

**Ana Banić Grubišić**

*Institut za etnologiju i antropologiju  
Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu  
agrubisi@f.bg.ac.rs*

**Dragana Antonijević**

*Odeljenje za etnologiju i antropologiju  
Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu  
dantonij@f.bg.ac.rs*

## **Odnos između tradicije, turizma i gastronomije: gastronomska ponuda i kulinarsko nasleđe u salašarskom turizmu\***

**Apstrakt:** U radu se razmatra odnos između tradicije i turizma na primeru gastronomske ponude u okviru tzv. "salašarskog turizma". U poslednjoj deceniji salaši u Vojvodini su postali veoma popularna turistička destinacija i atrakcija kao vrsta ruralnog i kulturnog turizma. Salaši, koji su revitalizovani za potrebe turizma, u medijima i u turističkim brošurama predstavljeni su kao "mesta povratka tradiciji", kao "autentični čuvari kulinarskog nasleđa Vojvodine", stvarajući tako romantizovanu i idealizovanu predstavu o prošlosti vojvodanskih paora. U radu se ispituje na koji način su elementi tradicionalne kulture inkorporirani u turističku ponudu. Gastronomska politika restorana-salaša dovodi se u vezu sa globalnim aktivističkim "pokretom spore hrane" (slow food movement) koji se zasniva na prehrambenim namirnicama koje se lokalno proizvode/gaje i na tradicionalnim tehnikama pripreme hrane. Rad je rezultat terenskih istraživanja salaša u Bačkoj i Banatu, koji su revitalizovani za potrebe turizma i ugostiteljstva, kao i analize sadržaja medijskih predstavljanja salašarskog turizma.

**Ključne reči:** salaši, turizam, tradicija, etno kuhinja, slow food, gastronomija, kulturni identitet, Vojvodina

---

\* Članak je rezultat rada na projektu "Antropološko proučavanje Srbije – od kulturnog nasleđa do modernog društva" (ev. br. 177035) koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije. Prethodno je saopšten na međunarodnom naučnom skupu *Les traditions en Europe: modification, invention et instrumentalisation des traditions – 27ème Colloque du Réseau de coopération scientifique en ethnologie et historiographie européennes, Eurethno* (Beograd-Sirogojno, 6-7. IX 2013).

Spoj tradicije i modernog je prema Strategiji turističkog razvoja Republike Srbije iz 2006. godine ključna reč za definisanje opšteg brenda Srbije (Službeni glasnik RS, 91/2006, 11). Spajanje tradicije sa modernim sadržajima je jedna od osnovnih odlika turizma na salašima. Salašarski turizam koji je karakterističan za prostor Vojvodine predstavlja posebnu vrstu ruralnog i kulturnog turizma i u poslednjoj deceniji ovi specifični stambeno-ekonomski objekti postaju veoma popularna turistička destinacija i atrakcija i za domaće i inostrane turiste. Dva osnovna tipa salašarskog turizma su, s jedne strane, turistički boravak na nekadašnjim salašima koji su aktivirani za potrebe turizma (to su rekonstruisani stari salaši na kojima je turistima omogućeno aktivno učešće u salašarskom životu i radu) i, s druge strane, to su novoizgrađeni turističko-ugostiteljski objekti koji u imenu nose naziv salaš i koji pored "umetnutih", "tradicionalnih" elemenata materijalne kulture sadrže i mnoge savremene sadržaje nepoznate u tradiciji salaša (golf terene, saune, kongresne sale, bazene). Rad predstavlja rezultate terenskih istraživanja salašarskog turizma u Bačkoj i Banatu tokom 2011. i 2012. godine. Podaci koji su dobijeni prilikom terenskih intervjua (intervjui otvorenog tipa sa unukom vlasnika jednog salaša u Somboru i sa menadžerkom turističko-ugostiteljskog kompleksa "Salaš Jelen" u Subotici) dopunjeni su analizom predstavljanja salašarskog turizma u medijima (štampa, internet i turističke brošure).

Pitanja koja su nas u ovom istraživanju interesovala su:

- kako se salašarski turizam predstavlja u medijima i koji njegovi elementi se izdvajaju kao bitni?
- na koji način su opaženi elementi tradicionalne kulture inkorporirani u turističku ponudu?
- kako se elementi narodnog graditeljstva, tradicionalna arhitektura i tradicionalna ishrana pretvaraju u turistički proizvod?
- na koje načine je lokalna hrana konceptualizovana kao autentični proizvod koji simbolizuje mesto i kulturu destinacije?
- koje su prednosti razvoja salašarskog turizma za lokalnu zajednicu?

## Nastanak i razvoj salaša

Salaši predstavljaju osobeni tip seoskih naselja u Vojvodini. Osnovna karakteristika salaša je sinteza življenja i privređivanja, odnosno, stanovanje i privređivanje je teritorijalno povezano u jednu celinu (Nedeljković Angelovska 2006, 300). Salaš se najčešće određuje kao sekundarno stanište seljaka, odvojeno od sela ili grada i okruženo njivama, koje osim zgrade za stanovanje sadrži i ekonomske objekte za smeštaj stoke, poljoprivrednih mašina i poljoprivrednih proizvoda (Šljukić i Šljukić 2007). Salaši se na vojvođanskom prostoru podižu polovinom 18. veka, a najviše ih je izgrađeno u drugoj polovini 19. veka i u prvim decenijama 20. veka (Isto, 109). Salaš čine stambeni i privredni objekti okruženi

njivama i pašnjacima sa tri strane, a voćnjakom i vinogradom sa četvrte. Zgrada za stanovanje je najčešće imala izgled klasične panonske kuće s izduženom pravougaonom osnovom i dugačkim otvorenim hodnikom. Kuća je bila izdeljena na posebne prostorije – sobu i kuhinju. Privredne objekte, tj. ekonomske zgrade na salašu čine štala, svinjac, živinarnik, tor za ovce, prostorija za mašine, čardak za kukuruze, šupa i ostava. Osim stambene zgrade i privrednih objekata na salašu se obavezno nalazio i đeram, odakle su se salašari snabdevali pijaćom vodom. Salaši su se među sobom razlikovali prema veličini poseda, broju salašarskih slugu, uređenosti salaša i kvaliteta materijala od kojih su izgrađene salašarske zgrade te je, prema Marici i Srđanu Šljukić, moguće sačiniti različite tipologije salaša (Šljukić i Šljukić 2007). Isti autori napominju da su većina salaša u Vojvodini bili takozvani paorski salaši na kojima su sve poslove obavljali članovi porodice. Na salašu su po pravilu živjele dve, a nekada i tri generacije zajedno. Salaši su dobijali naziv prema prezimenu vlasnika. U periodu između dva svetska rata u Vojvodini je postojalo preko deset hiljada salaša. Veliki broj salaša je srušen u procesu formiranja državnih poljoprivrednih dobara i zemljoradničkih zadruga koje je osnivala i kontrolisala država. Tako je postupak komasacije iz sedamdesetih godina prošlog veka doveo nestanka brojnih salaša u cilju stvaranja kompleksa zemljišta poljoprivrednih kombinata. Sa rušenjem salaša srušen je i osoben salašarski način života i privređivanja – komasacijom je došlo do migracije stanovništva iz seoskog atara u selo ili grad i ovakve veštački izazvane migracije su dovele do preobražaja kulturnih elemenata, tj. do iščezavanja salašarskih tradicija (Nedeljković Angelovska 2006).

### Promocija salašarskog turizma – revitalizacijom salaša ka turističkom brendu Vojvodine

Salašarski turizam predstavlja specifičnu tržišnu nišu posebnog oblika turizma poznatog pod nazivom *ruralni turizam* (Ćurčić *et al.* 2010, 226). Na području Srbije formirali su se različiti modeli ruralnog turizma – šumadijsko selo, vojvođanski salaši, manastirska imanja, pivnice itd (v. Čomić 2002; Todorović i Bjeljac 2007). Ruralni turizam se u Srbiji pojačano razvija krajem sedamdesetih i početkom osamdesetih godina prošlog veka kao organizovana delatnost u cilju afirmacije poljoprivrednog gazdinstva, jačanja privredne strukture seoskih područja i obogaćivanja klasične turističke ponude (Čomić 2002, 119). Prema Todorović i Bjeljac, ruralni turizam turistima nudi elemente seoske sredine, prirodu, prezentuje tradicionalnu gostoljubivost i životne vrednosti lokalnog stanovništva i kao takav predstavlja polugu ekonomskog razvoja i podizanja životnog standarda u ruralnim zajednicama (Todorović i Bjeljac 2007, 139). Turistička ponuda ruralnog turizma ističe autentičnost, unikatnost i ulogu lokalnog faktora (Ćurčić *et al.* 2010, 226) i u skladu je sa

globalnim trendom vraćanja prirodi, izvornom i lokalnom. Vesna Đukić Dojčinović turističko selo definiše kao selo u koje turista odlazi za vreme praznika, godišnjih odmora ili vikenda da bi se privremeno vratio prirodi i prirodnom načinu života (Đukić Dojčinović 2005, 146).

Ali, zanimljivo je to da ono što se danas reklamira kao nova, takoreći modna vrsta turizma za koju se čini da je podstaknuta "globalnim trendom" vraćanja prirodi i izvornom, zapravo je dobro poznata i nikako nova forma turizma i folklorizma. Ruralni turizam kao oblik romantizacije sebe i Drugog, i sentimentalnog odnosa prema "prirodnosti" i "jednostavnosti" seoskog načina života kroz "traganje za izgubljenom prirodom", koji Herman Bauzinger naziva "osećaj čežnje za selom", u koje povremeno beže, kao u oazu zdravlja i odmora, umorni i zasićeni građani iz industrijskih urbanizovanih sredina, počeo je svoj razvoj u zapadnoj Evropi još u doba romantizma na početku 19. veka (Bauzinger 2002, 179-182, 211-212), da bi zadobio formu "nećeg novog" u zemljama sa zakasnelom modernizacijom i industrijalizacijom tokom 20. veka, kao što je to slučaj sa Srbijom.

Ruralni turizam predstavlja, danas, jedan od prioriteta turističkog razvoja Srbije (Strategija razvoja turizma RS 2006, 12), budući da brojna turizmološka istraživanja pokazuju da "ruralni turizam predstavlja značajnu komponentu integralnog i održivog razvoja i revitalizacije seoskih područja" (Čomić 2002, 120). Kada je reč o vojvođanskim salašima, u Strategiji razvoja turizma RS izraženo je nastojanje da se do 2015. godine formira prepoznatljiv brend turizma na salašima, povezanim sa raznovrsnom ponudom aktivnosti i karakterističnim prodajnim sadržajima Vojvodine (Isto, 14).

Salaši koji su aktivirani za potrebe turizma u medijima i u turističkim brošurama predstavljeni su kao "mesta povratka tradiciji", kao "autentični čuvari kulinar-skog nasleđa Vojvodine", kao mesta koja nude znanje o nekadašnjem salašarskom načinu života itd., svarajući tako jednu romantizovanu i idealizovanu predstavu o prošlosti vojvođanskih paora. Tradicija je dakle neizostavan koncept, u koji se učitavaju različita vrednosna značenja, kada se salaši predstavljaju u medijima: ističe se tradicionalna vojvođanska dobrodošlica, tradicionalna izvorna kuhinja, mogućnost upoznavanja kulture i običaja regiona, razgledanje etno postavki na salašu... Salaši se reklamiraju kao "oaze mira, tišine, rada i discipline", kao mesta na kojima se turisti upoznaju sa "svakodnevni predmetima koje su salašari koristili u prošlosti", to su mesta "starine i dobrog zalogaja", objekti koji su "odoleli izazovima modernog doba, zadržavajući romantični duh početka prošlog veka", zatim se ističe da je "ono čega je nekada bilo samo u pesmi, zaživelo je na početku 21. veka, to su mesta za sve one koji "vole autentični rustični ambijent i enterijer iz prohujalih vremena". U turističkim brošurama salaši se poetično predstavljaju kao mesta koja "simbolizuju zdravlje, mir, večnost, tišinu, istrajnost, postojanost" (Turistički vodič – Salaši, etno-kuće i vetrenjače, 2007, 7), kao mesta koja "čuvaju i neguju sve odrednice Vojvodine" (Seoski turizam, TOS 2011, 8).

I u medijima i u turističkim brošurama prisutna je valorizacija rustikalne prošlosti. U njima se prikazuje jedan idealizovani, "idealni model" salaša, tako da se može reći da se danas pod pojmom salaš zapravo podrazumeva idilična slika jednog prošlog vremena (v. Nedeljković Angelovska 2006). Prema Šljukić i Šljukić, takvi tekstovi su obično nostalglična osvrtnja na prošlost u kojima se salaši i salašarski način života idealizuju, a ne govori se o mukotrpnom radu i teškom životu salašara, borbi sa prirodom od koje se zavisilo, veoma izraženim društvenim razlikama i podelama, teškom i nipodaštavanom položaju salašarskih slugu, izrazitom autoritetu glave porodice i tegobnoj izolovanosti salašara (Šljukić i Šljukić 2007, 108). Ovi problemi i teškoće se ublažavaju ne bi li se sačuvala idilična, romantična slika ovih simbola vojvođanske ravnice koji polako nestaju ili se preobražavaju u nešto drugo (Isto).

Takve uvrežene romantične predstave o životu na salašu karakterišu i očekivanja budućih turista. Na primer, pojedina turizmološka istraživanja preferencija potencijalnih turista pokazuju da su prve asocijacije na reč salaš kod ispitanika bili pojmovi: mir, tišina, isključenje iz urbane sredine, zdrav život u prirodi, plodnost, konji, priroda itd (Čurčić *et al.* 2010, 229). Do sličnih rezultata došla je i Nedeljković-Angelovska koja je istraživala predstave o salašima među gradskom populacijom, tačnije, ispitanicima koji žive u Novom Sadu. Ispitanici su naveli da pod pojmom salaš podrazumevaju "blagorodnost sopstvenog rada u izobilju zdrave i ukusne domaće hrane, prirodno okruženje, solidarnost u zajedničkim poslovima, pomaganje između komšija i prijatelja, mobe, gostoprinstvo, fijakeri, konji, beli bagremovi, pečenje rakije, svinjokolj, zvuci taburica..." (Nedeljković Angelovska 2006, 302).

U dosadašnjoj turizmološkoj literaturi o vojvođanskim salašima (npr. Pajović i Pavlica 2002; Ivkov 2006; Dragičević 2007; Čurčić *et al.* 2010) ne problematizuju se pitanja autentičnosti, konstrukcije kulturnog nasleđa, tradicije i identiteta, već se, kao i u medijima i turističkim brošurama, o salašima govori u okvirima njihove neupitne verodostojnosti kao čuvara narodne tradicije i običaja, uz predloge i savete kako da se na tržištu poboljša postojeća ponuda salašarskog turizma – npr. pretvaranje salaša u muzej ili salašarskog naselja u etno-park, ili organizacija kurseva starih zanata i folklornih večeri na salašu.

## Gastronomija i tradicija – kulinarsko nasleđe Vojvodine u salašarskom turizmu

Hrana i ishrana predstavljaju važne markere kulturnog identiteta jednog regiona. Hrana u turizmu postaje kulturni artefakt koji povezuje mesto i identitet, materijalno i simbolično – isprepletana je sa socijalnim, kulturnim i prirodnim karakteristikama određenog podneblja. Zbog toga lokalne gastronomske tradicije zauzimaju istaknuto mesto pri kreiranju turističkog proizvoda i

imidža destinacije. Značaj očuvanja i zaštite kulinarskog nasleđa za potrebe turizma slikovito opisuju video spot *SoulFood Srbija*<sup>1</sup> i istoimena turistička brošura iz 2012. godine<sup>2</sup>. Zvaničan opis ovog promotivnog filma glasi "Soul-food Srbija je spot Turističke organizacije Srbije koji kroz srpske autohtone prehrambene proizvode i pića predstavlja deo gastronomske ponude kao važan element turizma Srbije". Nadalje, u filmu, koji obiluje lepim fotografijama pejzaža različitih predela, saznajemo da ćemo Srbiju najlakše upoznati za trpezom, kao i da je prikazana hrana "hrana sa dušom Srbije", "hrana za našu dušu" i da se u Srbiji "hrana sprema sa dušom".

Koja je to hrana putem koje će turisti upoznati Srbiju i u čijoj se kalorijskoj vrednosti krije "duša" Srbije? To je hrana iz ruralnih predela, proizvedena tradicionalnim, neindustrijskim tehnikama, hrana čije umeće proizvodnje datira iz davnina. U filmu je prikazan proces proizvodnje zlatiborskog kajmaka, homoljskog meda, zlatarskog sira, sjeničkog sudžuka, leskovačkog ajvara i pirotskog kačkavalja. Zajednička karakteristika prikazanih namirnica/proizvoda jeste da svi oni imaju oznake geografskog porekla, odnosno jasno omeđen lokalni identitet. Ta oznaka ukazuje na "specifičnost proizvoda kao posledice jedinstvene kombinacije lokalnih prirodnih resursa (klime, zemljišta, različitih životinjskih vrsta ili biljnih sorti) i tradicije, znanja i veština koje se prenose s kolena na koleno"<sup>3</sup> i povezuje se sa programom Evropske unije o zaštiti geografskog porekla hrane. Ovaj svojevrsni *gastronacionalizam*, kako ga naziva Mikaela DeSusij, označava upotrebu proizvodnje, distribucije i potrošnje hrane da se ograniči i održi emotivna moć nacionalnog pripadanja, kao i upotreba nacionalističkih osećanja da se proizvede i proda hrana (DeSoucey 2010, 433).

U slučaju salašarskog turizma kulinarsko nasleđe jednog podneblja se predstavlja kao svojevrsna turistička atrakcija. Na salašarskom stolu turistima se nudi "tradicionalna hrana", oblik ishrane koja treba da predstavlja odraz kulinarske baštine područja i koja se zasniva na namirnicama koje je seljak salašar sam proizveo. U slučaju salašarskog turizma, tradicionalna ishrana je shvaćena kao način pripreme jela i ishrane u seoskim domaćinstvima u prošlosti. Vojvođanska kuhinja je raznovrsna i bogata, sa puno mesa, povrća, začina i voća. U vojvođanskom kulinarstvu prisutna je mešavina različitih kuhinja naroda koji vekovima žive na ovom prostoru, budući da je prostor Vojvodine oduvek bio multietnički, ona je mešavina raznih uticaja, najviše mađarske i nemačke kuhinje (Ivkov *et al.* 2003, 99). Ti uticaji se ogledaju pre svega u kombinaciji slano-slatko (kuvano meso i sladak sos, pečenje i salata od višanja), u svim vrstama kiselog testa, kao i u nazivima mnogih jela sačuvanih do

<sup>1</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=Me-1Dn4C4Vo>

<sup>2</sup> [http://www.srbija.travel/download/brosure/soulfood\\_srpski\\_2izdanje.pdf](http://www.srbija.travel/download/brosure/soulfood_srpski_2izdanje.pdf)

<sup>3</sup> Publikacija Katalog proizvoda sa oznakama geografskog porekla RS dostupna je na veb stranici Zavoda za intelektualnu svojinu RS <http://www.zis.gov.rs>.

danas (Ivkov 2006, 109). Vojvođanska kuhinja prilično se razlikuje od kuhinja ostalih delova Srbije zahvaljujući srednjoevropskom uticaju, pre svega nemačkom i austrijskom, mađarskom i slovačkom. Veliki značaj se daje testu (flekice, rezanci, gomboce), a meso se kuva u sosu (perkelt i gulaš) ili jede kao pečenje (Gastronomska mapa Srbije 2010). Nasuprot gastronacionalističkim tendencijama u turističkom brendiranju, vojvođanska kuhinja je, zbog toga što predstavlja hibrid različitih kultura i uticaja, pravi primer gastromulti-kulturalizma, odnosno *gastrointerkulturalizma*.

Kada se u sklopu turističke ponude reklamira vojvođanska kuhinja, tj. salašarska trpeza, akcenat je na kvalitetu i količini hrane ("al' se nekad dobro jelo") a ne na nekom prehrambenom proizvodu koji treba da predstavlja konačni ukus i identitet mesta. Posetioci salaša su u mogućnosti da učestvuju u spremanju jela prema tradicionalnim tehnikama, da probaju tajne porodične recepte salašarskih baka, insistira se na sporom obedovanju uz poštovanje "tradicionalnog sleda jela", jela se spravljaju samo od onih namirnica koje se uzgajaju na salašu. Zbog toga gastronomsku politiku restorana-salaša možemo dovesti u vezu sa globalnim aktivističkim "pokretom spore hrane" (slow food movement) koji se, između ostalog, zasniva na prehrambenim namirnicama koje se lokalno proizvode/gaje i na tradicionalnim tehnikama pripreme hrane. Pokret spore hrane osnovan je u Italiji 1986. godine kao reakcija na otvaranje MeksDonalds restorana u Rimu<sup>4</sup>. Danas ovaj međunarodni pokret ima preko 150 000 članova u preko 150 država, uključujući nacionalne asocijacije u Italiji, SAD, Nemačkoj i Japanu.<sup>5</sup> Osnovna ideja pokreta jeste da hrana koju jedemo treba da bude "dobra, čista i ukusna". Pokret zagovara sporo uživanje u hrani, kritikuje standardizaciju obroka i lance brze hrane, bori se za očuvanje i zaštitu lokalnih kuhinja i tradicionalnih sistema proizvodnje hrane, a koncept regionalnog kuvanja čini jezgro retorike pokreta.

## Komparacija dva tipa salašarskog turizma – iskustva sa terena

*Dida Hornjakov salaš*

*"Pivo ne služim jer ja to ne pravim, služim samo ono što sama pravim – rakiju, vino, liker i sok"*

*Dida Hornjakov salaš* izgrađen je 1901. godine, a od 1925. godine je u vlasništvu porodice Hornjak. Nalazi se na oko 3km od Sombora, u salašarskom

<sup>4</sup> <http://www.slowfood.com/>

<sup>5</sup> Promotivne aktivnosti pokreta usmerene su ka organizaciji sajмова, edukativnih radionica, večera, izdavanju časopisa.

naselju Gradina. Arhitektonsku celinu salaša čine glavni salaš, štala, letnja kuhinja (pokućar), čardak, silos, kokošinjac, svinjac i šupa. Unuka vlasnika salaša je 2009. godine započela sa restauracijom i adaptacijom porodičnog salaša za potrebe turizma, a od 2005. godine je "počela da pravi projekat". Osnovna delatnost salaša je poljoprivreda, dok je bavljenje turizmom dodatni prihod. Ovaj salaš je danas sedište "Društva ljubitelja salaša" koje je registrovano kao udruženje građana. Ciljevi društva su popularizacija salaša, očuvanje tradicionalne arhitekture, kulturnog nasleđa ovog podneblja, načina života Bunjevaca i drugih salašara, narodnih običaja i tradicionalnog načina ishrane i pripremanja jela<sup>6</sup>. Prva sekcija koja je osnovana pri društvu je sekcija starih i umetničkih zanata. Stara štala je pretvorena u izložbeno-prodajni atelje starih i umetničkih zanata i prostor koji je predviđen za dečje radionice.

Unuka vlasnika salaša je sa namerom uredila enterijer salaša tako da podseća na svojevrsnu etnološku postavku. Sobe u kojima su njeni preci živeli su danas, prema njenim rečima, mini etno-muzeji koje je sama uredila bez stručne konsultacije. Turisti prilikom obilaska salaša mogu da pogledaju "čistu sobu" i bunjevačku svečanu nošnju od lion svile, kao i "čistu kujnu" sa predmetima i nameštajem s početka 20. veka. Tokom više od sto godina postojanja logično je da salaš nije mogao da ostane zaleđen u vremenu i prostoru, sam salaš se menjao i razvijao, poljoprivredna oprema je modernizovana, stari nameštaj je zamenjen novim, prostorije su prilagođavane drugačijim uslovima i potrebama. Ipak, da bi "Dida Hornjakov salaš" danas postao "autentični svedok prošlog vremena" i prilagodio se zahtevima ruralnog eko turizma, unuka vlasnika salaša želi da u potpunosti vrati pređašnji izgled salašu – "treba da se skine betonska ograda i stavi drvena jer nije bilo betonskih ograda na salašu ranije, treba da tu bude i jedna lepa bara jer je oko salaša bilo bare, imam tu jednu jamu iza pa ću tu da napravim baru, kad smo kupili traktor stare mašine smo odneli na otpad, ovo drveno što je bilo to se ložilo, i sad ja sve to staro samo vučem i dovlačim, stiže prikolica starog nameštaja koji ću da restauriram".

Praksa turističkih poseta Dida Hornjakovom salašu jeste da se budući gosti prethodno najave. Unuka vlasnika salaša u pripremi "svečanog bačkog ručka" provodi, kako sama kaže, "5-6 sati" i insistira da vreme ručavanja traje najmanje dva sata. Hranu sprema samo od onih namirnica koje sama gaji i proizvodi na salašu, naglašava da nema zamrzivač i da se sve namirnice koriste sveže (npr. jutro pre nego što zakazani gosti dođu sama zakolje kokošku), kao i da se gostima ne služi ništa što je kupovno, što nije poteklo sa salaša – "pivo ne služim jer ja to ne pravim, služim samo ono što sama pravim – rakiju, vino, liker i sok". Hranu sprema na starom zidanom šporetu i sve se kuva lagano i dugo – "nije isti ukus ako ja vama sos napravim na plinskom šporetu, on ne može ta ima isti ukus, on nema dušu ako nije napravljen sat-dva ranije i stavljen

<sup>6</sup> [http://www.visitsombor.org/rs/ponuda/salasi\\_etno\\_kuce/](http://www.visitsombor.org/rs/ponuda/salasi_etno_kuce/)



na kraj tog šporeta koji se loži". Unuka vlasnika salaša svečani bački ručak sprema na isti način kako su to radile i njena majka i baba: "Mi u Somboru još uvek kuvamo onako kako su i naše babe kuvale, nismo se otuđili". Pri turističkoj poseti salašu u ponudi je samo jedan meni – tzv. "svečani bački ručak" koji se sastoji od supe (žuta supa od morke sa flekicama i knedlama od džigerice), predjela (meso iz supe, rinflajš i tri vrste sosa – sos od mirođije, višanja i paradajza), glavnog jela (pohovano pileće belo meso, ajmokac, faširano svinjsko meso i restovani krompir), dezerta (išleri i retaš) i pića po izboru (rakija ili liker od drenjina, domaći sok ili domaće vino). Tokom trajanja ručka ona nas je upoznala s istorijom salaša i svakodnevnog života salašara, s istorijom njene porodice i kulinarskim receptima koje je nasledila po ženskoj liniji – "Ja kad otvorim vrata salaša za druge ljude ja hoću da im ispričam neku priču, a ne da ceo doživljaj salaša bude to što su gosti došli, popili pivo i izašli napolje. Ovaj salaš nije za to namenjen, ovo je poljoprivredno gazdinstvo od 1901. i ovo je nešto što ja hoću ljudima da pokažem." Hrana u tom pričanju priče o prošlosti njene porodice i životu na salašima ima važnu ulogu – "kakav sam ja to domaćin ako ja goste neću počastiti, nahraniti i napojiti, ako im ne pokažem našu tradicionalnu hranu?"

Šta mi u stvari jedemo prilikom obroka na salašu? Koja značenja i simbole išma ta hrana, ako smo "ono što jedemo"? Jedemo hranu koja je zdrava zato što je industrijski neobrađena i potiče direktno "iz prirode", koja je ukusna jer je višesatna priprema zahtevala veliki napor i trud, jedemo servirani kontinuitet sa prošlošću jer je ta hrana odraz porodičnog i kulturnog nasleđa, jedemo posebno, neuobičajeno jer je deo nesvakidašnje, svečane ishrane, jedemo "ukazanu čast" jer je posluživanje tradicionalne hrane odraz gostoprimstva i pokazatelj koliko je neko dobar domaćin, jedemo zamišljeno "zajedništvo" koje se izgubilo u brzim, "s nogu" obrocima u gradu. Jedemo nostalgiju za "dobrim starim danima" koji kao takvi verovatno nikada nisu ni postojali. Jedemo hranu koja "ima dušu" što samim tim implicira da ćemo se i mi u procesu obedovanja produhoviti. Jedino hrana koja je tradicionalno pripremljena ima "dušu", koja se isključivo vezuje za selo i za plodnu zemlju, nasuprot bezukusnoj gradskoj ishrani spremljenoj na plinu. A ako seoska hrana "jedino ima dušu" to znači da je ona "živa", iz čega dalje sledi da je gradska hrana koja nema dušu "mrtva hrana". Gastroideologija unuke vlasnika salaša, stoga, u potpunosti odgovara osnovnim principima na kojima se temelji pokret *spore hrane* – "osnovni mitovi na kojima se zasniva ideologija pokreta su mit o prirodi i tradiciji, kritika progressa i nauke, veličanje tradicionalne uloge žena i bliska veza sa zemljom (Simonetti 2012, 184).

Naša sagovornica smatra da salašarski turizam treba da doprinese regeneraciji lokalne ekonomije i samim tim i razvoju seoskih područja. Udruženje ljubitelja salaša "Dida Hornjakov salaš" insistira na angažovanju lokalne zajednice (nezaposlenih žena iz naselja) u proizvodnji i oblikovanju turističkih umetničkih

predmeta/suvenira. Ti predmeti se ručno izrađuju od prirodnih i veštačkih materijala koji se nalaze na salašarskom naselju Gradina jer, kako kaže naša sagovornica, "ništa se na salašu ne baca" (prave se razne figure od slame, slika se po crepu, rezbare se drveni predmeti, kuva se domaće slatko i džem).

Značaj salašarskog turizma unuka vlasnika salaša objašnjava sledećim rečima: "Salaš je mesto koje vas duhovno leči, duhovno vas ispravlja jer živimo u brzom vremenu iskrivljenih vrednosti, a kad živite u skladu sa prirodom onda ste mnogo i spretniji. Ja želim da na salašu ljudi svu svoju brigu i negativnu energiju puste u tu zemlju jer zemlja je ta koja upija, ja želim da ljudi saznaju da još uvek postoje mesta gde postoje prave vrednosti a to se ne može platiti".

Kazivanje naše sagovornice podvlači vrednosnu opoziciju između sela i grada, gde selo označava "prave" vrednosti, sve ono dobro, prirodno, odmorno i plodno nasuprot gradu, koji je sinonim za zagađenje, brz način života, umor i "iskrivljene" vrednosti. Selo i grad se predstavljaju kao nepomirljive suprotnosti. Na takvoj opoziciji se i temelji popularnost salašarskog turizma. Na sličan način opisani odnos prema zemlji i selu predstavljen je u brošuri Turističke organizacije Srbije koja je posvećena seoskom turizmu: "Miris zemlje: selo miriše na žetvu, kosidbu, oranje, branje grožđa, vinograde... Selo miriše na potok, kamen, proplanke, na zadovoljstvo posle obavljenog posla, na izlomljenu vruću pogaču, na ognjište. Selo miriše na zemlju koja se meri jutrima. Taj miris skoro svi nosimo kao zapis u genima. Taj miris nam je najpotrebniji. On se oseća jednim posebnim čulom – čulom duše" (Seoski turizam, 2011). Prema Strategiji razvoja turizma Republike Srbije, Srbija svetu treba da se predstavi kao zemlja "koja kroz turizam izražava svoj ponos i identitet" (2006, 8). Sudeći po citiranoj turističkoj brošuri, selo je izgleda najpogodniji prostor za izražavanje tog "ponosa i identiteta kroz turizam", ono je predstavljeno kao ključna vrednost, čuvar nacionalnog bića, ideal kome težimo da se vratimo, pa makar i u formi kratkih putovanja.

### *Salaš Jelen*

*"Nije to klasični svinjokolj da ih tepamo ovde, nego dođu mesari sa pripremljenim polutkama"*

Salaš *Jelen* je restoran tradicionalne domaće kuhinje koji nudi i usluge turističkog smeštaja<sup>7</sup>. Nalazi se u neposrednoj blizini jezera Palić, na oko 10 kilometara udaljenosti od Subotice. Prostire se na 8000 m<sup>2</sup> i sastoji se od osam zasebnih objekata: restoran, mali restoran "ognjište", sobe i apartmani (20 soba i 2 apartmana), pušnica, pečenjara i konferencijska sala. Izgrađen je pre nekoliko godina u "etno-stilu", tj. predstavlja, kako kaže menadžerka ovog ugosti-

<sup>7</sup> <http://www.jelensalas.com/>

teljskog objekta, "pravi etno-kompleks". Salaš Jelen nije poljoprivredno gazdinstvo niti je izgrađen prema uzoru na postojeće vojvođanske salaše. Osim činjenice da se ovaj turističko-ugostiteljski objekat nalazi izvan grada u prirodi, može se reći da ono što ga čini salašem jeste to da se kao salaš reklamira na turističkim sajtovim koji se bave ovakvim vidom turizma.

Drugim rečima, "salaš" u nazivu objekta služi samo kao reklama koja treba da privuče turiste koji su u potrazi za drugačijim oblikom odmora, za očekivanim "mirom, prirodom i tradicijom". Seoski i salašarski turizam predstavljaju se kao putovanja koja nude mogućnost "bega od gradske vreve", što potvrđuje i menadžerka ovog objekta: "Beogradanin koji živi u Nemanjinoj ulici na šestošezdesetom spratu gde mu dete dvorište nije videlo, njemu je jako interesantno da dođe ovde i da ga ne probudi trka-frka, automobili i gužva, da jednostavno vidi to što u Beogradu ne bi mogao da vidi." Naša sagovornica smatra da njihovo opredeljenje za tzv. etno-turizam ne isključuje opremljenost salaša modernim sadržajima: "mi ne možemo goste da čekamo sa laborom vode, poljskim wc-om, bez struje i grejanja. Ovo jeste miks nečega starog i novog, jer mi ne možemo primiti 50 ljudi a da se oni peru u laboru. Svaka soba i apartman sadrže mini bar, klimu, kablovsku televiziju, hidromasažnu tuš kabinu i đakuzi kadu." Prema njenom mišljenju, osnovni elementi etno-turizma na Jelen salašu jesu "sam izgled objekta i način pripremanja hrane". S tim u vezi, naša sagovornica posebno ističe postojanje specifičnog mini-restorana pod nazivom "Ognjište", pušnice i pečenjare: "Konoba ("ognjište"), pušnica i pečenjara su dodatno napravljene zato da bi se baš taj duh, ta tradicija održala, pa recimo mi zimi organizujemo svinjokolj i onda gostima poslužujemo i naše domaće proizvode poput kobasice, šunke i švargle. Takođe, turistima je omogućeno da gledaju kako se priprema hrana. Konoba, gde je ognjište, tamo se priprema jagnjetina i teletina pod sačem, i u tom restoranu ljudi normalno sede kao i ovde, ali mogu automatski da prisustvuju i pripremanju hrane, pred njima se sve peče, pravi i servira". Kao jedan od posebno zanimljivih turističkih događaja na salašu Jelen, menadžerka ovog objekta navodi godišnji svinjokolj koji se održava na salašu: "Svake godine organizujemo svinjokolj u našem dvorištu, to je dosta posećeno i interesantno, lokalno stanovništvo i stariji znaju za to, ali ove mlađe generacije ne znaju kako je sve to nekad izgledalo". Ipak, da bi svinjokolj postao prihvatljiva, ugađena i ugodna turistička atrakcija bile su neophodne određene izmene. Naime, kako smo kasnije saznali, gosti Jelen salaša su pošteđeni svih onih prljavih i neprijatnih epizoda svinjokolja, oni ne prisustvuju ubijanju niti dranju životinja i ono što se turistima u formi "tradicionalnog" svinjokolja prikazuje jeste jedan gotov proizvod. Drugim rečima, kako nam je to naknadno objasnila menadžerka salaša "nije to klasični svinjokolj da ih tepamo ovde, nego dođu mesari sa pripremljenim polutkama". Svinjokolj u formi turističke atrakcije je dakle sveden na fasadu, na zabavu i uživanje, na posmatranje završne pripreme prerađevina od mesa uz degustaciju kuvane rakije i svežih krofnj.

Salaš Jelen je opremljen novim drvenim nameštajem koji treba da izgleda kao stari, klime u restoranu su prekrivene drvenim daskama, u sobama za noćenje na Forma ideale ormanima postavljene su dunje jer su se nekad u prošlosti tako dunje čuvala. Prostorija opremljena modernim pećima, koja nosi naziv "ognjište" i gde se prema trendu "show cookinga" pravi teletina ispod sača, iako to sigurno nije bila namera vlasnika ovog turističko-ugostiteljskog objekta, predstavlja svojevrsnu ironiju i parodiju ako se uzme u obzir značaj ognjišta u narodnoj religiji i verovanju. Kako napominje Bandić, ognjište nije bilo samo mesto na kojem se pripremala hrana, ono je bilo središte života u seoskom domaćinstvu i predstavljalo je domaću, porodičnu svetinju. Ognjište je bilo ritualno središte kuće i imalo je istu ulogu kao oltar u hramu, za njega su bile vezane brojne zabrane, ono se nije smelo srušiti ili oskrnaviti, u ognjište su se ljudi zaklinjali (Bandić 2004, 85-86).

### Sličnosti i razlike između dva posećena salaša

Elementi koji, navodno, treba da predstavljaju seosku materijalnu kulturu su na salašu Jelen poslagani bez nekog reda i smisla na policama i okačeni na zidove restorana, soba i apartmana. Uređenost Jelen salaša i ishrana u restoranu pre bi (u etnološkom smislu) odgovarali nekom šumadijskom selu nego kulturnim specifičnostima Vojvodine. Na salašu Jelen "tradicionalno" je puka dekoracija dok je tradicija tek tržišna kategorija, nespreno oblikovana popularna predstava koja u doba "etnomanije" treba da što bolje proda konačni proizvod. Turizam na Dida Hornjakovom salašu rezultat je lične, individualne inicijative da se sačuva prošlost jedne porodice. Oživljavanje tradicije u ovom slučaju je pre u domenu očuvanja konkretne "porodične tradicije" nego tradicije određene etničke grupe iz nedefinisanog vremena i prostora, kao što je to slučaj sa uređenjem enterijera Jelen salaša.

Prošlost oživljena za turističke potrebe je prošlost koja je "ugodna", lepa, svečana, te je samim tim na delu selektivni odabir toga šta će se naći na trpezi – to je praznični i svečani jelovnik a ne svakodnevna ishrana. I jedan i drugi primer salašarskog turizma govore o instrumentalizaciji tradicije u ekonomske/turističke svrhe. U prvom slučaju, pojedinci a ne za to "zadužene" institucije su baštinici prošlosti, tumači svoje tradicije, a želja da se "sačuva" nekadašnji način života rezultat je individualne, emotivno obojene inicijative, s naglaskom na prosperitet lokalne zajednice. U drugom slučaju, polazište individualne inicijative navodnog očuvanja tradicije je ekonomska dobit, odnosno prosperitet vlasnika turističko-ugostiteljskog objekta. Na rekonstruisanom Dida Hornjakovom salašu gastronomsku ponudu čini jedan meni, dok je u novoizgrađenom Salašu Jelen turistima na raspolaganju meni po izboru. Sledeća razlika između ova dva tipa salašarskog turizma tiče se otvorenosti/zatvoreno-

sti salaša za potencijalne turiste – Dida Hornjakov salaš je privatni prostor i turisti moraju da najave posetu dok je Jelen salaš javni prostor, turističko-ugostiteljski objekat otvorenog tipa u koji turisti dolaze bez prethodne najave. Kako primećuje Ljiljana Gavrilović, ovaj koncept "otvoreno : zatvoreno" u domaćim etno-kućama i etno-ugostiteljskim objektima ukazuje na dve različite konstrukcije identiteta. Zatvorene privatne etno-kuće osim ličnog identiteta vlasnika nastoje da ojačaju i lokalni identitet, dok su otvoreni/javni sistemi poput etno-restorana usmereni prema spolja u nameri da istovremeno privuku i domaću publiku koja se sa predstavljenom tradicijom identifikuje i inostranu publiku kojoj to može biti interesantno (Gavrilović 2008, 143).

### Sličnosti i razlike između dva tipa salašarskog turizma

<b>Dida Hornjakov salaš</b>	<b>Jelen salaš</b>
• Upotreba tradicije u ekonomske/turističke svrhe	• Upotreba tradicije u ekonomske/turističke svrhe
• Privatni prostor – salaš zatvorenog tipa, neophodna najava gostiju	• Javni prostor – restoran otvorenog tipa, bez najave gostiju
• Rekonstruisan salaš	• Novoizgrađeni objekat
• Jedan meni – svečani bački ručak	• Meni po izboru
• Slow food	• Show cooking
• Tradicija kao porodična tradicija	• Tradicija kao dekor u službi tržišta
• Individualna (emotivna) inicijativa i prosperitet lokalne zajednice	• Individualna (ekonomska) inicijativa i prosperitet pojedinca (vlasnika)
• Regionalne specifičnosti	• Nedostatak regionalnih specifičnosti
• Određeno vreme	• Neodređeno vreme

### Završna reč

Primer salašarskog turizma u Vojvodini predstavlja tipičan oblik folklorizma koji je sastavni deo kulturne industrije i spada u širi horizont turizma. U folklorizmu koncepti poput "tradicije" i "kulturne baštine" bivaju inkorporirani u turističku ponudu koja odiše sentimentalnim i mitologizovanim odnosom prema zavičaju. Zbog pitoreskne strane folklorizma, kome se pripisuje kreiranje i jačanje kulturnog identiteta lokalne zajednice u naporu da se "održe stari običaji", lako se zaboravlja njegova sasvim opipljiva ekonomska pozadina, ali i ideološka funkcija, uglavnom nacionalno-konzervativne provenijencije. Ponekad ni sami "negovatelji" običaja, u ovom slučaju salašarskog kulinarstva, nisu svesni toga da su možda i sami postali žrtve iluzije kako se svojom voljom vraćaju "starim običajima", iako iza svega toga stoji komercijalizacija tradicije – šta god ona bila. Očigledno je da Turistička organizacija Srbije i

vlasnici salaša koji se bave turizmom ne dovode u pitanje sopstvena tumačenja tradicije i tradicionalnog, shvatajući ih skoro kao neku okamenjenu "suštinu" kulturnog nasleđa.

Ali folklor i tradicija nisu okamenjene pojave, već žive i dinamične, promenljive u vremenu i prostoru, što pokazuje i sama činjenica da domaćini na salašima i sami, da parafraziramo misao Bauzingera, prihvataju da igraju dvostruke uloge: "među sobom i u privatnom životu usvojiće tekovine privrednog i kulturnog napretka, dok će pred strancima glumiti žive relikte jednog prošlog vremena" (Bauzinger 2002, 179). Tu dvostruku ulogu više nije moguće prikriti. U tom smislu je menadžerka salaša Jelen bila sasvim iskrena kada je rekla da se gostima ne može, ipak, ponuditi da se kupaju u lavoru! Koliko god se vlasnica Dida Hornjakovog salaša trudila da "pretura po tavanu" i po buvljacima u potrazi za starim komadima nameštaja i pokućstva, sličnih onome koji je davno bio pobacan iz njene kuće, a koje sada dovlači sa raznih strana da bi kreirala imidž "starine" i "autentičnosti", sve je to, Bauzingerovim rečima, u svrhu "demonstracione funkcije: ono što je nekada bilo manje ili više nereflektovano, pridobija karakter demonstrativnog, teatralnog" (Isti, 175), odnosno seoski način života kao uobičajena svakodnevnica postaje na nekakav teatralan način poželjan, komercijalan i atraktivan element ruralnog turizma.

Pitanje razlike između "istinskog", "pravog" običaja i tradicije – kao u slučaju nastojanja vlasnice Dida Hornjakovog salaša da ga, s "amaterskim znanjem o tradiciji" (Ковачевић 2007, 124), učini što autentičnijim (praveći mu naknadno i nekakvu baru "jer su one nekada postojale oko salaša!"), i onog "nepravog", "neistinskog", "lažnog" – kao u primeru salaša Jelen koji otvoreno, bez prikrivanja brikolira, "upotrebljava elemente dekonstruisane celine u sklapanju novih potrebnih i upotrebnih sklopova" (Isti, 125), pokazuje se kao posve irelevantno. U folklorizmu funkcije "istinskog" i "neistinskog" se relativizuju, približavaju čak i za pojmove domaćeg stanovništva, a razliku između pravog i nepravog još manje uočava gost-turista koji najčešće nema ni volje ni mogućnosti da se time bavi kao što bi to voleli "negovatelji tradicije". U tom smislu se može reći da je svejedno o kakvom je salašu reč dokle god im je namena da ispunjavaju funkciju folklorizma, da demonstriraju tradiciju "iz druge ruke" o tome "kako se nekad živelo i jelo", a u službi turističke ponude i zarade za domaćina, lokalnu zajednicu ili vlasničko-menadžersku elitu. Kako Herman Bauzinger ističe "i za 'pravo' i za 'nepravo' važi isti referentni sistem – referentni sistem turizma kao ekonomske pojave" (Bauzinger 2002, 191), uz reklamu i popularizaciju određenog imidža u čemu se folklor koristi kao jedno od najvažnijih sredstava.

## Literatura

- Bandić, Dušan. 2004. *Narodna religija Srba u 100 pojmova*. Beograd: Nolit.
- Bauzinger, Herman. 2002. *Etnologija*. Beograd: XX vek.
- Čomić, Ljiljana. 2002. Ruralni turizam u Srbiji - mogućnosti i perspektive. *Turizam: Časopis Departmana za geografiju, turizam i hotelijerstvo* 6:119-120.
- Čurčić, Nevena, Nataša Pavlović i Aleksandra Stanojlović. 2010. Aktiviranje bečej-skih salaša na turističkom tržištu. *Glasnik srpskog geografskog društva* 2 (2): 225-235.
- DeSoucey, Michaela. 2010. Gastronationalism: Food Traditions and Authenticity Politics in the European Union. *American Sociological Review* 75 (3): 432-455.
- Dragičević, Vanja. 2007. Turizam kao faktor revitalizacije salaša – primer Cvetnog i Majkinog salaša na Paliću. *Zbornik radova Geografskog instituta "Jovan Cvijić" SANU* 57: 223-231.
- Đukić Dojčinović, Vesna. 2005. *Kulturni turizam*. Beograd: Clio.
- Gavrilović, Lijana. 2008. Etno-kuće u potrazi za identitetom. *Muzeji* 1:135-146.
- Ivkov, Anđelija, Aleksandra Maletin i Vojislav Dragin. 2003. Gastronomija kao pokretač razvoja manifestacionog turizma Vojvodine. *Turizam: Časopis Departmana za geografiju, turizam i hotelijerstvo* 7: 99-101.
- Ivkov, Anđelija. 2006. *Folklorno nasleđe u turizmu Vojvodine*. Beograd: Zadužbina Andrejević.
- Ковачевић, Иван. 2007. *Антропологија транзиције..* Београд: Српски генеалогски центар – Одељење за етнологију и антропологију Филозофског факултета, Етнолошка библиотека 28.
- Nedeljković Angelovska, Vesna. 2006. Salaši kao simbol idilične vojvođanske prošlosti. *Glasnik Etnografskog muzeja u Beogradu* 70: 291-309.
- Pajović, Tatjana i Kristina Pavlica. 2002. Mužljanski salaši i mogućnost njihovog uključivanja u seoski turizam Vojvodine. *Turizam: Časopis Departmana za geografiju, turizam i hotelijerstvo* 6:160-161.
- Simonetti, Luca. 2012. The ideology of Slow Food. *Journal of European Studies* 42 (2): 168-189.
- Šljukić, Marica i Srđan Šljukić. 2007. Vojvođanski salaši – tradicija i transformacija. *Godišnjak Filozofskog fakulteta*, Novi Sad, 32:107-118.
- Todorović, Marina i Željko Bjeljac. 2007. Osnove razvoja ruralnog turizma u Srbiji. *Glasnik Srpskog geografskog društva* 87(1):135-148.

## Izvori

- Strategija turističkog razvoja Republike Srbije Službeni glasnik RS, 91/2006.
- Turistički vodič – Salaši, etno-kuće i vetrenjače. 2007. Beograd: Admiral books.
- Seoski turizam Turistička organizacija Srbije, 2011. [http://www.srbija.travel/download/brosure/seoskiturizamsrbije\\_srpski\\_5izdanje.pdf](http://www.srbija.travel/download/brosure/seoskiturizamsrbije_srpski_5izdanje.pdf)
- Soulfood Srbija, Turistička organizacija Srbije, 2012. [http://www.srbija.travel/download/brosure/soulfood\\_srpski\\_2izdanje.pdf](http://www.srbija.travel/download/brosure/soulfood_srpski_2izdanje.pdf)
- Gastronomska mapa Srbije, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 2010. <http://www.zaprokul.org.rs/Media/Document/5c1b5fbc7e9544f7a8771aa949a8101f.pdf>

Katalog proizvoda sa oznakama geografskog porekla RS, Zavod za intelektualnu svojinu RS. [http://www.zis.gov.rs/upload/documents/pdf\\_sr/pdf\\_ogp/Poreklo%20i%20tradicija\\_reduced.pdf](http://www.zis.gov.rs/upload/documents/pdf_sr/pdf_ogp/Poreklo%20i%20tradicija_reduced.pdf)

Promotivni film Soulfood Srbija <http://www.youtube.com/watch?v=Me-1Dn4C4Vo>

[http://www.visitsombor.org/rs/ponuda/salasi\\_etno\\_kuce](http://www.visitsombor.org/rs/ponuda/salasi_etno_kuce)

<http://www.jelensalas.com>

<http://www.slowfood.com>

<http://www.blic.rs/Vesti/Vojvodina/187989/Kuce-stocara-turisticki-brend>

<http://www.blic.rs/Vesti/Reportaza/193665/Majkin-salas-pobednik>

<http://www.blic.rs/Vesti/Vojvodina/187991/Hedonisticka-oaza-na-Fruskoj-gori>

<http://www.blic.rs/Vesti/Vojvodina/188295/Opustanje-uz-tamburice>

<http://www.blic.rs/Vesti/Vojvodina/188436/Atrakcija-medju-manastirima>

<http://www.blic.rs/Vesti/Vojvodina/188644/Kao-u-paorskim-svatovima>

<http://www.blic.rs/Vesti/Vojvodina/188820/Posetioce-voze-fijakerom-ali-i-avionom>

<http://www.blic.rs/Vesti/Vojvodina/188983/Carobni-mir-pored-jezera>

<http://www.blic.rs/Vesti/Vojvodina/189118/Fijaker-i-sanke-samo-za-zaljubljene>

<http://www.blic.rs/Vesti/Vojvodina/190218/Amerikancima-curka-ispod-saca>

<http://www.blic.rs/Vesti/Vojvodina/190231/Fijakerom-na-vencanje-iz-bajke>

<http://www.blic.rs/Vesti/Vojvodina/190334/Ladovina-pod-starim-cardakom>





**Slika 1. Dida Hornjakov salaš**



**Slika 2. Dida Hornjakov salaš, "čista soba" i bunjevačka narodna nošnja**



Slika 3. Jelen salaš, restoran "Ognjište"



Slika 4. Jelen salaš, klima obložena drvetom

Ana Banić Grubišić

Institute of Ethnology and Anthropology  
Faculty of Philosophy University of Belgrade

Dragana Antonijević

Department of Ethnology and Anthropology  
Faculty of Philosophy University of Belgrade

### The Relationship between Tradition, Tourism and Gastronomy: Cuisine and Culinary Heritage in "Salaš" (Farm) Tourism

The paper considers the relationship between tradition and tourism as exemplified by the cuisine on offer in so called "salaš tourism". Over the course of the last decade, farms in Vojvodina have become popular tourist destination and an attraction as a form of rural and cultural tourism. Farms which have been revitalized to meet the needs of tourism are represented as "places of returning to tradition" in brochures and the media, thus creating a romanticized and idealized image of the past of Vojvodina peasants. The paper examines the ways in which elements of traditional culture are incorporated into the tourist offer. The gastronomic policies of salaš- restaurants is associated with the global "slow food" movement which is based on locally grown and produced food and traditional preparation techniques. The paper is the result of fieldwork conducted in salaš-farms in Bačka and Banat, which have been revitalized as catering businesses and tourist attractions, as well as on the analysis of media representations of salaš tourism.

*Key words:* salaš-farms, tourism, tradition, ethno cuisine, slow food, gastronomy, cultural identity, Vojvodina

Rapport entre tradition, tourisme et gastronomie :  
offre gastronomique et patrimoine culinaire dans  
le tourisme fermier (de "salaš")

Dans cette communication est étudié le rapport entre la tradition et le tourisme sur l'exemple de l'offre gastronomique dans le cadre de ce qu'on appelle «tourisme fermier». Au cours de la dernière décennie, les fermes en Voïvodine sont devenues une destination touristique particulièrement attrayante en tant que type de tourisme rural et culturel. Les fermes (*salaš*), qui ont été revitalisées pour les besoins du tourisme, sont présentées dans les médias et dans les brochures touristiques comme des "lieux du retour à la tradition", comme

des «gardiens authentiques du patrimoine culinaire de la Voïvodine», comme des lieux enfin qui offrent un savoir sur le mode de vie fermier d'autrefois etc., créant ainsi une représentation romancée et idéalisée du passé des paysans de Voïvodine. On examine ici de quelle manière les éléments de la culture traditionnelle ont été incorporés dans l'offre touristique: il s'avère que les traditions locales occupent une place importante lors de la création du produit touristique. La politique gastronomique des restaurants-fermes est mise en relation avec le "mouvement de restauration lente" (*slow food movement*) global activiste, basé entre autre sur des denrées alimentaires produites/cultivées localement et sur des techniques traditionnelles de la préparation des aliments. Cette étude est le résultat des recherches de terrain faites dans des fermes dans les régions de la Backa et du Banat (celles qui pour les besoins du tourisme et de l'hôtellerie ont été revitalisées ainsi que des établissements de restauration nouvellement construits portant le nom de "*salaš*"), puis des analyses des présentations médiatiques (presse, internet, brochures touristiques) du tourisme fermier.

*Mots clés:* fermes (salaš), tourisme, tradition, cuisine ethno, slow food, gastronomie, identité culturelle, Voïvodine

Primljeno / Received: 11.12.2013.

Prihvaćeno / Accepted for publication: 22.12.2013.