od drugih. Trije osrednji elementi zgodb, ki Zgornji Savinjski dolini dajejo dodatno tržno vrednost, so ovca, les in kulinarika. Kot ostaline preteklosti, ki imajo še danes aktivno vlogo v vsakodnevem življenju, so jih prepoznali avtorji razstave »Solčavsko – sprehod v naročju Alp,«²⁰ v kateri ti elementi predstavljajo rdečo nit zbirke. Stalna razstava Zavoda za turizem

17 Marko Slapnik, intervju, Logarska dolina, 26. 9. 2020.

18 Mojca Ošep, intervju, Solčava, 25. 9. 2020.

19 Mateja Brlec Suhodolnik, intervju, Solčava, 24. 9. 2020.

20 Center Rinka za razvoj Solčavskega. Spletni vir: <https://www.logarska-solcavsko.si/turisticna-ponudba/za-skupine/> (pregledano 28. 3. 2021).

in trajnosti razvoj Solčavskega nas tako »popelje na sprehod iz pra-bivališča v hišo, na dvorišče k lesu in ovcam, v gozd, k potoku, na gorsko trato, do skal in v gore«. ²¹ Zavod, znan tudi pod imenom Center Rinka, že od samih začetkov leta 2011 deluje z namenom spodbujanja razvoja širše okolice. S svojim delovanjem omogoča lokalnim prebivalcev medsebojno sodelovanje ter tako ustvarja celovito in obenem raznoliko turistično ponudbo. Pri načrtovanju ciljev Centra Rinka so njegovi ustanovitelji poskušali prepoznavati težave (vezane predvsem na turizem), s katerimi se območje Solčavskega srečuje, iz njih izhajati in graditi na iskanju ustreznih rešitev:

»Ena od težav je bila, ker imamo tukaj zelo dobro kulinariko, recimo zgornje-savinjski želodec je ena taka specialiteta, ki jo ljudje iščejo, ko pridejo, ampak pred letom 2011, ko je bil Center Rinka odprt, ni bilo enega prodajnega mesta, in če je kdo želel kupiti želodec za seboj, si mu moral začeti razlagati: tam gor po tisti cesti pojdi 2 km in zavij desno in prideš na kmetijo Majdač, če ga nimajo tam, pa pojdi še 2 km naprej in potem levo.«²²

V iskanju rešitev tovrstnih zapletov so ustanovitelji Centra Rinka omogočili skopen prodajni prostor, namenjen vsem domačinom. Prizadevali so si, da bi prodajno mesto postalo vzpodbuda lokalnim kmetom in obrtnikom pri ustvarjanju novih in nadgradnji starih produktov razvejane turistične ponudbe. Smisla prodaje ustanovitelji niso videli le v povezovanju s turističnimi kmetijami z že oblikovanimi proizvodi, pač pa so si želeli, da bi domačini, ki jim turizem ne prinaša dodatnega zaslužka, v njem videli nove poslovne priložnosti. Njihove želje so se čez čas tudi realizirale:

»Za otvoritev smo nekaj morali imeti na policah. Potem je bil pa hec, ker so domačini malo firbci, in pride en možakar domačin, ki je gledal tiste sklede in reče »pah, to pa ja ni problem narediti« in sem rekel »naredi« in je rekel »eh, saj se ne splača« pa sem rekel »poglej ceno« in reče »uh, to bi se pa splačalo«. Potem pa se je nekako lotil in čez štirinajst dni mi prinese [in reče] »kaj praviš?«²³

Center Rinka je s svojim delovanjem želel nasloviti tudi prej omenjene težave prenatrpanosti Logarske doline. Po mnenju domačinov je območje v času prvo-majskih praznikov in sončnih koncev tedna namreč obiskano bolj od njegovih

21 Prav tam.

22 Marko Slapnik, intervju, Logarska dolina, 24. 9. 2020.

23 Prav tam.

zmožnosti. Okoli tristo parkirnih mest ni zadostovalo dnevnu obisku, ki se bliža štirimestnim številom, zato so nove parkirne prostore naredili pred dolino in ljudi ustavili že v Solčavi, jih tam informirali ter nadalje usmerjali. Center Rinka je sčasoma prerasel v informativno in usmerjevalno središče, ki so ga za potrebe turizma vzpostavili domačini, Solčava, v kateri center stoji, pa se je začela aktivno vključevati v širši turistični prostor. S Centrom Rinka je namreč postala glavno območje prodaje turističnih produktov, usmerjanja turistov in povezovanja domačinov v turistične namene. Na ta način se ne ustvarjajo zgolj posamezne turistične destinacije (npr. turistične kmetije), temveč zaokrožena turistična podoba celotnega Solčavskega.

Pogledi domačinov na turizem

Razmišljanja domačinov o tem, kdaj je turizma preveč, so deljena. Percepcije o turizmu se med drugim oblikujejo glede na primarno dejavnost posameznika, glede na lego njegove domačije in glede na prevladujoče izkušnje s turisti. Pa vendar obstajajo tudi tisti, ki se s turizmom sicer neposredno ne ukvarjajo, vendar imajo od njega korist. Gre za posameznike, ki so na primer živinorejci in turistom prodajajo meso ali pa pridelujejo oziroma izdelujejo karkoli drugega, kar vsaj v določeni meri kupujejo tudi obiskovalci Solčavskega.

Sicer pa se turisti in domačini v splošnem srečujejo v treh različnih kontekstih: v prostorih in situacijah, v katerih turisti kupujejo dobrine domačinov in/ali plačujejo za njihove storitve; v prostorih in situacijah, ki jih sočasno zasedajo; v prostorih in situacijah, v katerih drug z drugim delijo znanje in ideje.²⁴ Srečevanja niso nujno nekaj pozitivnega, ker skupnost domačinov ni monolitna, temveč je sestavljena iz različnih skupin z različnimi željami glede turističnega razvoja in njegove rasti.²⁵ Iz pripovedovanja domačinov se tako velikokrat zazdi, da gre pri turizmu pravzaprav za odnos, ki je preplet nezadovoljstva in naklonjenosti hkrati:

»Mislim, da je potrebno biti zelo, zelo pazljiv, da ne bo prišlo do tega [do množičnega turizma], ker večinoma domačini, imam vtis, mi sigurno, pa še marsikdo drugi še, da se ne želimo prodati za en turizem. Izven sezone so to vasi duhov,

24 de Kadt po Jarkko Saarinen in Haretsebe Manwa, 'Tourism as a Socio-Cultural Encounter: Host-Guest Relations in Tourism Development in Botswana.' *Botswana Notes and Records*, let. 39, 2008, str. 45.

25 Jarkko Saarinen in Haretsebe Manwa, n. d., str. 47.

niso več žive vasi. Mislim, da bi potrebovali kar močno oporo urbanih krajev, da se tudi oni zavejejo ranljivosti.»²⁶

Po eni strani torej sledimo diskurzu o morebitnem uničujočem učinku turizma, po drugi pa o vaseh duhov, v katere se območje spremeni, ko je turistične sezone konec – v tem smislu turizem ohranja vasi žive in živahne, je zaželen in potreben. Smiselno je poudariti, da nekateri domačini ločujejo tudi dnevni in nastanitveni turizem, pri čemer je dnevni večkrat percipiran kot »krivec« za kolone avtomobilov čez Logarsko dolino, nastanitveni pa je precej bolj dobrodošel:

»/.../ nastanitveni turizem, ko pridejo gosti iz vsepovsod, to ne more delati, to sigurno ne dela škode, ampak prinaša v kraj razvoj, miselnost. Kontakt z ljudmi. /.../ dejansko je toliko in toliko ljudi meni povedalo, kako je v Koloradu, kako je tam, kako je v Avstraliji, kakšne kmetije so v Avstraliji. Mislim, prinesejo svet res sem. Tako da jaz bi mislila, da je to pozitivna izkušnja. Malo bolj nerodno je pa z dnevnimi turisti. Mislim, to točno vidiš goste. Eni so pa tudi taki, ki ne pašejo v take kraje. /.../ Nerodne pa so tiste mase, ki se vozijo po cesti. Ko pa se samo peljejo gor pa nazaj. To bi pa mogli nekako omejiti. To pa je, ko nimamo mi nič od tega. Samo ne moreš jim pa reči, da ne smejo priti.»²⁷

Na podlagi pogovorov je moč zaslediti, da je nastanitveni turizem bolj zaželen predvsem iz dveh razlogov. Ker so gostje na Solčavskem dlje, se vključujejo v mnoge turistične aktivnosti in izkušnje, ki jih pripravljajo tudi posamezne turistične kmetije. S tega vidika so v vsakodnevne dejavnosti turistov močno vpeti tudi domačini in z njimi lahko navežejo pristnejše stike – turistični ponudniki na ta način torej od njih nekaj neposredno dobijo. Drugi razlog, tesno povezan s prvim, je občutek, ki ga tovrstni gostje dajejo domačinom. Turistične kmetije nastanitvenim gostom lahko namreč neposredno tržijo lokalno dediščino s svojimi produkti, izdelki, kar v domačinih vzbuja občutek, da jih turisti cenijo, da na primer znajo »ceni to našo domačo hrano«.²⁸

Dnevni turisti povzročajo največ preglavic s prometom – uvedba vstopnine pred Logarsko dolino je sicer situacijo nekoliko umirila, vendar še zdaleč ne v tej meri, da bi bili domačini zadovoljni. Misel, da bi dolino za turistični promet popolnoma

26 Tina Cerar, intervju, Robanov kot, 23. 9. 2020.

27 Marjana Vršnik, intervju, Robanov kot, 25. 9. 2020.

28 Prav tam.

zaprli, se vztrajno širi – tudi med turističnimi kmetijami, ki so odvisne predvsem od nastanitvenih gostov. Zdi se, da enodnevni obiskovalci, ki gredo v planine, le »dol smeti prinesejo pa jih stran vržejo pa čisto nič ni od tega«. ²⁹ Domačini tako večkrat poudarjajo preobremenjenost območja in razmišljajo o rešitvi, ki bi situacijo optimalno rešila:

».../ Dolino je treba zapreti za ves promet pa parkirišče urediti dol, ne v dolini, ampak pred dolino. Alternativne prevoze v dolino, absolutno mora biti alternativni, potem bo pa vsak vesel, ko bo gor prišel, ko bo pustil avto tam, pa se bo lahko s kolesom peljal gor, bo lahko peš hodil pa bomo imeli mili mir. Tole kar je pa zdajle par let, to je pa katastrofa.«³⁰

Nekateri govorijo celo o zaprtju celotnega Solčavskega za promet³¹ in ne le najbolj obremenjenega dela – Logarske doline, pri čemer se zdi, da alternativne prevoze, ki bi jih morali v kakršnemkoli primeru zaprtja uvesti, poudarja večina domačinov. Omenja se na primer »mehko mobilnost«, ³² ki opredeljuje »to, da se nekje naredijo parkirišča, na primer pred Logarsko, pa se potem nek kombi ali vlak, ki vozi vsake pol ure, uro po dolini, da lahko ljudje koristijo«. ³³ Poleg Logarske doline je sicer občutljivo območje tudi ozka Solčavska panoramska cesta, ki jo v nekaterih delih zaradi preobremenjenosti obsipa luknjast makadam.

Razprave o zaprtju doline so na Solčavskem vsekakor prisotne, vendar nikakor niso preproste. Ob takšni uvedbi bi bilo namreč treba preizprašati nekatere ključne elemente: kam postaviti mejo zaprtja ceste, kje urediti parkirišča (v Solčavi ali pred Logarsko dolino), kako urediti alternativne prevoze v dolino in na kakšen način pravzaprav udejanjiti zaprtje (naenkrat ali postopoma).

Kdaj so odročni kraji postali turistična atrakcija

Dandanes ljudje potujemo, da bi pobegnili iz utečenih tirnic vsakdanjega življenja, izkusili nekaj novega in si razširili obzorja, da bi si odpočili in se hkrati česa naučili. Iščemo mir, obenem pa tudi zgodbe in doživetja ter se pri tem vse bolj odmikamo

29 Marko Logar, intervju, Logarska dolina, 24. 9. 2020.

30 Prav tam.

31 Breda Gradišnik, intervju, Logarska dolina, 26. 9. 2020.

32 Mojca Ošep, intervju, Solčava, 25. 9. 2020.

33 Prav tam.

od uveljavljenih in obleganih turističnih destinacij. Priljubljenost vse bolj pridobivajo nekoliko bolj odročna območja, ki nudijo stik z naravo in lokalno dediščino – prostori, ki vabijo s svojo divjinskostjo in avtentičnostjo.³⁴ Da bi bolje razumeli sodobne turistične trende, se podajmo na kratek izlet po zgodovini, ki pojasnjuje, kako je do njih sploh prišlo.

Korenine (organiziranega) turizma segajo vse v čas starih Grkov in starih Rimljanov, ko se je pojavilo zanimanje za lepe, neznane in zanimive kraje, kar je vodilo do nastanka prvih obmorskih letovišč, zanimali pa so jih tudi prostori, povezani z zgodovino, kulturo in zabavo. Podoben predhodnik turizma, kot ga poznamo danes, so tudi romanja, katerih primarni verski namen se je pogosto prepletal z radovednostjo ter iskanjem pustolovščin in užitka. Začetke modernejšega turizma povezujemo s potovanji, znanimi pod imenom *Le Grand Tour*, ki so bila med mladimi moškimi iz premožnejših družin priljubljena v 17. oziroma 18. stoletju. *Le Grand Tour* je zajemal potovanja po Evropi, ogled znamenitosti, učenje, osebno rast in je bil nekakšen obred prehoda v odraslo dobo, rezerviran le za aristokracijo. Konec 18. stoletja in začetek romantike sta prinesla novo razumevanje ter posledično nov odnos do narave. Pred tem je divja in neukročena narava predstavljala nasprotje civilizaciji, ljudi je navdajala z občutki strahu in prezira, v romantični dobi pa je postala oboževana in cenjena, kar je vplivalo tudi na turizem. T. i. divjji prostori so postali priljubljena turistična destinacija, iskanje miru in dogodivščin v tej »novi« naravi pa je zarisalo povsem drugačne smernice turizma, ki so se ohranile vse do danes.³⁵

Na prelomu iz 18. v 19. stoletje so med evropsko elito postale izjemno priljubljena destinacija tudi Alpe, ki so pred tem veljale za nevaren prostor, neprimeren za potovanja. Novonastali alpski turizem je ljudi, ki so pod romantičnim vplivom iskali »pristen« stik z naravo, vabil (in še danes vabi) s čudovitimi razgledi, mirnim okoljem, pestrim rastlinskim in živalskim svetom ter različnimi aktivnostmi, od pohodništva, gornišstva in plezanja do smučanja, s tem pa je postal model globalnega gorskega turizma. Na razvoj alpskega turizma pa niso vplivali le prostorski, psihološki in naravni faktorji, temveč tudi politični in institucionalni parametri

34 Na tej točki velja opomniti, da sta »avtentičnost« in »divjinskost« družbeno skonstruirana koncepta brez enoznačne definicije, ki pa se v turističnem diskurzu izjemno dobro tržita. Nekaj različnih razumevanj obeh konceptov natančneje pojasnimo v nadaljevanju.

35 Glej npr. Arianne C. Reis in Eric J. Shelton, 'The Nature of Tourism Studies.' *Tourism Analysis*, let. 16, št. 1, 2011, str. 376, 377. Tej tematiki se podrobneje posvetimo v nadaljevanju, saj je v diskurzu o turizmu na Solčavskem izjemno aktualna.

– v 19. stoletju se je turizem namreč prepletel s procesi nacionalizacije, posledično pa so tudi Alpe v marsikaterem primeru postale temelj konceptualizacije naroda, izoblikovanja narodne identitete in teritorialnih prezentacij.³⁶ Sočasno so z industrijsko revolucijo postala potovanja lažje dosegljiva tudi tistim, ki si jih prej iz takšnih ali drugačnih razlogov niso mogli privoščiti; postajala so vse bolj priljubljena in razširjena praksa, s katero so ljudje zapolnili svoj prosti čas. Pojavljati so se začeli turistični vodniki, nastajati so začeli nove destinacije in prostori, namenjeni turistom, razvijati so se začele posebne tržne niše za turiste (npr. spominkarstvo), transportni in nastanitveni sistemi. Z razvojem železnice so potovanja postajala udobna, hitra in cenovno dostopna, vse bolj priljubljeni so postajali tudi enodnevni izleti na morje, v hribe, v mesta ali na podeželje. Od 20. stoletja naprej so vse pogostejša tudi mednarodna potovanja, ki jih podpirajo razvijajoča se letalska industrija ter redne ladijske linije. Ti obliki transporta sta odprli nove možnosti za potovanja v sicer manj dostopne kraje. V Evropi so v drugi polovici 20. stoletja postale običajna praksa poletne počitnice ob Sredozemskem (in Jadranskem) morju in zimsko smučanje v Alpah. Ob vse večjem številu letalskih družb in vse cenejših letalskih kartah so v devetdesetih letih priljubljenost pridobili še izleti v kulturno bogate evropske prestolnice, ki vabijo z dih jemajočimi razgledi, arhitekturnimi posebnostmi in znamenitostmi, različnimi muzeji, verigami nastanitvenih obratov, kulinaricnimi specialitetami itd., priljubljena pa so postala tudi medcelinska potovanja. Do danes se je turizem razvil v velik in pomemben del globalnega gospodarstva.³⁷

V zadnjih desetletjih smo potovanja v veliki meri povezovali z obmorskimi letovišči, smučarskimi središči, »eksotičnimi« kraji in različnimi turističnimi atrakcijami. Podoba s soncem obsijanih peščenih plaž ali s snegom pobeljenih gora je seveda mikavna, vendar pa sodobni turisti ne hrepenijo le po brezskrbnem ležanju na plaži, lenobnem srkanju osvežujočih napitkov in počitku, marsikomu niso dovolj niti smučarske počitnice v leseni koči ali udobnem hotelu z razgledom na visokogorje. Sodobna potovanja še vedno temeljijo na odmiku iz vsakdanjega življenja, hkrati pa postajajo vse aktivnejša. V modernem svetu, v katerem so multinacionalke in

36 Laurent Tissot, 'From Alpine Tourism to the ›Alpinization‹ of Tourism.' Spletni vir: https://doc.rero.ch/record/27192/files/Tissot_Laurent_-_From_Alpine_Tourism_to_the_Alpinization_of_Tourism_20111027.pdf. Objavljeno 2011 (pregledano 31. 3. 2021).

37 O zgodovini turizma je napisanega zelo veliko; za pregled glej npr. <https://www.britannica.com/topic/tourism>.

investitorji že vkorakali na mnoga čudovita in v preteklosti »nedotaknjena« območja ter jih napolnili s hotelskimi verigami, bolj ali manj luksuznimi letovišči, nakupovalnimi središči ipd., je želja po raziskovanju neznanega še vedno prisotna. Ravno ta želja mnoge turiste žene v manjše kraje – takšne v objemu neokrnjene narave, ki jim v nasprotju z razvitimi in obljudenimi destinacijami omogočajo odkrivanje skritih koticov, spoznavanje nepoznanih okusov, vključevanje v lokalne zgodbe in »pristna« doživetja.

Solčavsko je prostor, kjer je turistom, ki hrepenijo po tovrstnih doživetjih, na srebrnem pladnju ponujen idealen preplet naravne in kulturne dediščine. Je prostor, ki je glede na majhnost Slovenije ravno prav priročen, da ni predaleč, in ravno prav odmaknjen, da ni preblizu mestnih središč. Tu imajo možnost raziskati divjino, istočasno pa doživeti tudi neko avtentičnost kraja, in zdi se, da se tega zavedajo tako turisti, željni sproščujočega pobega, kot domačini. Večina nastanitvev, z izjemo Hotela Plesnik v Logarski dolini, je manjših. Turistične kmetije in zasebne sobe namreč nudijo občutek domačnosti. Sodeč po nekaterih opravljenih pogovorih, ravno domačnost kraja, preprostost domačinov in lepa narava ustvarjajo kombinacijo, ki se ji je težko upreti:

»Ker je zmeraj rekla mama Lina, da so dosti hodili mimo in večina so bili Hrvati in so rekli, da bi jedli sir i vrhnje, tako oni rečejo, to skuto pa smetano. Pa kisl mleko. In potem so si želeli še malo več, ker to je taka lepa dolina za sprehajat, so hodili mimo hiše. In potem bi enkrat kar že spali tukaj in na ta način se je to začelo razvijati.«³⁸

Ko se je razširila beseda o čudovitih krajih v objemu gora, kjer za povrhu prijazni domačini postrežejo okusno »kmečko« hrano in ponudijo udobno prenočišče, je Solčavsko, z Logarsko dolino na čelu, postalo priljubljena turistična destinacija, s čimer se je pojavila – kot že omenjeno – potreba po usmeritvi turistov. Sočasno so se z zaščito območja z namenom omejitve turizma pojavile tudi omejitve za domačine. Da bi se ohranila značilna podoba krajine, se je zgodbi pridružil Zavod za varstvo kulturne dediščine (v nadaljevanju ZVKD), ki skrbno nadzoruje (predvsem stavbno) dediščino tega prostora (glej poglavje *Pomen kulturne dediščine na Solčavskem*). Delo ZVKD večina domačinov pozdravlja, med drugimi tudi Marjana Vršnik, ki pravi:

38 Marjana Vršnik, intervju, Robanov kot, 25. 9. 2020.

»/.../ da je to prav tako, kot učijo. Ker tudi jaz imam tako mišljenje in tudi mož je zelo na to tradicijo. Mi pač nimamo stare hiše, ker se v nje ni dalo več živeti. Tako da naša hiša je nova, samo vseeno kaže, notri ste videli, je ta prava krušna peč. Vse so taki elementi. Tudi v kuhinji imamo štedilnik na drva. Tako da je sploh za tujce, Američani, Angleži. To jim je vse. Recimo nobeden ne pozna krušne peči, vsi sprašujejo, kaj je to notri postavljeno. In potem jim poveš, da so v starih časih vsi imeli samo tak način ogrevanja pa štedilnik v kuhinji.«³⁹

Vidimo, da se ohranjanje značilne in enotne podobe ne vidi zgolj »na zunaj«, temveč se preslikava tudi v notranjost domovanj domačinov ali vsaj v tiste dele njihovih domov, kamor smejo vstopiti tudi turisti. S tem želijo poleg slikovite narave pri življenju ohraniti tudi zgodovino kraja, predvsem pa s primerno predstavitvijo prostora privabiti »take goste in obiskovalce, ki znajo to ceniti«. ⁴⁰ Iskanje in hrepenenje po avtentičnosti sta se pojavila in razširila kot reakcija ali celo nekakšno nasprotovanje sodobnemu svetu, katerega ena najočitnejših značilnosti je skomercializirana in družbeno konstruirana realnost. Britta Timm Knudsen in Anne Marit Waade poudarjata, da je avtentičnost pravzaprav nekaj, kar lahko posameznik počne oziroma izvede ter skozi izkušnjo tudi začuti, posledično pa je avtentičnost lahko prirejena, prilagojena in odigrana – performativna. ⁴¹ To potrjuje tudi zgornji odlomek iz intervjuja: krušna peč, štedilnik na drva in podobni elementi so na neki način pravzaprav ostaline iz preteklosti, v tem primeru spretno umeščeni v sodobno hišo (torej v sedanjost) tudi z namenom, da pritegnejo in navdušijo turiste. Marjana Vršnik poudari, da veliko turistov na Solčavsko prihaja v prvi vrsti zaradi prijaznih domačinov in dobre hrane, medtem ko je lepo okolje, ki nudi možnosti za različne aktivnosti, na seznamu razlogov za obisk šele na tretjem mestu. ⁴² To potrjuje, da turisti iščejo izkušnje in »avtentičen« stik z okoljem prek lokalnega prebivalstva.

Če dobro pomislimo, je ideja o avtentičnosti malce paradokсна – turisti iz ene družbeno konstruirane realnosti bežijo v drugo, ki se jim zdi »pristnejša«, v resnici pa je tudi ta realnost lahko poustvarjena. Kaj je avtentično in kaj ne, je sicer izjemno

39 Marjana Vršnik, intervju, Robanov kot, 25. 9. 2020.

40 Marko Slapnik, intervju, Logarska dolina, 24. 9. 2020.

41 Britta Timm Knudsen in Anne Marit Waade, 'Performative Authenticity in Tourism and Spatial Experience: Rethinking the Relations Between Travel, Place and Emotion.' V: Britta Timm Knudsen in Anne Marit Waade, ur. *Re-Investing Authenticity: Tourism, Place and Emotions*. Channel View Publications, Bristol, Buffalo in Toronto 2010, str. 1.

42 Marjana Vršnik, intervju, Robanov kot, 25. 9. 2020.

relativna stvar, odvisna od vsakega posameznika, tako kot na primeru glasbe Rajko Muršič⁴³ razlaga, da je vsaka glasba lahko avtentična, obenem pa ni avtentična nobena. Če to preslikamo v turistični diskurz, lahko povzamemo, da na Solčavsko prihajajo (oziroma si lokalni akterji tega želijo) turisti, katerim v turistično ponudbo oziroma izkušnjo zapakirana pestrost kulturne in etnološke dediščine vzbuja prijetne, tudi nostalgичne občutke po »starih«, v mnogih pogledih preprostejših časih.

Prav tako se zdijo v preteklost ujeti t. i. divji prostori, ki so odročni in na prvi pogled nedotaknjeni s strani »modernega« svetla, čeprav mnogi avtorji, na primer Jarkko Saarinen,⁴⁴ opozarjajo, da je ravno spreminjanje divjinskosti v produkt (v našem primeru v turistično ponudbo) tisti dejavnik, zaradi katerega tovrstni prostori v resnici niso več divji. Prav tako tovrstni prostori v resnici niso nedotaknjeni, saj bi bilo povsem neurejeno divjino praktično nemogoče uspešno tržiti – zagotovo nikogar ne mika sprehajanje po povsem zaraščenem gozdu ali nikoli pokošenem travniku. Zavedati se moramo, da so na primer poti, pa naj bodo še tako majhne in na prvi pogled »naravne« oziroma »divje«, še vedno ustvarjene s strani človeka.

Na koncept divjinskosti sicer močno vpliva odnos človeka do narave, o čemer pišejo številni avtorji.⁴⁵ Narava je razumljena kot popolno nasprotje človeka, je neznana, oddaljena in neukročena entiteta, ravno tovrstne oznake pa privedejo do družbenega konstrukta divjinskosti. Reis in Shelton poudarita, da je lahko ta divja narava za vsakogar drugačna – divje je lahko podeželje, divji je lahko zeleni park sredi mesta ali pa zgolj ena sama cvetlica, ne glede na to, kje raste, obenem pa so nekatere vrste narave bolj divje od drugih.⁴⁶ Spet moramo torej imeti v mislih, da je tako kot avtentičnost tudi pomen divjinskosti odvisen od percepcije. Marsikateremu tujcu se zaradi mnogih gozdov lahko zdi divja celotna Slovenija, nekemu iz mesta se na primer zdi divje celotno Solčavsko, medtem ko je percepcija divjine pri Solčavanih in Solčavankah še ožja, saj se nekateri strinjajo, da je najbolj divji Matkov kot.⁴⁷

43 Rajko Muršič, 'Deceptive Tentacles of the Authenticating Mind: On Authenticity and Some Other Notions that are Good for Absolutely Nothing.' V: Thomas Fillitz in A. Jamie Saris, ur. *Debating Authenticity: Concepts of Modernity in Anthropological Perspective*. Berghahn Books, Oxford in New York 2013, str. 46–60.

44 Jarkko Saarinen, 'Wilderness, Tourism Development, and Sustainability: Wilderness Attitudes and Place Ethics.' *USDA Forest Service Proceedings RMRS-P-4* 1998, str. 29–34.

45 Npr. Reis in Shelton, 2011; Smith, 2008; Loftus, 2017 idr.

46 Arianne C. Reis in Eric J. Shelton, 'The Nature of Tourism Studies.' *Tourism Analysis*, let. 16, št. 1, 2011, str. 378.

47 Npr. Mojca Ošep, intervju, Solčava, 25. 9. 2020; Mateja Brlec Suhodolnik, intervju, Solčava, 24. 9. 2020.



Fotografija 2: Turistična kmetija Lenar – urejen travnik okrog domačije. Tina Krašovic, Logarska dolina, 2020.

Na Solčavskem se avtentičnost na eni in divjinskost na drugi strani združujeta v t. i. doživljajski turizem, v okviru ponudbe tega pa lahko turisti okusijo specifične lokalne okuse, se družijo oziroma povežejo z domačini, občudujejo lepe razglede, hodijo, kolesarijo in plezajo, se česa novega naučijo ... predvsem pa vse naštetu (in drugo) prilagodijo svojim željam in potrebam. Center Rinka se zavzema za »živo vodenje«, s katerim se, kot pojasnjuje Marko Slapnik, želijo izogniti klasičnim turističnim načinom animiranja in klasičnemu vodenju po prostoru ter obiskovalcem ponuditi edinstveno izkušnjo:

»Mi smo jih želeli navdušiti nad tem, kar je okoli nas, da bi potem še z družino prišli sem gor. Da bi bili navdušeni in bi rekli še drugim – «glejte, gor se pa spleča it, ker je toliko zanimivih reči». In smo si za tisti fokus izbrali naravno in kulturno dediščino tega območja. In tako smo skozi igro, skozi animacijo, ki so si je gostje želeli, prišli do tega, da so na koncu imeli bolj odprte oči, da so bili bolj dovzetni za tiste vsebine prostora. In to se je pokazalo kot dobro.«⁴⁸

48 Marko Slapnik, intervju, Solčava, 26. 9. 2020.

Lokalni akterji si želijo ponuditi izkušnjo, ki bo turistom ostala v spominu, obenem pa jo bo možno reprezentirati dalje, torej tržiti. Ravno s tem namenom so razvili doživljajsko pot po Logarski dolini, na kateri se prepletata naravna in kulturna dediščina, vodenje pa se prilagodi tipu gostov.



Fotografija 3: Doživljajsko vodenje po Logarski dolini. Lina Troha, Logarska dolina, 2020.

Dotaknimo se še dejstva, da ravno trženje spreminja izkušnjo v produkt, zaradi česar ta izkušnja morda ni tako individualna, kot se zdi na prvi pogled, saj je vpet v turistični diskurz, je del ponudbe. Zavedati se moramo, da lahko turisti iščejo tudi izkušnjo, ki je v »uradni« ponudbi sploh ni. V tem primeru lahko turistična ponudba nehoti postane celo omejitev izkušnje, kar lahko turiste žene na »prepovedana« območja in področja. Problematično zamejitev domačinskih prostorov od turističnih bi po eni strani lahko rešili, če bi podobne projekte, kot je Doživljajska pot po Logarski dolini razširili tudi na druga območja Solčavskega, po drugi strani pa bi se s tem lahko pritok turistov še povečal, s tem pa bi se zaostрил tudi boj proti masovnemu turizmu. Ravno zaradi različnih percepcij tako domačinov kot turistov je pisanje uspešne turistične zgodbe, ki bo odgovarjala vsem vpletenim, precejšen

zalogaj. Vsekakor pa je pomembno, da svinčnik ostane v rokah domačinov – oni so namreč tisti, ki ostajajo v »vaseh duhov« tudi takrat, ko se turistična sezona (zaradi letnega časa ali pa drugega vpliva, kot je pandemija) konča.

Turizem v času pandemije in razmišljanja o prihodnosti

Raziskovanje v času pandemije je odprlo mnogo vprašanj in negotovih pogledov na prihodnost. Domačini so zelo živo in slikovito opisali občutke, ki jih je spomladi 2020 spodbudila nenavadno izpraznjena in mirna okolica, v kateri ni mrgolelo turistov, po cestah pa se niso vlekle kolone avtomobilov. Prizor dolin, v katerih je bilo za daljše obdobje več domačinov kot turistov, je vsekakor zanetil razmišljanja. Po eni strani so domačini opisovali blagodejnost obdobja zaprtih občin, po drugi pa so se s skrbjo zazirali v prihodnost in morebitne težke čase, zaznamovane z bojem za finančni obstanek. Na njihove poglede je vplivalo več stvari. Vsekakor je pomembno, s čim se posameznik preživlja: če je turizem glavna panoga in primarni vir dohodka, je zaprtje občinskih meja pustilo grenak priokus, ki ga je bilo moč razbrati tudi iz pogovorov. Domačini, ki se prvenstveno ukvarjajo z drugotnimi dejavnostmi (npr. kmetijstvom, lesno panogo itd.), pa so na obdobje gledali precej bolj sproščeno, opisovali so celo njegove blagodejne učinke. V premislek je treba vzeti tudi geografsko lego posameznih domačij. Odmaknjene kmetije (predvsem v Matkovem in Robanovem kotu), kjer je cestna infrastruktura slabša, področja pa težje dostopna, se v splošnem ne spopadajo z množičnim prometom. Prebivalci, katerih domačije ležijo tik ob glavnih turističnih prometnicah (na primer Logarjeva domačija v Logarski dolini), se po drugi strani s kolonami vozil srečujejo ob vsakem pogledu skozi okno, zaradi česar so na izpraznjene ceste gledali kot na svojevrsten oddih:

»In jaz vem, ko je bila ta korona, ko je bil prehod med občinami prepovedan, to je bil balzam za dušo. To nam je tako ugajalo, da res bolj fino ni moglo biti.«⁴⁹

Breda Gradišnik v Logarski dolini vodi visokogorsko turistično kmetijo, pri čemer ji turizem predstavlja pomembno dopolnilno dejavnost. Glavni vir dohodka je zaenkrat lesna panoga, vendar se trendi zaradi vetroloma leta 2017 in lubadarjev, ki napadajo drevesa, spreminjajo. Turizem v tem smislu lahko vidimo kot pomembno

49 Marko Logar, intervju, Logarska dolina, 24. 9. 2020.

dopolnitev, ki blaži učinke padca cene lesa. Čeprav je turistična sezona kratka⁵⁰ in odvisna od lepega vremena, je pomembna za preživetje domačije Brede Gradišnik in še marsikatero druge domačije. V splošnem strukturo gostov predstavlja 80 odstotkov tujcev in le 20 odstotkov Slovencev. Leta 2020 se je struktura zaradi pandemije obrnila na glavo in je na Solčavsko prišlo le 10 odstotkov tujcev, preostalih 90 odstotkov pa so bili domači gosti, ki so koristili bone. Opazne so bile tudi pomembne spremembe v koriščenju turistične ponudbe:

»/.../ veliko manj se je trošilo, razen kar je bilo zaradi vavčerjev. Za hrano so še dali, za lokostrelstvo⁵¹ pa že bolj luksuz, ki so si ga le redki privoščili, kar se pozna pri dohodku. Dnevnih gostov, ki bi prišli jesti in piti, je bilo tudi manj kot druga leta. Kakšen bo trend naprej, ne vem. Nekateri so s tem uvideli, da imamo v Sloveniji čuda kotičkov, vem pa, da sedemdeset odstotkov teh gostov, ki nas je letos obiskalo, jih ne bo več.«⁵²

Razvidno je torej, da kljub obiskovanju turističnih ponudnikov, ki so ga omogočili boni, ti niso mogli izkoristiti vseh svojih atributov, saj so bili gostje zaradi morebitne prihajajoče krize precej varčnejši. Helena Ošep po drugi strani porast turistov v času koriščenja bonov opazuje predvsem z vidika obiska turističnih atrakcij. V pogovoru poudari, da je do razcveta turizma prišlo predvsem julija, avgusta in septembra, saj je bilo na Panoramski cesti zopet moč opazovati gručice turistov – pravi, da je bil ponoven naval pozitiven za tiste, ki se s turizmom ukvarjajo in z njim služijo, manj pa za tiste, ki se ne in »ki bi radi imeli mir.«⁵³ V smislu pandemije koronavirusne bolezni in negotovosti, ki jih je vnesla v večino gospodarskih panog, se tudi turizem izrisuje kot tista dejavnost, ki je odvisna od precejšnjega števila zunanjih dejavnikov, na katere domačini težko vplivajo. Kljub temu da je za območje izjemno pomemben, pa večinoma ostaja »dopolnilna dejavnost« in je pomembno, da »ne smemo biti odvisni od njega – to je sigurno in to se mi potrjuje vedno bolj.«⁵⁴

50 Turistična sezona traja približno od aprila do konca oktobra, v letu 2020 je bila zaradi zaprtja občin torej občutno krajša; to situacijo opiše npr. Breda Gradišnik, intervju, Logarska dolina, 26. 9. 2020.

51 Lokostrelstvo na 3D-progi je na turistični kmetiji Gradišnik pomemben del turistične ponudbe.

52 Breda Gradišnik, intervju, Logarska dolina, 26. 9. 2020.

53 Helena Ošep, intervju, Robanov kot, 25. 9. 2020.

54 Mateja Brlec Suhodolnik, Solčava, 24. 9. 2020.

Sezona leta 2020 je bila torej med domačini zaznamovana z »netipičnimi« gosti. Na to na primer kaže opazno višji odstotek slovenskih turistov in tudi »novopečenih« pohodnikov – obiskovalcev, ki so se prvič podali v gore. K temu so med drugim pripomogli turistični boni,⁵⁵ ki jih slovensko prebivalstvo ter povečana želja po dnevnih izletih in preživljanju časa v naravi. Solčavsko je sicer na splošno priljubljena izhodiščna destinacija pohodnikov in alpinistov, ker je z vseh strani obdano s Kamniško-Savinjskimi Alpami. Vsako leto se zato pripetijo nesreče, v katerih morajo velikokrat posredovati gorski reševalci. Na Solčavsko prihajajo izletniški pohodniki, najbolj obiskana sta »*planinski dom na Okrešlju, do kamor vodi pot mimo slapa Rinka, ter planinski dom na Klemenči jami, od koder je krasen razgled na zgornji del Logarske doline*«, potem so tu še visokogorski pohodniki, ki se največkrat povzpnejo na Ojstrico ali Planjavo.⁵⁶ Poleg tega je vzdolž Logarske doline urejena Naravoslovno-etnografska pot.⁵⁷

Če поблиže pogledamo na pohodništvo v letu 2020, ugotovimo, da je bilo v spomladanskem času, ko so veljali strogi ukrepi prepovedi zbiranja in prehajanja med občinami, precej slabo zastopano. Do porasta je prišlo v poletnih mesecih, v gore pa so se podali tudi tisti manj izkušeni. Vseeno je bil obisk v letnem povprečju nižji za 25 odstotkov, pri čemer »*najvišji upad nočitev beležijo nekatere visokogorske kočje, tudi za polovico*«,⁵⁸ saj so v prejšnjih letih »*glavnino nočitev naredili tujci, teh pa je v letošnjem letu kar za 70 odstotkov manj*«. ⁵⁹ Na spletni strani Planinske zveze Slovenije najdemo podatek, da so prenočitve v kočah koristili tudi ljudje, ki v splošnem ne obiskujejo gora, vendar so jim bili boni motivacija, da poskusijo nekaj drugačnega, novega.⁶⁰ Vendar nekateri posamezniki niso upoštevali dejstva, da pot v gore (predvsem v visokogorje) zahteva pripravo, tako v smislu telesne pripravljenosti kot tudi poznavanja poti in ustrezne opreme (npr. obutev, pri zahtevnejših poteh pa

55 Leta 2020 je Finančna uprava Republike Slovenije vsem državljanom podelila turistične bone (dobroimetje) v vrednosti dvesto evrov, predvsem z namenom odprave posledic epidemije v turizmu.

56 Krajinski park Logarska dolina. Spletni vir: <https://www.logarska-dolina.si/> (pregledano 1. 4. 2021).

57 Prav tam.

58 Barbara Gradič Oset, 'Letos več domačih planincev v slovenskih kočah in gorah.' (Izjava Dušana Prašnikarja). Planinska zveza Slovenije. Spletni vir: <https://www.pzs.si/novice.php?pid=14478> (pregledano 1. 4. 2021).

59 Prav tam.

60 Prav tam.

tudi samovarovalna oprema). Gorska reševalna zveza Slovenije in policija opažata, da »zadnje intervencije kažejo, da v sredogorje in tudi visokogorje zahajajo ljudje, ki si glede na svoje poznavanje boje v hribih velikokrat zastavijo predrzne cilje.«⁶¹ Na Solčavskem v gorah sicer v povprečju pride do približno petih smrtnih žrtev letno:⁶²

»/.../ so včasih rekli: Gora ni nora, tisti je nor, ki gre gor. V planinah se jih kar pobije, kar precej. Pa po nesreči, pa niso v redu obuti pa ... potem jih pa helikopter rešuje ... Ene rešijo, druge pa dobijo mrtve. Pa ne moreš nič.«⁶³

Če se osredinimo na bone, ki jih je državljanom zagotovila država, vidimo, da so med turističnimi ponudniki na Solčavskem vzbujali ambivalenten odnos. Manjšim kmetijam in domačijam, kjer se ukvarjajo predvsem s turizmom, so sicer do neke mere pomagali obvladovati finančno situacijo, vendar ne nujno v zadostni meri (kot vidimo denimo v zgornjem odlomku iz intervjuja z Bredo Gradišnik). Med drugim so na plano privrele tudi napetosti, povezane z razmerjema med domačimi in tujimi gosti na eni ter centrom in periferijo na drugi strani. Ema Kočnar, ki velikokrat pomaga na turistični kmetiji svoje tete, v intervjuju opisuje odnos slovenskih turistov, ki so pri njih koristili bone. V njem je čutila neprijetnost, morda celo večvrednostni nastop gostov, ki v odmaknjen kotiček Slovenije »prinašajo« svoj denar:

»/.../ odkar so ti turistični boni, je zelo velik problem nastal v Solčavi, zato ker se ljudje obnašajo, kot da nas kupujejo. Ne pa, da so oni k nam prišli v naše konce. Ampak se obnašajo, kot da oni denar prinašajo, čeprav dajejo denar državi.«⁶⁴

Zaključek

Kakšna je torej turistična prihodnost Solčavskega po mnenju domačinov? Zdi se, da polna negotovosti, vendar ne le s stališča pandemije, ki je vplivala predvsem na finančni vidik, temveč tudi s stališča spoprijemanja z množičnim turizmom oziroma urejanjem razmerja, da bo turizem prijazen tako do okolja in domačinov kot

61 Maja Korošec, »Vpliv covida-19 v gorah: Več planincev v sredogorju, več ponesrečenih Slovencev.« 24ur.com. Spletni vir: <https://www.24ur.com/novice/slovenija/vpliv-covida-19-v-gorah-vec-planincev-v-sredogorju-vec-ponesrecenih-slovencev.html> (pregledano 2. 4. 2021).

62 Urška Lenar, intervju, Logarska dolina, 23. 9. 2020; Avgust Lenar, intervju, Logarska dolina, 25. 9. 2020.

63 Veronika Ošep, intervju, Robanov kot, 23. 9. 2020.

64 Ema Kočnar, intervju, Solčava, 25. 9. 2020.

tudi do gostov. Ta dvojnost se izraža tudi v postavljanju Solčavskega na zemljevid, saj »če si želel Solčavo obkrožiti na zemljevidu, si moral imeti zelo ošiljen svinčnik, če bočeš pa malo več zarisati, so pa takoj zraven še Kamniško-Savinjske Alpe in Zgornje Savinjska dolina.«⁶⁵ Želja biti viden, vendar ne preveč, je izrazita, mejo, koliko biti viden, pa je težko določiti, ker turizem, kot kažejo tudi odlomki iz intervjujev, vsak posameznik osmišlja drugače.

Prihodnost Solčavskega se izrisuje kot svojevrstno krmiljenje med uravnavanjem množičnosti turistov in turistične ponudbe. Ker je območje v precejšnji meri odvisno od turistične dejavnosti, je pomembno, da je turistov dovolj – pomembno je torej zagotavljanje kvalitetne in obsežne ponudbe. Hkrati pa se zdi, da je neodobranje množičnega turizma močno prisotno, poraja se mnenje, da »ne moremo in ne smemo niti govoriti o množičnem turizmu pri nas.«⁶⁶ Iščejo se torej načini, kako bi turizem prinašal čim več dobrega tako turistom kot domačinom:

»Priložnost za naprej vidim ravno v teh povezavah in v izvirnem, kreativnem predstavljanju ali pa interpretaciji tega, kar imamo. Naše identitete se je najprej potrebno zavedati in potem na primeren način predstaviti, zato da bomo dobili, če govorimo o turizmu, take goste in obiskovalce, ki znajo to ceniti. Ne želimo si mase, ne želimo si ... Dobro, saj mora biti toliko, da gostinci tudi preživijo in imajo dostojen zaslužek, ampak ne želimo si slabe volje gostov, ki niso dobro postreženi, in gostincev, ki ne bi morali tega sfolgati.«⁶⁷

Pri vsem skupaj se pojavlja tudi ekološki vidik, ki zajema predvsem skrb za okolje in zmanjšanje onesnaževanja. Degradacija pokrajine in onesnaževanje namreč zahtevata resno refleksijo, saj je veliko okoljskih elementov obremenjenih s turističnimi zahtevami.⁶⁸ V tem smislu domačini govorijo denimo o uvedbi naravovarstvenih nadzornikov, ki bi opozarjali ljudi, naj upoštevajo pravila.⁶⁹ Skrb za naravovarstvo udejanja tudi premisleke o tem, s katerimi rastlinami naj turistični ponudniki seznanijo turiste in s katerimi ne:

65 Marko Slapnik, intervju, Logarska dolina, 24. 9. 2020.

66 Mateja Brlec Suhodolnik, intervju, Solčava, 24. 9. 2020.

67 Marko Slapnik, intervju, Logarska dolina, 24. 9. 2020.

68 Valene L. Smith in Maryann Brent, 'Introduction.' V: Valene L. Smith in Maryann Brent, ur. *Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century*. Cognizant Communication Offices, New York, Cammeray in Tokyo 2001, str. 11.

69 Mojca Ošep, intervju, Solčava, 25. 9. 2020.

»Naš namen ni, da bi čisto vse pokazali. Treba je pač zvagat, kaj je primerno, da ljudje vejo, ker ljudje dostikrat tudi vzamejo, kar potrgajo.«⁷⁰

Zgornji citat lepo zaobjame resničnost, v kateri biva domačinska skupnost in okoli katere se ovijajo vprašanja, kaj pokazati v turistični namen, katere elemente dediščine je smiselno predstaviti turistom pa tudi kaj lahko (iz)vejo in česa ne, da bo to obstalo v rokah lokalnih akterjev.

70 Marko Slapnik, intervju, Logarska dolina, 26. 9. 2020.