

## PREGLED RAZVOJA TURIZMA NA KRAŠKEM PODEŽELJU V OBDOBJU SOCIALIZMA IN POSTSOCIALIZMA<sup>1</sup>

JASNA FAKIN BAJEC\*

### UVOD

**T**urizem je gospodarska in družbena dejavnost, ki vpliva tako na kulturo turistov kot na turistični kraj, ki z najrazličnejšimi prvinami privablja turiste. Znano je, da se turizem ne more razvijati osamljeno, temveč z vsem življenjem kraja, pokrajine ali regije. Čim bolj je kraj turistično aktiven, tem številnejše in intenzivnejše spremembe na gospodarskem, socialnem in kulturnem področju doživlja. Razvoj turizma pa je v večji meri odvisen od političnih dogajanj, saj vladajoča politična oblast lahko s svojo politiko oziroma finančnimi spodbudami veliko pripomore k dvigu ali padcu turističnega dogajanja. K temu veliko prispeva tudi samo stanje celotnega državnega kot tujega gospodarstva, ki vpliva na višino življenjskega standarda doma in po svetu in s tem (ne)omogoči državljanom in tujim turistom možnost počitnikovanja, krajem pa turistični razvoj.

Razvoj turizma v določenem kraju je odvisen od mnogih dejavnikov. Rudolf Andrejka je že leta 1926 opozoril, da so poleg naravnih lepote oziroma, kot jih imenuje, objektivnih

prvin, med katere je uvrstil: lepote, slikovitosti, historične zanimivosti, zdravilnost – torej privlačnost zemlje – za razvoj odločilnega pomena subjektivne prvine, ki obsegajo skrb prebivalcev za prometne zveze, udobnost in prijetnost bivanja tujcev po najnaprednejših načelih vsakokratne dobe (Andrejka 1926: 4). Čeprav je bila Slovenija zaradi svojih številnih naravnih lepote in drugih kvalitet že od nekdaj privlačna, bi bile po mnenju avtorja prirodne lepote nepristopne, če ne bi slovenski narod poskrbel za udobnost, prijetnost bivanja, ugodne prometne zveze ter popotnikom nudil prenočišča in gostilne.<sup>2</sup>

V procesu turističnega razvoja so si vodje turističnih društev<sup>3</sup> in državnih ustanov, prizadevali med slovenskim prebivalstvom vzgojiti pozitiven odnos do turistov, saj so bili ti marsikje nezaželeni. Pripisovali so jim, da so v kraj prinašali navade, ki niso bile v skladu s tedanjim načinom življenja. Glavni razlog za odpor s strani stalnih prebivalcev pa je bilo

<sup>1</sup> Prispevek je bil predstavljen na 10. mednarodni konferenci z naslovom *Experiencing Diversity and Mutuality* (Izkušnja različnosti in vzajemnosti), ki jo je organiziralo Evropsko združenje socialnih antropologov (European Association of Social Anthropologists) od 26. do 29. avgusta 2008 v Ljubljani.

\* univ. dipl. etnologinja in kulturna antropologinja ter prof. zgodovine, Sekcija za interdisciplinarno raziskovanje v humanistiki ZRC SAZU, [jasna.fakin@zrc-sazu.si](mailto:jasna.fakin@zrc-sazu.si)

<sup>2</sup> Pri tem je poudaril, da smisel slovenskega naroda za udobno preskrbo tujcev ni rezultat novejšega časa, temveč se je v drugačnih oblikah razvijal že zelo zgodaj. Slovenci naj bi bili kot revno prebivalstvo že od nekdaj vezani na industrijsko delavnost, to je na nadpovprečno marljivost, podjetnost in pridobitno iznajdljivost. Tako se je zaradi ugodne prometne lege – skozi slovenski prostor je namreč tekla glavna trgovska cesta, ki je povezovala Trst in Dunaj –, iz lastnega nagiba in brez tuje pomoči, začeli ukvarjati z gostilničarstvom, ki pomeni najizrazitejšo panogo tujskega prometa. Še preden je skozi Slovenijo prišla južna železnica, je bilo na vseh večjih prometnih poteh urejenih mnogo dobrih gostiln in prenočišč (Andrejka 1962: 5).

<sup>3</sup> Prvo slovensko oglepševalno društvo je bilo ustanovljeno leta 1888.

zvišanje cen zaradi novonastalega povpraševanja turistov, kar seveda ni bilo v skladu z interesi domačinov. Preprečevanje negativnega odnosa do turistov in opozarjanje, da lepote in udobna lega naše zemlje predstavljajo pomemben narodni in gospodarski zaklad, ki ga moramo organizirano izkoristiti, so državne oblasti v Sloveniji intenzivneje začele propagirati v začetku 20. stoletja.

V nadaljevanju se bomo osredotočili na kratek pregled razvoja turizma v kraških vaseh,<sup>4</sup> s poudarkom na prikazu odnosa domačinov do turistov in do zgodovinsko-kulturnih znamenitosti v obdobju socializma in postsocializma. Kot bomo videli, kraške posebnosti (kraška arhitektura, kulinarika, zgodovinski spomeniki, gradovi), ki sicer danes privabljajo številne obiskovalce, niso bile vedno cenjene s strani domačinov. To sicer ni bilo značilno le za Kras, temveč za celotno Slovenijo in tudi tujino, saj se domačini kljub opozarjanju takrat sicer maloštevilnih strokovnjakov, kot so umetnostni zgodovinarji, etnologi, zgodovinarji in ekonomisti, niso zavedali, da tuji turisti bolj cenijo domačnost, kulturne značilnosti lokalnega območja, domačo kulinariko, lokalne arhitekturne stile ipd. Val modernizacije z industrializacijo in urbanizacijo podeželja ter želja po čim hitrejšem napredku in konec koncev tudi tehnološki dosežki, ki so Slovenijo zajeli po drugi svetovni vojni, so med širšim prebivalstvom povzročili, da so zgodovinske posebnosti lokalnih območij začeli zanemarjati, uničevati in zapuščati. Uničevala se je kulturna krajina, spremenil se je videz naselij, porušil se je vzajemni odnos med naravo in človekovim delovanjem, začelo se je onesnaževanje narave itn. Arhitektura novih gradenj in notranja opremljenost hotelov, gostiln, barov sta postajali enotni po celotni Sloveniji in nista več odražali regionalnih kulturnih posebnosti. Toda preden spoznamo razvoj turizma v času

socialistične oblasti, naj najprej navedem nekaj podatkov o turističnih značilnostih Krasa pred drugo svetovno vojno.

## TURIZEM PRED DRUGO SVETOVNO VOJNO

Kras je v tujini s svojimi naravnimi značilnostmi, zlasti s podzemeljskim svetom, zaslovel že v 16. stoletju (gl. Show 2000). Kraške jame, apnenčasta prepustna tla, presihajoče jezero so le del naravnih znamenitosti, ki so pritegnile mnogo aristokratskih znanstvenikov. Z odprtjem podzemeljskih jam širši javnosti pa se na Krasu začne razvijati turistična dejavnost. Prva jama, ki so jo odprli za turizem, je bila Vilenica pri Lipici (1633). Z obiskovanjem kraških jam se je na Krasu razvijal izletniški turizem, saj se tu ljudje niso zadrževali dalj časa, sčasoma, z razvojem večjih mest v okolici Krasa (Trsta, Tržiča/Monfalcone, Vidma, Benetk in Gorice) pa se poleg izletništva začne še letoviščarski turizem (stacionarni turizem).

Na daljše počitnice so turisti iz večjih mest, večinoma iz Trsta, začeli prihajati v obdobju med prvo in drugo svetovno vojno, ko je Kras postal del Kraljevine Italije. V večini so na kraško podeželje prihajali manj premožni meščani, ki si razkošnih potovanj z daljšimi letovanji na morju in v zdraviliščih niso mogli privoščiti. Zato so se raje odločali za preživljanje počitnic v naravi, daleč od poleti vročega, zatohlega in nezdravega mesta, proč od naporenega vsakdanjika. Na Krasu so cenili od burje očiščeni zrak, prijazno in zanimivo pokrajino, mir in gostoljubnost domačinov ter kraške kulinarčne dobrote (kraški pršut, vino teran). Poletne dni so preživljali na zraku, se sprehajali in posedali v gozdčkih in na kmečkih vrtovih, občudovali naravne lepote ter se zabavali ob lahkotnih pogovorih. Nekateri so se na podeželju umaknili v najeto ali lastno podeželsko vilo ali pa so se odpravili na počitnice k sorodnikom in prijateljem. Drugi so najeli sobo na podeželski kmetiji ali v cenejšem gostišču. Čas bivanja na podeželju je bil dolg najmanj dva tedna, po možnosti pa mesec ali celo dva. Ob

<sup>4</sup> V prispevku je obravnavano podeželje na matičnem ali klasičnem Krasu – pokrajini nad Tržaškim zalivom, Vipavsko dolino, Brkini, Pivko in Istro. Kot biser kraškega turizma vsekakor velja tudi Postojnska jama, vendar jo v pregled ne vključujem, saj leži na slovenskem delu dinarskega krasa.

nedeljah in večjih praznikih so prihajali tudi enodnevni, izletniški gostje. Poleg izletnikov, ki so na Kras prišli z avtobusom, kolesom in kasneje z avtomobilom, in se navadno zaustavili v gostilni ali osmici,<sup>5</sup> so v kraške gozdove zahajali tudi tržaški lovci ter raziskovalci prve svetovne vojne.

Kraševci so se zavedali, da jim tujski promet prinaša dodatni dobiček, zato so se za turiste trudili kljub temu, da so bili ti italijanske narodnosti, kar je ogrožalo njihovo nacionalno kulturo. Za zadovoljevanje njihovih zahtev po oddihu, sprostitvi in zabavi so poskrbeli z organizirano turistično infrastrukturo: z gostinskimi obrati, trgovsko ponudbo, prenočišči, urejenostjo sprehajalnih poti itd. Poleg razvoja gostilniške dejavnosti (ni bilo vasi, ki ne bi imela vsaj ene gostilne) je bil razvit turizem na kmetijah. V večjih krajih (Komnu, Dutovljah, Štanjelu, Sežani, Divači, Senožčah) se je s turizmom ukvarjala skoraj vsaka večja, dobro situirana družina. Največ kmetij je oddajalo le sobe.<sup>6</sup> Da so lahko oddali kar največ razpoložljivih postelj, so mnogi ponudili tudi svoje spalnice, cela družina je takrat spala v eni sobi ali pa na podstrešju, v redkih primerih pa tudi na seniku. Glavni motivi za tako odločitev so bili finančni, saj so bili takratni pogoji za življenje zelo težki. Kmete so poleg vse večjih davkov, ki jih je zahtevala takratna oblast, velikokrat prizadele slabe letine. Vasi so bile lepo urejene in očiščene; poleg domačinov je za čistočo na glavnih ulicah skrbel občinski redar. Gozdna služba pa je urejala sprehajalne poti po okoliških gozdovih in okoli vaških zbiralnikov vode. Postavili so tudi klopi za počitek.

<sup>5</sup> Osmica je dejavnost, ko se na kmetiji osem dni v letu prodaja neustekleničeno vino. Včasih se je na osmicah prodajalo le vino, danes pa tudi domača hrana, predvsem suhomesni izdelki, mineštra iz zelja ali repe – jota, kuhani štruklji, svinjska pečenka s praženim krompirjem in zeljem (gl. Fakin 2002).

<sup>6</sup> Kmetije, ki so v poletnih časih oddajale svoje sobe, so se delile v tri skupine: kmetije, kjer so domačini oddajali le sobo; kmetije, kjer so imeli turisti v sooporabi poleg sobe tudi kuhinjo in možnost uporabe domačih poljskih pridelkov; ter nazadnje kmetije, kjer so turistom ponujali prenočišča in hrano, t. i. penzion (več o tem gl. Fakin Bajec 2006).

## TURIZEM PO DRUGI SVETOVNI VOJNI

Razmere na področju kraškega turizma so se bistveno spremenile po drugi svetovni vojni. Poleg uničene turistične infrastrukture (predvsem cest), požiga nekaterih vasi (Komen, Štanjel) so k upadu turizma prispevale nerešene politične razmere med Italijo in Jugoslavijo. Konflikti, ki so se reševali z mednarodnimi sporazumi, so se včasih zapletli do skorajšnjih oboroženih spopadov, kar ni ugodno vplivalo na razvoj turizma. Po ureditvi mejnega vprašanja leta 1954 so se razmere sicer začele umirjati, vendar je zaradi priključitve večjega dela Krasa k novi državi, socialistični Jugoslaviji, na razvoj turizma vplivala tudi nova politična ideologija socializma, predvsem nacionalizacija, npr. hotelov, gostiln in restavracij, kar je onemogočalo domačinom samovoljno upravljanje. Na nazadovanje so vplivali tudi začetek centralističnega sistema, politična usmeritev v industrializacijo in razvoj mest na račun izseljevanja s kmečkega podeželja. Turizem je bil vse do petdesetih let, ko se v Jugoslaviji začne gospodarski razvoj, potisnjen v ozadje gospodarskih interesov.

Večji posluh za turistični razvoj se začne v drugi polovici petdesetih let, tudi z razvojem Turistične zveze Slovenije, katere glavna skrb je bila koordiniranje dela in ustanavljanje novih turističnih in olepševalnih društev (Repe 2006: 78). Turistična zveza je s svojim delom in propagando delovala tudi na Krasu; sodelovala je z Društvom za raziskovanje jam, s pomočjo katerega je uredila dostopnost do pomembnejših kraških jam, in pomagala pri ustanavljanju turističnih društev v večjih kraških krajih. Sežana je svoje turistično društvo dobila leta 1953 (Primorske novice, 13. februar 1953: 5). Do leta 1967 je društvo spadalo pod Koprsko turistično zvezo, po tem pa se je Turistična zveza oblikovala tudi v Sežani. Z delovanjem je prenehala v sedemdesetih letih. V Komnu je leta 1959 že delovalo turistično društvo, ki je bilo sprva priključeno v Goriško turistično zvezo, po ukinitvi Občine Komen leta 1958 pa se je priključilo v Koprsko turistično zvezo. V Komnu so imeli lastni urad

za posredovanje prepustnic v maloobmejnem prometu z Italijo in dve menjalnici.<sup>7</sup> V Divači je društvo leta 1957 že delovalo, vendar po poročilu v *Turističnem vestniku* (nadalje TV) je bila njegova dejavnost dokaj šibka in se je bolje organiziralo v naslednjih letih (*Turistični vestnik* 1957, št. 3).

Turistična zveza Slovenije si je razmeroma zgodaj, že v petdesetih letih, prizadevala za razvoj turizma na kmetijah, in sicer zaradi prepričanja, da se v pasivnih predelih Slovenije, ki pa po svojih naravnih lepota prekašajo preostale, prebivalstvo ne more preživljati samo s kmetijstvom. Zato je bila med drugim naloga turističnih društev pri kmetih vzbujati skrb za olepšavo vasi, za ureditev gostišč in prenočišč, za izboljšanje sanitarnih razmer, vendar na Krasu ni bilo večjega posluha za razvoj turizma na kmetijah. Kraška turistične društva so si sicer zelo prizadevala, da bi s pravilno sestavljeno turistično politiko, temelječo na dobro premišljenih, načrtnih in strokovnih osnovah, ponovno oživel in razširili turistično dogajanje. Turisti iz Italije, predvsem meščani Trsta, so zopet začeli množično zahajati na Kras po odprtju maloobmejnih prehodov leta 1955, množično pa od šestdesetih let 20. stoletja, ko se v Italiji bistveno izboljša gospodarski položaj. Hkrati se v tem času med italijansko populacijo poveča število motornih vozil. Glavna prizadevanja kraških turističnih organizacij so bila tako usmerjena v asfaltiranje pomembnih cest in ulic v krajih in v urejanje naselij z razpoložljivimi gostišči. A kraške vasi so se iz leta v leto praznile, saj mladi v kmetijstvu niso videli perspektive, zato so se raje odločali za delo v industrijskih centrih, kjer so se sčasoma tudi nastanili. Kdor pa se je vendarle odločil za ureditev gostinskega obrata, je tega prilagodil modernim okusom in standardom. Zato so

prebivalstvo pozivali, kot beremo v članku v *Turističnem vestniku* iz leta 1967, da naj se vendarle uveljavi »tradicionalni stil, predvsem pa pazi, da ne bodo gostišča uniformirana« (Šimac, Renner, Colja 1967: 249). Zavzemali so se, da bi z razvojem turizma ovrednotili in vključili v turistično gospodarstvo vse prvine, ki ustvarjajo kraški ambient. Pri tem naj se ne bi omejili samo na kulinarico, to je na teran, pršut, domači kruh in ostale domače jedi, ampak tudi na druge kraške značilnosti, kot so kraška hiša, vrsta cerkva in vojaških pokopališč iz prve svetovne vojne (Šimac, Renner, Colja 1967: 249). Vendar je kljub opozorilom in prizadevanjem turizem na kmetijah zamrl, delovala so le gostišča, in še ta le v posameznih vaseh. Prenehala je tudi osmičarska dejavnost.

Vzroke za neuspešnost turističnega razvoja lahko iščemo že v socialistični miselnosti, kot pojasnjuje slovenski zgodovinar Božo Repe, oziroma ideološkem predsodku in nezaupanju do turizma, kot sta bila bojazen pred hitrim obogatitvijo in prepričanje, da je storitvena dejavnost v korist turistov, zlasti tujcev, poniževalna in zato neprimerna za socialistično družbo (Repe 2006: 69, 70). Poleg tega je politika v šestdesetih letih razvoj turizma usmerjala le v večjih turističnih kompleksih, kot so na Krasu postali Lipica in Škocjanske jame. Tu se je začela gradnja novih hotelov, restavracij, športnih igrišč, bazenov. Tudi v začetku sedemdesetih let se je pod močnejšim vplivom Zahoda poudarjalo množični turizem. Tedanji predsednik Izvršnega sveta SRS Stane Kavčič med drugim izjavi tudi, »da je proti romantiki in tišini kakor na pokopališču, proti arhitekturnemu stilu iz prejšnjega stoletja, ker je prepričan, da to ni v skladu z ekonomskimi in političnimi interesi« (nav. po Repe 2005: 70).

Močan padec turističnega razvoja se zgodi v drugi polovici sedemdesetih let zaradi gospodarske politike o združenem delu, ko se na področju turizma začnejo združevati prehrabena, hotelska in storitvena podjetja. Na Krasu se je ustanovilo *Proizvodno trgovsko podjetje in turizem Kras Sežana*, ki je imelo v lasti več hotelov in restavracij v Sežani, Lipici in Škocjanskih jamah. Bistvo nove gospo-

<sup>7</sup> V turističnem vestniku (nadalje TV) iz leta 1959 še beremo, da je društvo veliko skrb posvetilo ureditvi kombinata restavracije in kavarne v Zadržnem domu, kamor prihaja zlasti ob nedeljah veliko število Tržičanov. Zavzemali so se tudi za vzpostavitev avtobusne zveze Komna s Trstom ter olepšavo in ureditev vasi Komen in spomenikov iz NOB. Leta 1960 je društvo štelu 70 članov (TV 1959, št. 7–8, TV 1961, št.3).

darske ureditve je bilo, da naj bi se podjetja med sabo dogovarjala, ne pa tekmovala, vendar se je kvaliteta zaradi nekonkurenčnosti zelo poslabšala. Poleg tega je bil turizem pri investicijah bolj prepuščen sebi kot načrtovani državni skrbi in ugodnim bančnim kreditom. Na drugi strani pa so zaradi uveljavljanja samoupravnega socializma, ki naj bi omogočal odprtje Jugoslavije v svet in zato lažje prehajanje čez državno mejo, to območje množično preplavili dnevni obiskovalci, katerih cilj je bil nakupovanje v bližnjem Trstu in ne daljši postanek na Krasu.

Potrebno je tudi poudariti, da je bil gmoetni položaj prebivalstva Krasa v primerjavi z ostalimi predeli Slovenije nekoliko boljši, saj so Kraševci dodaten vir dohodkov pridobili z »delom na črno« v bližnji Italiji (z opravljanjem gospodinjstkih in vrtnih opravil) in možnostjo prodaje kmetijskih pridelkov. K boljšemu gmoetnemu položaju prebivalstva so veliko prispevale tudi italijanske pokojnine, t. i. »penzije«, do katerih so bili upravičeni starejši prebivalci, ki so v času pred drugo svetovno vojno delali v italijanskih podjetjih. Italijanske pokojnine so bile v primerjavi s takratnimi jugoslovanskimi pokojninami ali plačami visoke.

Razvoj turizma se je nekoliko izboljšal v osemdesetih letih, k čemur je med drugimi družbenimi spremembami, ki so zajele slovenski prostor, veliko prispevala oglaševalska akcija *Slovenija, moja dežela* – akcija za promocijo Slovenije kot turistične regije v tujini. Vzroki za začetek akcije so bile ugotovitve: da so turistični storitveni izdelki v Sloveniji nerazviti, nekateri pozabljeni, drugi zaprašeni; in da med ljudmi ni razvitega pozitivnega odnosa do turizma, saj so delo v turizmu ocenjevali kot hlapčevsko, kot udinjanje premožnim turistom, ki prihajajo k nam lenarit in se zabavati. Z akcijo so med drugim želeli vzpostaviti ozračje optimizma in pozitivne naravnosti do turistične dejavnosti, saj so se ponovno začeli zavedati, da lahko k izboljšanju takrat slabega gospodarstva veliko pripomore tudi turizem. Na celotno javnost so usmerili oglaševalske akcije z oglasi, plakati, televizijskimi in radijskimi oglasi in s številnimi promocij-

skimi materiali (Repovš 2006: 144). Želeli so, da bi prebivalci Slovenije najprej odkrili in spoznali znamenitosti Slovenije in nato svoje značilnosti znali tržiti.<sup>8</sup> Izvedene akcije so veliko prispevale tudi h krepitvi nacionalne identitete (Repovš 2006: 146).<sup>9</sup>

Pod vplivom turistične akcije so se ljudje na Krasu postopoma, vendar zelo počasi začeli zavedati pomena turizma, predvsem pa svojih lokalnih vrednot, ki bi bile zanimive za tuje goste. Po drugi svetovni vojni je bila prva turistična kmetija v Občini Sežana, ki je takrat obsegala skoraj celoten Kras,<sup>10</sup> ustanovljena šele leta 1990 (Primorske novice, 23. nov. 1990: 8). Konec osemdesetih let se začne prebujati Štanjel, danes označen kot biser kraške arhitekture, kjer je Turistično društvo Štanjel leta 1984 najprej začelo s pripravo Grajskih večerov na dvorišču grajskega kompleksa,<sup>11</sup> leta 1988 pa so v gradu odprli galerijo Lojzeta Spacala, ki po mnenju domačinov predstavlja pomemben mejnik pri turističnem razvoju vasi. Turistično društvo Štanjel je bilo tudi pobudnik nastanka kraškega razvojnega projekta, Pilotnega projekta Kras, ki v svojih ciljih med drugim poudarja tudi trajnostni razvoj turizma na podlagi naravnega in kulturnega bogastva. Leta 1986 se Škocjanske jame zaradi edinstvenih narav-

<sup>8</sup> Turistični proizvodi iz Slovenije naj bi zajeli čisto naravo, odprašene spomenike in etnološke posebnosti, čista stranišča, obnovljena pročelja stavb, hitra in točna prevozna sredstva, igrišča in zabavišča, prijazne, gostoljubne in ustrežljive ljudi, bogato izbiro izdelkov, sodobne trgovine, hitre in točne informacije, zanimivo hrano in pijačo, varne in označene poti z vodniki itd. (Repovš 2006: 146).

<sup>9</sup> Poleg akcije *Slovenija, moja dežela*, so oglaševali še pod gesli *Turizem smo ljudje, Turizem nas bogati* in zadnje leto *Iščemo dobrega gospodarja*. Simbol slovenskega turizma je postal lipov list.

<sup>10</sup> Manjši del Krasa je bil priključen občini Nova Gorica (t. i. Goriški Kras, ki je obsegal vasi Vojšičico, Kostanjevico na Krasu, Lipo, Temnico), manjši del pa še v občini Koper (Kras ob območju Kraškega roba, ki geografsko meji na Koprsko Primorje).

<sup>11</sup> Grajski večeri so bili sprva namenjeni predstavitvi amaterskih kulturnih skupin iz Slovenije, Italije in Avstrije, kasneje pa so se poleg dramskih prireditev odvijale tudi nastopi folklornih skupin, pevskih zborov in drugo.



nih pojavov, neponovljive kraške krajine, enkratne zastopanosti flore in favne, številnih arheoloških najdišč in pionirskih raziskav v hidrologiji vpišejo v seznam svetovne naravne in kulturne dediščine pri UNESCO, kar je z vidika ozaveščanja o posebnostih kraške narave in kulturnih znamenitosti za domače pobudnike, ki so si za vpis prizadevali, velik dosežek.

## TURIZEM V SAMOSTOJNI SLOVENIJI

Z nastankom samostojne države se je od politične oblasti zahtevalo, da se Slovenija v mednarodnem svetu uveljavi kot država z lastnimi zgodovinskimi in kulturnimi koreninami. To s strani državnih institucij in širšega prebivalstva povzroči boljši, predvsem pa pozitivnejši odnos do zgodovinskih posebnosti lokalnih območij. Pozitivni rezultati so se odražali tudi na področju turizma, ki se je na Krasu ponovno začel intenzivneje razvijati šele v 21. stoletju. Po analizi stanja v prvi fazi razvojnega projekta je bila na Krasu še leta 2000 stopnja gostoljubja in osveščenosti o vrednotah Krasa in pomenu turizma med lokalnim prebivalstvom relativno nizka (Problemska analiza funkcionalno zaokrožene Kraške regije 2000: 56). Turistična ponudba območja je bila poznana le po treh oziroma sprva le dveh največjih znamenitostih (Lipici, Parku Škocjanske jame in kasneje še Štanjelu), ki pa so bile med seboj in z okolico skromno povezane. Večji del kraških vasi pa je bil turistično povsem nerazvit. Pojavilo se je vprašanje, kako med lokalnim prebivalstvom vzpostaviti najprej pozitiven odnos do lokalne preteklosti in kasneje pozitiven odnos do razvoja turizma. Na komenskem predelu Krasa, območju Občine Komen, se je k temu problemu pristopilo preko dejavnosti Osnovne šole Komen, predvsem s projektom »Križem kražem po Komenskem Krasu«, katerega namen je bil s pomočjo posebne metode dela z učenci na terenu, najprej raziskati in ovrednotiti kulturno dediščino in naravne vrednote ter na podlagi pridobljenih podatkov pripraviti slogovno poenoten turistični vodnik, ki

bi s celostno ponudbo predstavljal vse kraške vasi. Projekt je bil delno financiran s strani Evropske unije (preko PHARE CBC Slovenija/Italija čezmejnega projekta). Z intervjuji, ki so jih pod strokovnim vodstvom osnovnošolski učenci izvajali med domačim prebivalstvom, je na eni strani bil dosežen cilj vključevanja samih domačinov v poznavanje in vrednotenje kulturnih posebnosti območja, na drugi pa ozaveščanje osnovnošolcev o zgodovini življenja njihovih prednikov. Danes lahko rečemo, da je šele tesnejše sodelovanje med osnovno šolo, domačini in občinsko oblastjo prispevalo k zavedanju o tradicionalnih kulturnih posebnostih, kar se med drugim kaže tudi v vse večjem številu novih turističnih, kulturnih in športnih društev (vsaka vas ima vsaj eno kulturno, športno ali turistično društvo), ki si v svojih dejavnostih prizadevajo na eni strani ohranjati, restavrirati in predstavljati kulturne posebnosti, na drugi pa tudi tržiti. Iz leta v leto se odpira več turističnih kmetij, katerih ponudbe vsekakor ne moremo primerjati s ponudbo kmetij pred drugo svetovno vojno, vsekakor pa gre za stare vzorce v novi vsebini, saj turistične kmetije v posebno urejenih prostorih turistom ponujajo kraško kulinariko, ponekod pa tudi prenočišča. Ponovno so s delovanjem začele osmice, pojavi pa se še nov tip turizma, t. i. mladinski turizem, ko se v Pliskovici leta 2003 odpre mladinski hotel. Seveda ne smemo prezreti, da sta pri ponovnem razvoju turizma in ozaveščanju veliko prispevali tudi država in EU z raznimi finančnimi spodbudami v obliki razvojnih projektov, z antropološko-sociološkega vidika pa tudi globalizacijski procesi, saj vemo, da je učinek globalizacije tudi glokalizacija, kar pomeni prepoznavanje lokalnih kulturnih posebnosti na globalni ravni.

Problem Krasa, ki še do danes kljub pospešenemu razvoju turizma ni razrešen, pa je želja po skupni predstavitvi Krasa kot turistične blagovne znamke. Kras je danes upravno razdeljen med 5 občin, ki se ne morejo zediniti za skupno predstavitev območja kot turističnega objekta z značilnimi turističnimi proizvodi, kot so pršut, vino teran, kraški med, kraška žganja, svojevrstna arhitektura in zgodovin-

skimi spomeniki. Čeprav so se v letošnjem letu občine po dolgotrajnih pogajanjih uskladile glede odloka o turističnem vodenju, se pogajanja še vedno zaustavijo pri oblikovanju skupne turistične organizacije oziroma pri določitvi lokacije za turistično organizacijo. K temu po mojem mnenju veliko prispevajo prav zgodovinski procesi, saj Kras v toku zgodovinskih dogajanj ni nikoli bil skupno upravno-politično telo, temveč je bil vedno razdeljen najprej med različna srednjeveška gospodstva, potem pokrajine in danes občine. Turista pa danes ne zanima, kje se npr. Občina Komen konča in Občina Sežana začne.

#### SKLEPNE MISLI

Za konec velja poudariti, da ima vsako zgodovinsko obdobje svoje posebnosti, ki se odražajo na različnih ravneh družbenega življenja. Kot smo videli v kratki predstavitvi razvoja turizma na Krasu, se te posebnosti odražajo tudi v turizmu kot pomembnem dejavniku družbenega razvoja. Primerjava različnih zgodovinskih obdobjev v razvoju turizma na Krasu pripelje do ugotovitve, da danes turizem za nekatere Kraševce zopet predstavlja dodatno gospodarsko dejavnost, ki pripomore k boljšemu gmotnemu položaju, kot je za mnoge predstavljal v času pred drugo svetovno vojno, in da je v obdobju socializma turizem po vaseh res nazadoval, toda hkrati omogočil razvoj večjih turističnih centrov, ki danes na konkurenčnem turističnem trgu predstavljajo magnet za goste, od koder pa jih morajo Kraševci znati in se ponekod še naučiti usmeriti v manjše kraške vasi.

#### LITERATURA

*Problemska analiza funkcionalno zaokrožene Kraške regije (analitičen del skupnega razvojnega programa)*. Pilotni projekt Kras. 2000. Štanjel: Regionalna pisarna Štanjel. Agencija RS za regionalni razvoj  
 REPE, Božo. 2006. Turistična zveza in razvoj

turizma v Sloveniji po drugi svetovni vojni. V: *Turizem smo ljudje: zbornik ob 100. letnici ustanovitve Deželne zveze za pospeševanje prometa tujcev na Kranjskem, Turistične zveze Slovenije in organiziranega turizma v Sloveniji*. (Bogataj Janez, Janša-Zorn Olga, Polak Slavko, Šajn Srečko (ur.)). Ljubljana: Turistična zveza Slovenije. 61–99.

REPOVŠ, Jernej. 2006. Tržno usmerjane poti turizma v moji deželi. V: *Turizem smo ljudje: zbornik ob 100. letnici ustanovitve Deželne zveze za pospeševanje prometa tujcev na Kranjskem, Turistične zveze Slovenije in organiziranega turizma v Sloveniji*. (Bogataj Janez, Janša-Zorn Olga, Polak Slavko, Šajn Srečko (ur.)). Ljubljana: Turistična zveza Slovenije. 61–99.

RUDOLF, Andrejka. 1926. Tujski promet v Sloveniji, njega razvoj in organizacija. Ob dvajseti letnici Zveze za tujski promet v Sloveniji. Ljubljana.

SHAW R., Trevor. 2000. *Foreign Travellers in the Slovene Karst 1537–1900*. Ljubljana: Inštitut za raziskovanje krasa, ZRC SAZU, Založba ZRC.

#### Časopisni viri

»Pri Heleni v Tubljah pri Komnu. Prva turistična kmetija na Sežanskem. V: *Primorske novice* 23. november 1990, št. 93, leto XLIV, str. 8.

Divača. V: *Turistični vestnik* 1957, št. 3 (marec), leto V, str. 99.

Komen. V: *Turistični vestnik* 1961, št. 3 (marec), leto IX, str. 72.

Marljivo društvo, Komen. V: *Turistični vestnik* 1959, št. 7–8 (jul.–avg.), leto VIII, str. 213.

Sežana se prebujaju... V: *Primorske novice* 13. februar 1953, št. 7, leto VII, str. 5.

Šimac, Rudi, Rener Jože, Colja Roman. Možnosti za razvoj turizma na spodnjem Krasu. V: *Turistični vestnik* 1967, št. 6, str. 246–251.

TOD Komen. V: *Turistični vestnik* 1960, št. 12 (dec.), leto VIII, str. 373.

TOD Komen. V: *Turistični vestnik* 1961, št. 5 (maj), leto IX, str. 137.

TOD Komen. V: *Turistični vestnik* 1959, št. 10–11 (okt.–nov.), str. 294.