



OŠ dr. Janeza Mencingerja Bohinjska Bistrica
Savska cesta 10
4264 Bohinjska Bistrica

H OZENTREGAR

Turistična naloga
39. državni festival Turizmu pomaga lastna glava
Tema: T & T: Tradicija v trendu

Avtorji naloge:

6. razred: Tjaša Remic, Mija Čufer, Helena Rozman

7. razred: Niki Jensterle, Nika Tancar, Neža Ravnik, Ana Gašperin, Brina Sodja, Tinkara Pertnač, Tine Koren, Nace Rožič

8. razred: Žana Golja

9. razred: Gaja Arh, Nika Korošec, Hana Debelak, Matija Polanc, Daša Gumzej, Alja Čuden, Tinkara Mikelj

MENTORJI: Robert Jensterle, Anže Krek, Nina Kožar Mencinger, Eva Vavroš

Bohinjska Bistrica, 2024/2025

ŠOLA: OŠ dr. Janeza Mencingerja Bohinjska Bistrica, Savska cesta 10, Bohinjska Bistrica

NASLOV TURISTIČNE NALOGE: Hozentregar

AVTORJI:

6. razred: Tjaša Remic, Mija Čufer, Helena Rozman

7. razred: Niki Jensterle, Nika Tancar, Neža Ravnik, Ana Gašperin, Brina Sodja, Tinkara Pertnač, Tine Koren, Nace Rožič

8. razred: Žana Golja

9. razred: Gaja Arh, Nika Korošec, Hana Debelak, Matija Polanc, Daša Gumzej, Alja Čuden, Tinkara Mikelj

MENTORJI:

Robert Jensterle, nar. mat. teh.

Anže Krek, prof. fizike in tehnike

Nina Kožar Mencinger, prof. biologije in kemije

Eva Vavroš, mag. prof. razrednega pouka z angleščino

Povzetek

Trenutno zanimanje za proizvode in storitve ter njihova prodaja temeljijo na promociji spletnih vplivnežev. Želeli smo, da slovenska ljudska tradicija, navade, običaji, hrana, glasba, ples in podeželsko življenje postanejo popularni med vsemi generacijami, še posebej med mladimi, ki veliko svojega časa preživijo na družabnih omrežjih in sledijo različnim vplivnežem (influencerjem). Zato smo si zamislili vplivneža/influencerja Hozentregarja. Ta z objavami na svojih družabnih omrežjih promovira proizvode in storitve, ki temeljijo na slovenski tradiciji in podeželskem življenju. Imel bo svojo sirotko Juncko in oblačili *kavalir* ter *frajla*, ki sta prirejeni iz ljudske noše. To bo promoviral tudi v svoji pesmi in promocijskem videospotu. Juncka pa se lahko uporabi kot turistični spominek Bohinja.

Ključne besede: kultura, tradicija, običaji, navade, vplivnež, influencer, ljudsko oblačilo, ljudska glasba, tradicionalna hrana, ljudski ples

Zahvala

Zahvaljujemo se Majdi Šorli - Černe za izdelavo *frajle*, Nataši Colja Obiako za pomoč pri izdelavi slike na tabli za fotografiranje na tržnici in Matjažu Arihu za pomoč pri snemanju in montaži promocijskega videospota. Hvala tudi učiteljici Mariji Heleni Logar za lekturo naše naloge.

Kazalo vsebine

1 Uvod	1
2 Razvijanje ideje	2
3 Cilji turistične naloge	2
4 Tradicija	2
5 Kultura	3
6 Trend	3
7 Vplivnež	3
7.1 Naš vplivnež/influencer	4
8 Oblačilna kultura v prvi polovici 19. stoletja na Slovenskem	5
8.1 Moško oblačilo	5
8.2 Žensko oblačilo	6
8.3 Oblačilo Bohinjca	6
8.4 Oblačilo Bohinjke	7
9 Sodobna prenova nekdanjih načinov oblačenja	7
9.1 Nova ideja o prenovi folklornega oblačila	8
9.2 Prirejeno oblačilo Bohinjca	8
9.3 Prirejeno oblačilo Bohinjke	9
10 Sirotka	10
10.1 Uživanje sirotke	10
10.2 Sirotka Juncka - recept	11
10.3 Slogan in etiketa Juncke	11
11 Pesem in ljudski ples	12
12 Tržnica	13
12.1 Trženje sirotke in oblačila	14
13 Zaključek	14
14 Viri in literatura	15

Kazalo slik

Slika 1: Logo (foto: OŠ dr. J. M. Boh. Bistrica).....	5
Slika 2: Par v noši iz Bohinja v 1. polovici 19. stoletja (vir: Knific, 2011).....	7
Slika 3: Kavalir (foto: OŠ dr. J. M. Boh. Bistrica).....	9
Slika 4: Frajla (foto: OŠ dr. J. M. Boh. Bistrica).....	10
Slika 5: Etiketa navadne Juncke (foto: OŠ dr. J. M. Boh. Bistrica)	12
Slika 6: Etiketa Juncke s sadjem (foto: OŠ dr. J. M. Boh. Bistrica).....	12

1 Uvod

Kot ostali kraji v Sloveniji ima tudi Bohinj bogato prehransko, oblačilno, glasbeno in plesno izročilo, ki pa med mladimi vedno bolj zamira. Imamo bogato tradicionalno ponudbo na področju hrane, ljudskih običajev, plesov ter glasbe in tudi sodobna oblačila s pridihom ljudskih vzorcev. Na področju hrane se ponujajo klobase, zaseka, različne vrste sira, žganci, kislo mleko in štruklji v gostiščih Štrudelj, Mihovc, Rupa in Danica. Domači sir in mlečne izdelke je možno kupiti na bohinjski sobotni tržnici v Bohinjski Bistrici ali pri lokalnih kmetih in v posameznih sirarnah v Bohinju. Prireditve Kravji bal, Kmečka ohcet in Vasovanje prikazujejo stare običaje prigona živine iz planine, poroko in dvorjenje fantov dekletom, ki vključujejo ljudsko glasbo in ples. Turisti si lahko na poletnih ponedeljkovih večerih Pod lipo v Srednji vasi ogledajo nastop folklorne skupine in poslušajo slovensko ljudsko glasbo ter okusijo žgance, ocvirke, kislo mleko in mohant. TD Bohinj ponuja bohinjsko mal'co (klobasa, zaseka, sir, strok česna) in sodobno jopico, kapo, šal, trak ali buf z ljudskim vzorcem. A žal s strani mladih za vse to ni velikega zanimanja. Z letošnjo turistično nalogo smo želeli ustvariti nekaj, kar bodo mladi pozitivno sprejeli in bo postalo med njimi popularno. Ker imajo na kupce in mlade največji vpliv spletni vplivneži, smo si zamislili vplivneža (influencerja) Hozentregarja, ki bo na svojih družabnih omrežjih promoviral tradicionalno hrano, glasbo, ples in oblačila z modernim pridihom. Imel bo tudi svojo sirotko, ki je zelo popularna med športniki in fitneserji, ter linijo oblačil za moške in ženske, ki izvirajo iz bohinjskega ljudskega oblačila, a so bolj dostopna in nosljiva za mlade kot pa ljudska noša. Oblačili *kavalir* in *frajla*, sirotko Juncka, ljudski ples in glasbo bo promoviral v svoji pesmi, ki bo sodobna, a bo vključevala ljudski inštrument harmoniko. Mlade bo nagovarjal, da so slovenska tradicija, kultura, navade, običaji in podeželsko življenje »kul«. Spodbujal jih bo k uživanju okusne domače hrane, k poslušanju slovenske glasbe ter k udeležbi na tradicionalnih prireditvah, veselicah, kulturnih prireditvah. Za te posebne priložnosti jim bo predlagal, da oblečejo prirejeno ljudsko oblačilo, ki odseva elegantnost in našo oblačilno kulturo.

2 Razvijanje ideje

V družbi, še posebej med otroki in mladimi, ni veliko zanimanja za slovensko tradicijo, saj se dojemata kot nezanimiva in staromodna. Ker smo želeli, da postanejo slovenska domača in ljudska glasba, ples, oblačila, hrana in podeželsko življenje aktualni, smo si zamislili vplivneža, ki bi vse to promoviral, saj imajo trenutno vplivneži močan vpliv na družbo. S tem bi spodbujal zanimanje družbe, še posebej mladih, k večjemu poudarjanju vrednosti slovenske tradicije na področju glasbe, plesa, oblačil, hrane in podeželskega življenja. To pomeni, da bi moral imeti svoja oblačila, glasbo, ples, hrano, ki temeljijo na slovenski tradiciji, in se udeleževati tradicionalnih prireditev ter opravljati kmečka opravila. Poleg tega bi promoviral različne tradicionalne in kulturne slovenske proizvode in storitve različnih podjetij in obrtnikov. Vplivnež bi bil kot poslovna ideja, ki bi jo prodali.

3 Cilji turistične naloge

S turistično nalogo smo želeli:

- narediti okusno tradicionalno pijačo;
- prirediti bohinjsko ljudsko oblačilo, ki bi ga želele nositi tudi mlajše generacije;
- ustvariti pesem, ki bo poslušljiva tudi za mlajše generacije;
- pesmi dodati ljudski ples;
- ustvariti idejo o tržnem vplivnežu;
- raziskati tradicijo, kulturo in trend;
- raziskati ljudska oblačila na Gorenjskem in v Bohinju v 1. polovici 19. stoletja;
- raziskati, kako uživanje sirotke vpliva na človeški organizem;
- izboljšati okus sirotke z dodatki sadja;
- izdelati turistično tržnico;
- izdelati logo in slogan.

4 Tradicija

Beseda tradicija izhaja iz latinske besede *trodare*, kar pomeni dati naprej, oz. iz besede *traditio*, kar pomeni predati. Tradicija je prenos običajev, načina dela, obnašanja, prepričanja in verovanja na mlajše generacije (Wikipedija). Je izročilo, navada ali običaj. Je vse, kar je v življenju ustvarila neka skupnost in se je prenašalo iz roda v rod. Lahko se je tudi uveljavilo pri neki daljše trajajoči dejavnosti (Fran). Prenaša se ustno ali pisno z vzgojo ali igranjem. V večini se prenaša na načine dela in obnašanja, ki niso prirojeni. S tradicijo se oblikuje socialna skupina ali družbena kultura (Wikipedija). Pomeni ukoreninjenje in pomaga ljudem, da bolj postanejo del skupnosti. Neka stvar je tradicionalna, če se redno ponavlja ali pa izvira iz preteklosti, kar pomeni, da ima trdne temelje v preteklosti in se je skozi čas preizkusila. To nam nakazuje, da se tradicijo lahko tudi ustvari (Inštitut za Etiko, 2015).

V folkloristiki in etnologiji je tradicija eden od osrednjih konceptov, ki omogoča posamezniku ali skupini identifikacijo in pripadnost. Poteka sorazmerno s kulturno-inovativnim razvojem, saj se je ne da poistiti ne s preteklostjo ne z zgodovino (ZRC SAZU). Izhaja iz preteklosti. Brez nje ni kulture, ni ničesar, kar je človeštvo z ljudstvi in civilizacijami pridobilo skozi zgodovino. Ostalo je le tisto, kar se je prenašalo iz

generacije v generacijo. Ni le preteklost, je tudi bistveni del naše sedanjosti in prihodnosti. V njej se skriva veliko uporabnega za današnji čas, na primer nagovarjanje k pridelavi hrane na tradicionalen način (Inštitut za Etiko, 2015).

Kar začenjamo, ni tradicija, saj je tradicija nekaj, kar traja. Lahko pa ustvarimo tradicijo, tako da odkrivamo tisto, kar je vredno, da bi trajalo in s tem postalo tradicija. Iščejo se, na primer, dogodki, obredi, srečanja, za katera bi bilo vredno, da bi postali del tradicije s svojim rednim ponavljanjem in prispevanjem h graditvi skupnosti (Inštitut za Etiko, 2015).

5 Kultura

Beseda kultura izhaja iz latinske besede *cultura*, ki je izpeljanka iz besede *colere*, kar pomeni gojiti. To je oblika človeške dejavnosti in simbolične strukture, ki daje aktivnosti pomen. So vsi proizvodi posameznika, skupine ali družbe. Kultura zajema tehniko, znanost, umetnost, moralne sisteme, vedenja in navade skupnosti ali družbe. Družbe imajo različne kulture, osebna kultura posameznika pa se lahko razlikuje od osebne kulture drugega (Wikipedija). Je postopno ustvarjen človekov umeten simbolni svet, kar pomeni postopno prevladovanje naučenega vedenja nad nagonskim. Razume se lahko kot nakopičena tradicija, ki izhaja iz različnih človeških skupnosti naših prednikov. Prenaša se iz roda v rod in s tem se tudi spreminja. Zato se nekatere značilnosti izgubljajo, spreminjajo svojo vlogo in pomen ter se dodajajo nove značilnosti (Počkar, Andolšek, Popit, Barle Lakota, 2009).

Ko uporabljamo pojem kultura, velikokrat mislimo na različne oblike umetniškega ustvarjanja (glasbeno, literarno, likovno, človekovi estetski in idejni dosežki). V normativnem smislu se kultura razlikuje od nekulturnega (kultura pitja, govorna kultura, kultura oblačenja, (ne)kulturno vedenje). V sociološkem pomenu pa se kultura razume kot vse človekove materialne in duhovne stvaritve (vrednote, moralno presojanje, pravila, razlaga sveta in človeka, umetnost, običaji in navade, simboliziranje in raba jezikovnih znakov, materialni objekti) (Počkar, Andolšek, Popit, Barle Lakota, 2009).

6 Trend

Beseda trend izhaja iz grške besede, ki pomeni obrniti. Beseda je najprej postala popularna med statistiki in ekonomisti, šele kasneje je postala vsakdanja beseda, saj jo je začela uporabljati modna industrija. Besedo uporabljajo ekonomisti, statistiki, modni oblikovalci, ljudje, povezani z modo, sociologi in strokovnjaki različnih panog v večini na področju trženja in prodaje. V statistiki in ekonomiji trend opisuje smer nejasne ali manj očitne krivulje. Modni oblikovalci besedo trend uporabijo, ko se kažejo spremembe pri konkurenčnih ali vodilnih oblikovalcih ali pa ko pride do spremembe v modnem okusu množic. V sociologiji trend ni nekaj, kar se je zgodilo, ampak je predvidevanje o nečem, kar se bo zgodilo in se bo po tem ravnala množica ljudi (Perko, 2009).

7 Vplivnež

Vplivnež ali influencer je mnenjski vodja, digitalni vplivnež, ki za svoje sledilce na socialnih omrežjih preizkuša različne izdelke in oblikuje trende. S promoviranjem na družabnih omrežjih vpliva na odločitve

in življenjski slog sledilcev (Fran). Je manj prepoznan in priljubljen v primerjavi z zvezdniki in slavnimi osebami, a ima močan vpliv na družabnih omrežjih. Ni zvezdnik, a tudi ne spada med običajne ljudi. Včasih so imeli močan tržni vpliv na odločitve množice končnih potrošnikov novinarji in kritiki, danes pa so to vlogo prevzeli vplivneži. Digitalni vplivnež lahko omenja podjetje brez plačila, pri čemer gre za prislужeni marketing. Lahko pa podjetje plača vplivnežu, da ga omeni v svojih vsebinah. Tu gre za plačani vplivnostni marketing. Raziskave kažejo, da je 40 odstotkov potrošnikov kupilo izdelek prek spleta, potem ko so ga videli pri digitalnem vplivnežu na njegovem družabnem omrežju. Vplivnež promovira vsebino. To pomeni, da že ustvarjene izdelke ali storitve distribuira svojim sledilcem ali pa lansira nove izdelke in ustvarja vsebine. Da ustvari vsebino, mora narediti objavo na svojih socialnih omrežjih, ki je povezana s podjetjem. Vplivnež mora verjeti ali uporabljati izdelke, ki jih pozitivno promovira in je zanje plačan. V nasprotnem primeru lahko pride do etičnih posledic. Da ni v pravnem prekršku, pa mora ob objavi označiti, da gre za oglas. To po navadi stori z oznako #ad ali #sponsored (Jagodic, 2020).

7.1 Naš vplivnež/influencer

Trenutna potrošnja in vrednote večinoma temeljijo na sodobnih in inovativnih proizvodih, saj se to promovira in prikazuje kot aktualno in moderno. Med mladimi so cenjeni in vzbujajo zanimanje poklici, ki so nastali v zadnjih časih. Vsi delujemo tako, da želimo biti v koraku s časom, nositi moderna oblačila, poslušati moderno glasbo in plesati aktualne plese, saj menimo, da nas bo le tako družba pozitivno sprejela. Hitro nas tudi zavedejo reklame, ki oglašujejo netradicionalno in nezdravo hrano. Mladi na podeželju si želijo meščanskega življenja, saj je največkrat prikazano kot »kul« in vanj so vedno vključene novosti. Zabave, ki vključujejo tradicijo in tradicionalno slovensko glasbo, s strani mladih niso zaželeno. Enako velja za ljudske plese in oblačila. Vedno manj je zanimanja za vključitev otrok in mladostnikov v folklorna društva. Mladi torej dojemajo domačo in ljudsko glasbo, ples, oblačila, hrano in podeželsko življenje kot manjvredno in nezanimivo. Z vsem tem pa se izgublja naša tradicija in se oblikuje nova tradicija, ki je aktualna po celem svetu, a to še ne pomeni, da je najboljša in najbolj koristna.

Na družbo trenutno močno vplivajo spletni vplivneži (influencerji), še posebej na mlade, ki na družabnih omrežjih sledijo različnim vplivnežem. Zato smo si zamislili vplivneža, ki bi s promocijo različnih proizvodov in storitev, povezanih s slovensko kulturo in tradicijo, na svojih socialnih omrežjih vplival na povečanje zanimanja družbe za slovensko glasbo, ples, hrano, oblačila, podeželsko življenje in kmečka opravila. To bi bila mlada oseba, ki je komunikativna, pozitivna, obožuje življenje na podeželju, opravlja kmečka opravila, ima rada folkloro, slovensko glasbo, ples, oblačila in hrano. Zamislili smo si osebo moškega spola, ki odseva moštost, moč, samozavest in »kul« osebo. Zato mora zveneti njegovo poimenovanje tradicionalno, a hkrati moderno in udarno. Ideje Nike, Niki in Mie so bile: Kefir, Životek, Golobička, Kmečkival, Glodavec, Hozentregar, Irhojc, Kanja. Izglasovali smo ime Hozentregar. Ime izvira iz popačene besede za naramnice, ki so dodatek k oblačilu in so se včasih nosile vsakodnevno. Za njegovo večjo prepoznavnost in promocijo pa so si Matija, Daša, Hana in Tinkara zamislili logo, ki odseva njegovo ime. Oblikovali so ga v programu Canva. Črka H prikazuje naramnice, zato se logo lahko uporabi v celi besedi ali pa se samo uporabi črka H oziroma naramnice. Hozentregar bo imel tudi

svojo pijačo, oblačila in pesem, ki bodo povezani s slovensko ljudsko tradicijo in kulturo. Pijača se bo lahko uporabila tudi kot turistični spominek Bohinja. Naredili jo bomo na osnovi sirotke, ki slovi po vsebnosti beljakovin (proteinov).



Slika 1: Logo (foto: OŠ dr. J. M. Boh. Bistrica)

8 Oblačilna kultura v prvi polovici 19. stoletja na Slovenskem

Ljudska noša se je na naših tleh zelo razlikovala ne samo od pokrajine do pokrajine, ampak tudi od vasi do vasi ter v Ljubljani od predmestja do predmestja (Kunaver, 1997).

V prvi polovici 19. stoletja je bilo oblačenje slovenskega kmečkega prebivalstva deljeno na tri območja različnih oblačil. Najmanjši del je zavzelo mediteransko območje, ki je bilo etnično mešano, malo večji del panonsko oblačenje in največji del alpsko območje. Mešanici oblačilskih območij sta bili alpski del s panonskim ali pa alpski z mediteranskim. Alpsko oblačenje pripada današnji Gorenjski, Koroški, delu današnje Štajerske, Dolenjske, Primorske in Notranjske. V notranjosti alpskega, panonskega in mediteranskega oblačilnega območja so se razvijale različne zvrsti oblačenja v različnih obdobjih. Ta območja niso vezana na današnje pokrajine. Za alpsko oblačilno območje v prvi polovici 19. stoletja velja, da so se kmetje iz različnih krajev oblačili sorazmerno podobno (Klobčar, 2021).

Gorenjsko najpogostejše vsakdanje oblačilo v 19. stoletju so bila platnena rokavca, srajce, krila, hlače in predpasniki. Za praznja oblačila pa so se s kroji, materialom in dodatki poskušali približati meščanskim oblačilom (Dolžan Eržen, 2015).

8.1 Moško oblačilo

Nosili so podkolenske hlače, ki so bile izdelane iz platnenega, polvolnenega ali volnenega blaga ali iz irhovine. Hlače iz irhovine so bile izdelane iz ovčje, kozje, jelenove, gamsove ali druge divjačinske kože in podložene z lanenim platnom. Bile so rjave ali črne barve. Rekli so jim gamsarce, jerhaste hlače, irharce, jarhance ipd. Zapenjale so se preprosto, kar jim je omogočil kroj na vavtaro ali bavtaro (pravokotni del na sprednjem delu hlač). Suknjič je bil vrhnje oblačilo in je bil v prvi polovici 19. stoletja kratek. Imenoval se je špenzer, izdelan pa je bil iz volnenega ali polvolnenega blaga, pogosto modre barve. Telovnik je bil v prvi polovici 19. stoletja izdelan iz drugačnega blaga kot hlače in suknjič. Zapenjal se je z zelo poudarjenimi gumbi. Večinoma so bili spredaj in zadaj izdelani iz rdečega volnenega blaga. Bela platnena ali bombažna srajca je imela funkcijo zgornjega in spodnjega oblačila. Imela je dolge rokave, spredaj preko prsi pa je bil razporek. Lahko je imela ovratnik ali pa tudi ne (Klobčar, 2021). Na glavi so nosili klobuk. Pri nas so bili značilni polsteni klobuki z ozkim črnim ali drugobarvnim trakom

okoli oglavja. Klobuk je bil v večini črne barve. Polst je bil izdelan iz volne in smole. Narejeni so bili tudi iz zajčje dlake, a to je veljalo za praznično (Kunaver, 1997). V prvi polovici 19. stoletja so bili zelo priljubljeni visoki usnjeni škornji z vihali, širšimi in mehkejšimi golenicami in sorazmerno visokimi petami. Takrat pa so se tudi uveljavili do podkolen segajoči nizki škornji. Najpogosteje so bili črne barve, izjemoma rjave barve. Najpogosteje so bili krašeni s črnimi štepami v obliki vitic in črt ob gornjem robu. V kombinaciji s škornji so moški nosili modre nogavice. Naramnice so bile namenjene pritrjevanju hlač prek ramen. Izdelane so bile iz več trakov blaga (Klobčar, 2021).

8.2 Žensko oblačilo

Za vse slovenske ljudske noše je značilno, da imajo ženske značilen modrc iz brokata, ki se je imenoval životek, nanj pa je bilo pritrjeno dolgo krilo (Kunaver, 1997). Na začetku je bilo krilo krojeno iz drugačnega blaga kot životec. Praznja krila so bila v prvi polovici 19. stoletja najpogosteje izdelana iz polvolnenega ali volnenega blaga. Ponavadi je krilo na spodnjem delu krasil zelen svilen trak (Klobčar, 2021). Poleg praznje obleke spada tudi pisana ruta in bela, praviloma lanena, na rokavih lepo nabrana bluza. Ta ima v različnih delih različna imena, kot so rokavci, rokafci, rokavi, opleče, srajca, srajčka, srakca, ošpetelj, vošpetelj in vajšpat. Pozimi so ženske predvsem v vzhodnih in severnih predelih Slovenije nosile črno, do kolen segajočo sukнено jopo (Kunaver, 1997). Nosile so tudi špenzer. To je kratko vrhnje žensko oblačilo z rokavi, oprijetim pasom, ki je segal do podprsi ali do pasu (Klobčar, 2021). Na glavi so nosile pečo. To je bila ruta iz platna, ki se je nagubala in pritrdila na glavo. Kasneje je bila tudi obrobljena s čipkami. Neporočene ženske so nosile šapelj, imenovan tudi parta. To je široka preveza z raznimi vezeninami (Kunaver, 1997). Do poroke ponavadi dekleta niso nosila pokrival in tudi ni bilo nujno. Po poroki pa so zaradi takratnih družbenih norm morale biti pokrite. Istočasno so nosile več pokrival (Klobčar, 2021). Poročene ženske so veliko avbo nosile ob praznikih, manjšo pa ob delavnikih. Kmečke ženske so nosile na glavi tudi ruto, ki je bila zavezana zadaj. Na Koroškem so ženske nosile klobuke. Ponekod pa so imele široke, ploščate slamnate klobuke z dolgimi zelenimi svilenimi trakovi (Kunaver, 1997). Ramena so si poudarile z v trikot zganjenim ali rezanim ogrinjalom, ki je bil spredaj prekrižan in zataknen za predpasnik. V prvi polovici 19. stoletja so bili priljubljeni predpasniki iz modro tiskanega platna ali bombažnega blaga. Pred 20. stoletjem so ženske v kmečkem okolju redko nosile spodnje hlače. Nosile so tudi močno nabrana spodnja krila, ki so bila izdelana iz belega bombažnega blaga ali platna. V 18. stoletju in v prvi polovici 19. stoletja so ženske najpogosteje nosile nizke čevlje s peto ali brez nje. Narejeni so bili iz črnega usnja, zapenjali so se spredaj, zavezali pa so se s trakovi ali zapenjali s sponkami. Nogavice so bile gladko pletene, izdelane iz volne in najpogosteje rdeče barve, izjemoma tudi modre in bele barve (Klobčar, 2021).

8.3 Oblačilo Bohinjca

V 19. stoletju so bili Bohinjci oblečeni v svetlomodre suknen suknjič s posrebrenimi gumbi in kratke dokolenske hlače iz črnega volnenega blaga (mezlana) ali iz črno barvanega domačega platna. Imeli so kratke, zavihane škornje. Poleti so bili brez nogavic, pozimi pa so nosili volnene nogavice, večinoma modre barve, ki so jih dobili v Tržiču. Široki krajci na klobukih so bili v navedenem času po šegi

»povezani s črno vrvico«. Telovnikov niso nosili poleti, pač pa ob hladnejših dneh, bili pa so iz rdečega sukna (škrлата) z debelimi gumbi (Makarovič, 1976).

8.4 Oblečilo Bohinjke

Oblečilo Bohinjke iz sredine 19. stoletja je vsebovalo posebno oblikovano avbo iz platna, ki se zadaj končuje v dva vogala, zavezana skupaj. Na nogah so bile volnene rdeče nogavice. Jopa je bila narejena iz rjavega sukna. Imela je poseben kroj in je bila na obrobjih okoli vratu in po prsih obdana s širokim črnim svilenim trakom. Krilo je bilo rjavo iz t. i. mezlana, položeno v številne gube in spodaj obšito s široko zeleno svilo. Posebej skrbno so bili izdelani rokavci, kjer so bile položene številne drobne gube, ki so potekale od vratu navzdol po prsih (Makarovič, 1976).



Slika 2: Par v noši iz Bohinja v 1. polovici 19. stoletja (vir: Knific, 2011)

9 Sodobna prenova nekdanjih načinov oblačenja

Prva razprava z idejami o prenovljenih in po sodobnih modnih merilih izdelanih oblačilih, ki so se nosila včasih, je potekala že proti koncu 19. stoletja. Leta 1937 se je izdala publikacija Naše noše in dečve, naši športniki. V njej so skice in navodila za dečve. To so oblačila, ki so prepoznavna po pokrajinah. Prehodna oblika med nekdanjo kmečko obleko in dečvo se je oblikovala v začetku 20. stoletja. Ko se je v Bohinju leta 1906 odprla železniška postaja v Bohinjski Bistrici, so se Bohinjke oblekle v oblačila, ki so predstavljala deloma uniformirano oblikovano preobleko. Podobna preobleka je vidna na fotografiji planšaric na planini Zajamniki nad Bohinjem iz leta 1914. Pred prvo svetovno vojno se je tudi v Ratečah na Gorenjskem pojavilo nekaj podobnega. Takšne preobleke so bile značilne za nedeljske popoldneve. Ta oblačila so bila podlaga za oblikovanje nekaterih različic slovenske dečve (Klobčar, 2021).

Poustvarjanje kmečkega oblačilnega videza s sodobnim modnim oblikovanjem se je odvijalo tudi v drugih državah. Najbolj je bilo prisotno v Avstriji, kjer so oblikovali dirndl. Ravno oni so spodbudili ostale države in tudi nas k sodobnemu modnemu oblikovanju oblačil s prvina kmečkega oblačilnega videza,

kar je razvidno iz predlog za dečve in Janeza pod nazivom dečva ali slovenska dečva iz leta 1937 (Klobčar, 2021).

9.1 Nova ideja o prenovi folklornega oblačila

V Avstriji, Švici in Nemčiji je že mnogo let popularno njihovo prirejeno tradicionalno oblačilo, ki ga nosijo vse generacije. Oblečejo si ga, ko gredo ob nedeljah k maši in na tradicionalne zabave oziroma veselice, kot je Oktoberfest.

Na žalost pri nas do posodobitve folklornega oblačila ni prišlo kljub nekaterim poskusom v preteklosti. V Bohinju na tradicionalni prireditvi, kot je Kravji bal, nekatera dekleta in ženske oblečejo za spreved avstrijski dirndl, saj je podoben pastirskemu oblačilu, volnene nogavice in gojzarje, moški pa oblečejo rjave pumparice, karirasto srajco, gojzarje, volnene nogavice in si nadenejo klobuk. Ta oblačila si nadenejo, ker so cenovno dostopnejša in preprostejša. S takšnim načinom oblačenja tujim turistom in Slovencem, ki se ne spoznajo na slovensko oblačilno modo v preteklosti, predstavljajo oblačilno modo Slovencev in Slovenk nekoč. Zato vidimo nujno potrebo po priredbi folklornega oblačila z današnjimi modnimi smernicami, ki bi ga s ponosom in veseljem nosili tudi mladi. To oblačilo bi si nadele vse generacije, ko gredo k maši, na veselice, tradicionalne prireditve in ob kulturnih praznikih. Oblačilo bi moralo biti izdelano preprosteje, cenovno dostopnejše in izgledati privlačno vsem generacijam, še posebej mladim.

V preteklosti so se oblačila razlikovala od pokrajine do pokrajine. Zato žal ne moremo prirediti oblačila, ki bi predstavljalo vse pokrajine. Za prenovu smo si izbrali bohinjsko ljudsko oblačilo iz 1. polovice 19. stoletja, ker prihajamo iz Bohinja. Na to odločitev je vplivalo tudi to, da spadamo pod alpsko oblačilno območje, ki je zajemalo največji del Slovenije. To pomeni, da so se v krajih, ki spadajo pod alpsko oblačilno območje, oblačili podobno kot v Bohinju, prav tako smo s tem prostorsko zajeli največji del Slovenije, kar se tiče predstavljanja oblačilne kulture. Z oblačilom želimo doseči, da postane vseslovensko prepoznavno in ga ljudje vseh generacij oblečejo, ko gredo na veselico, tradicionalne prireditve, k maši in ob kulturnih praznikih. Tako bi to oblačilo postalo del tradicije, praznje oblačilo, saj bi ga ljudje oblekli ob posebnih priložnostih. Oblačilo bo zasnovano po modernejših modnih smernicah in barvno privlačnejše, saj bo le tako všečno mlajšim generacijam, ki bi ga želele tudi nositi.

9.2 Prirejeno oblačilo Bohinjca

Ker so Matija, Nace, Daša in Hana raziskovali moško oblačilo v prvi polovici 19. stoletja, so tudi oblikovali prirejeno moško oblačilo. Oblačilo ne bi vsebovalo škornjev, klobuka in spodnjih hlač. Srajca je sodobna, a je brez ovratnika oz. ima ruski ovratnik in je bele barve. Moški si na srajci lahko zaviha rokave do komolcev. Hlače so podkolenske in so narejene v stilu folklornih hlač iz irhovine oz. lodna. Lahko ima oblečene tudi irhojce, a to je dražja varianta (okoli 300 evrov) in težje dostopna. Lahko so rjave ali črne barve. Hlače si moški pripne z naramnicami ali s pasom. Čez srajco si nadene moderno krojen suknjič modre barve. Obute ima nizke ali visoke črne folklorne ali elegantne čevlje, lahko pa tudi drugo sodobnejšo obutev. Nogavice si izbere po želji. Lahko so modre ali druge barve. Prav tako je dolžina nogavic po izbiri. Moško oblačilo smo poimenovali *kavalir*. Beseda odseva uglajeno, privlačno

in »kul« oblačilo, ki ima moderni, a hkrati starinski prizvok. Srajco, suknjič, naramnice, nogavice in čevlje lahko kupijo v trgovinah z oblačili in obutvijo oziroma obstaja možnost, da imajo tovrstno oblačilo že v svoji garderobni omari. Za hlače iz kostimskega blaga ali usnja bi odšteli okrog 130 evrov.



Slika 3: Kavalir (foto: OŠ dr. J. M. Boh. Bistrica)

9.3 Prirejeno oblačilo Bohinjke

Alja, Gaja, Nika in Tinkara so raziskovale žensko oblačilo v prvi polovici 19. stoletja in tako so ustvarile prirejeno žensko oblačilo. Oblačilo ne bi vsebovalo spodnjega perila in pokrivala. Ženska si obleče belo srajco s kratkimi rokavi, ki so »balončkasti«. Srajca ima tudi čipko ter odprt kvadraten ovratnik s čipko. Čez srajco je krilo z modrcem oz. životkom. Krilo je dolgo do sredine kolen. Na spodnjem delu krila je barvni trak. Čez krilo se zaveže moder potiskan predpasnik. Čevlji so folklorni ali sodobnejši. Nogavice si nadene po želji. Lahko so rdeče ali druge barve. Dolžina nogavic je tudi po lastni izbiri. Žensko oblačilo smo poimenovali *frajla*. Želeli smo, da ime odseva moderno, privlačno in »kul« oblačilo v starinskem pomenu. Material in izdelava krila z modrcem znaša okrog 100 evrov, za predpasnik pa se odšteje okrog 37 evrov. Srajca se lahko kupi na poceni spletni strani, kot je Shein. Cena znaša od 7 do 9 evrov. Čevlje in nogavice pa lahko kupijo v trgovinah z oblačili in obutvijo oziroma imajo to že v svoji garderobi.



Slika 4: Frajla (foto: OŠ dr. J. M. Boh. Bistrica)

10 Sirotko

Sirotko je prehransko najkakovostnejši del mleka. Nastane, ko iz mleka v postopku sirjenja izstopita beljakovina kazein in večina mlečne maščobe. Sirotko nas oskrbi z najkakovostnejšimi in najlažje prebavljivimi beljakovinami. Vsebuje še rudnine in vitamine B-skupine (B1, B2, B6 in B12) ter druge snovi, ki dvigujejo telesno odpornost in poživljajo presnovo. Sirotko je krepčilna hrana, ki zaradi kakovostnih beljakovin in drugih sestavin omogoča hitrejšo obnovo celic. Spodbuja delovanje ledvic, jeter in žolčnika. Redno uživanje sirotke v kombinaciji z gibanjem omogoča zmanjšanje maščobe. Sirotko dobrodejno vpliva na prebavila. Zaradi laktoze spodbuja razvoj zdravju koristne mikroflore v debelem črevesju in s tem posledično vpliva na splošno izboljšanje počutja ter povečuje telesno odpornost (Cortese, 2010). Uživanje sirotke oz. sirotkinih beljakovin učinkovito vpliva na pridobivanje beljakovin, podpira rast mišic, obnavlja celice in vpliva na njihovo delovanje. Sirotko je odličan prehranski dodatek za športnike ali fitneserje, ki imajo željo povečati rast in okrevanje mišic. Ker se sirotkine beljakovine hitro prebavljajo in absorbirajo, je odlična za okrevanje po vadbi, ker zmanjša mišično bolečino. Tisti, ki želijo zmanjšati težo ali jo obdržati, beljakovine v sirotki prispevajo k občutku sitosti. Izboljšajo tudi občutljivost na inzulin (Body Gain). Sirotkine beljakovine so popularne v fitness svetu in v industriji prehranskih dopolnil ter so osnova za doseganje različnih ciljev na področju fitnesa, zdravja in ne vplivajo le na gradnjo mišične mase. Med športniki in rekreativci so priljubljene, ker gradijo mišično maso, izboljšajo telesno sestavo in pospešujejo okrevanje poškodovanih mišic po vadbi (Pauković, 2024).

10.1 Uživanje sirotke

Priporoča se redno uživanje 2–3 dl sirotke na dan. Pije se na tešče ali med obroki. Uporabimo jo lahko za pripravo krem, za kuhanje, puding, peciva in peko kruha. Sirotko in sirotkine beljakovine niso tako različne. V resnici brez sirotke ne bi mogli narediti sirotkinih beljakovin. Med hranjenjem se sirotkine

beljakovine usedejo na dno, zato je sirotka motna in jo je pred uporabo treba pretresti. V hladilniku je obstojna nekaj dni, saj se začne postopoma kisati. Če se dlje časa hrani zaprta, postaja vedno bolj kislja, a s tem je vedno bolj uporabna, ker pridobiva lastnosti kisave – podobno kot sirotka, a ima manjši hranilni učinek, bolj pa vpliva na odpornost telesa in ima čistilno delovanje na telo (Cortese, 2010). Kisla sirotka je po vonju in okusu podobna kislemu mleku ali jogurtu, a če ima neprijeten vonj in greni, se je ne sme več uživati (ABCzdravja, 2012).

10.2 Sirotka Juncka – recept

Kot smo že omenili, bi Hozentregar promoviral svojo sirotko. Za boljši okus, privlačnost in prodajnost izdelka ne bi bila dovolj samo navadna sirotka, ampak bi ji dodali sadje, ki ga najdemo tudi v Bohinju. To so na primer borovnice, maline, jagode, aronija, jabolka, hruške, slive. Tudi navadni sirotki bi dodali nekaj sestavin, ki bi izboljšale okus. Pri iskanju imena sirotke smo se odločili med Fejstko in Juncko. Želeli smo, da sirotka odseva moč. V Bohinju biko pravimo *junc*. Ta beseda se uporablja tudi za osebo moškega spola, ki je velika, mišičasta in močna. Ker se sirotka dobi le iz kravjega mleka, smo jo poimenovali Juncka. Prodajala bi se v steklenici po 1 l in 0,3 dl. Ker želimo, da je sirotka narejena iz kakovostnega kravjega mleka, in želimo spodbujati kmetijstvo v Bohinju, bi sirotko odkupovali od lokalnih kmetov. To bi dalo našemu proizvodu večjo vrednost. Da bi bili bolj ekološki, bi se sirotka prodajala v steklenici s kovinskim zamaškom. Sirotka se lahko uporabi tudi kot bohinjski turistični spominek.

Učenci Tine, Gaja, Alja, Helena, Mija, Tjaša, Žana in Ana so skupaj z mentorico Nino naredili sirotko z različnimi okusi in nato izbrali sirotko z najboljšim okusom. Sirotki so za izboljšanje okusa dodali sadni delež. Poskušali so s pripravo različnih sadnih osnov in se na koncu odločili za okus pečenega jabolka, jagode ali borovnice – odvisno od letnega časa.

Navadna sirotka Juncka se pripravi, tako da 1 liter sirotke sladimo z dvema žlicama medu. Sirotko s sadjem pa pripravimo, tako da v 1 liter sirotke vmešamo 200 g pasiranega sadja ter sladimo z veliko žlico medu. Če uporabimo jabolko, ga prej neolupljenega, razrezanega na kocke pečemo na 180 °C približno 30 minut. Pred pasiranjem jabolka ohladimo. Sirotko hranimo v hladilniku do 8 °C. Rok trajanja ima štiri dni.

10.3 Slogan in etiketa Juncke

S sloganom Juncke smo želeli sporočiti, da je uživanje sirotke zdravo in s tem v svoje telo vnesemo proteine. Učenka Tinkara je podala svoj predlog slogana, ki je bil takoj všeč tudi ostalim učencem. Slogan se glasi: »Sirotko nalij, proteinov se napij.« Kupcem sporoča, da z uživanjem sirotke telo dobi veliko proteinov.

Učenke Mija, Nika, Niki, Neža in Helena so v aplikaciji Canva ustvarile različne etikete. Svoje ideje so s pomočjo mentorice Eve združile v eno etiketo. Osnovna etiketa je za navadno sirotko. Črke Juncke na etiketi so belo-rjave, saj je tudi cika, ki je avtohtona bohinjska krava, belo-rjava. Ob imenu Juncka je krava z utežjo, ki ponazarja, da sirotka izvira iz kravjega mleka in daje moč. Na etiketi je slogan, ki sporoča, da ima sirotka proteine. Pod sloganom pa je logo Hozentregarja, kar daje proizvodu večjo

prepoznavnost in zainteresiranost za nakup, še posebej s strani njegovih sledilcev in oboževalcev. Druga etiketa bo na embalaži Juncke z dodanim sadjem. Etiketa je enaka osnovni, le da ima na desni in levi strani slogana dodano sadje.



Slika 5: Etiketa navadne Juncke (foto: OŠ dr. J. M. Boh. Bistrica)



Slika 6: Etiketa Juncke s sadjem (foto: OŠ dr. J. M. Boh. Bistrica)

11 Pesem in ljudski ples

S svojo pesmijo bi Hozentregar spodbujal in promoviral slovensko domačo in ljudsko glasbo, oblačila in sirotko. Učenci Hana, Daša, Tinkara, Nace, Alja in Nika so se razdelili v dve skupini. Vsaka skupina je napisala svoje besedilo pesmi. Nato so najizvirnejše verze obeh pesmi združili v eno pesem. Naslov pesmi je Juncko nali. Ker so vedno bolj popularni AI-programi, smo želeli raziskati tovrstne programe za izdelavo glasbe. Zato smo glasbo pesmi Juncko nali ustvarili v AI-programu Suno. Trenutno program še ni zmožen izgovarjati besed najbolj pravilno slovensko, a s posodobitvami programa bo v prihodnosti tudi to možno. Melodija pesmi vsebuje ljudski inštrument, in sicer harmoniko, ter je takšna, da gre hitro v uho in je všečna tudi mladim. Ob tretji kitici pesmi se pleše ljudski ples Sirota oz. Na klinčku visi kikca in s tem postane slovensko ljudsko plesno izročilo ponovno aktualno. Ta ljudski ples je preprost in se ga lahko pleše v paru ali samostojno. Za pesem bi naredili tudi videospot. Del spota bi prikazoval tudi ljudski ples.

JUNCKO NALIJ

Na veselico gremo,
a še prej se »ugvantejmo«.

Bela srajca, moder suknjič, hozentregarji na irhojcah,
na katerih naj se ne nabira prah.

Frajla obleka je v modi.

Vsaka dečva jo nosi.

Ob sebi pobčča v kavalirju ima
in skupaj vpijeta:

Juncko nalij, se proteinov napij,
zraven pa zapleš' mo še eno ljudsko.

To je zakon,
za telo zaklad,
moč mi da za vsak napad.

Krave se pasejo na travi sveži,
mleko bogato že v brentah leži.

Sir počasi zori,
ob strani pa sirotka bistra odteka.

To ni le stranski plod,
v vsaki kapljici skriva moč za cel sod.

12 Tržnica

Učenke Gaja, Alja, Tjaša, Mija, Helena, Neža in Nika so se pogovarjale o izgledu tržnice. Imele so veliko idej. Ob pogovoru z mentoricama Nino in Evo so izbrale najbolj smiselne. V ozadju tržnice bo poslikana lesena tabla z napisom »Fotkaj se!«, ki bo namenjena obiskovalcem, da se bodo lahko fotografirali. Na tabli bodo naslikani Juncka ter moški in ženska, oblečena v *kavalirja* in *frajlo*. Obrazi oseb bodo izrezani. To bo namenjeno temu, da bodo obiskovalci tržnice skozi odprtino dali svoj obraz, promotor pa jih bo slikal. Na tržnici bodo postavljeni leseni zabojčki (gajbice) eden na drugega. Na njih bosta dva tablična računalnika. En tablični računalnik bo namenjen plesu »Just dance«. Na njem bo posnetek ljudskega plesa, ki se pleše na pesem Juncko nalij v tretji kitici pesmi. Tako se bodo obiskovalci tržnice lahko preizkusili in naučili ljudski ples. Drugi tablični računalnik pa bo namenjen ogledu posnetega promocijskega videa in Hozentregarjeve spletne strani. Na tržnici bo tudi leseni sod. Na njem bodo večja in manjša steklenica sirotke Juncke in kozarčki za degustacijo Juncke. Promotorji bodo delili letake s QR-kodo. Povezava s QR-kodo bo vodila do Hozentregarjeve spletne strani. Na tržnici bo 9 promotorjev. Eden bo oblečen v Juncko, drugi v *kavalirja* in tretji v *frajlo*. Ostali promotorji bodo nosili promocijsko majico.

12.1 Trženje sirotke in oblačila

Juncko bi Hozentregar promoviral na svojih socialnih omrežjih. Za začetek bi se lahko naročila na Hozentregarjevi spletni strani in kupila v TIC Bohinj, TD Bohinj in lokalnih trgovinah. Kasneje bi svojo prodajo razširili v druge trgovine z živili. Za 1 l Junčke bi kupci odšteli 2,5 evra. Juncka v količini 300 ml pa bi stala 1,20 evra. Juncka z dodatkom sadja bi bila 30 centov dražja. To pomeni, da bi kupci odšteli za količino 1 l 2,8 evra in za količino 300 ml 1,5 evra. Če vrnejo steklenico, dobijo 50 centov povračila na steklenico 1 l in 40 centov na steklenico 300 ml. S tem bi spodbujali tudi reciklažo in ponovno uporabo.

Na svojih socialnih omrežjih bi Hozentregar promoviral tudi oblačili *frajla* in *kavalir*. Oblačila bi bila dostopna za nakup na Hozentregarjevi spletni strani, v TIC Bohinj in TD Bohinj. Oblačilo za *frajlo* – krilo z modrcem in predpasnikom bi stalo 160 evrov. Za hlače, ki pripadajo *kavalirju*, pa bi odšteli 150 evrov. Sirotko in oblačila bi Hozentregar promoviral še v svoji pesmi in videospotu.

Zamiselnost o vplivnežu/influencerju in njegovih izdelkih je poslovna ideja, ki bi jo lahko prodali organizatorjem tradicionalnih prireditev in koncertov ter turističnim društvom. Poslovno idejo bi ponudili prek pošiljanja pisem in elektronskih sporočil. Če bi bili organizatorji in turistična društva zainteresirani za našo idejo, bi pri njih izvedli predstavitev naše ideje. Ker poslovna ideja še ne bi imela izvedbe, bi jo prodali po nižji ceni, ki bi znašala 500 evrov. Odstotke od ustvarjenega dobička Hozentregarja in njegovih proizvodov, ki so bili zasnovani kot naša ideja, bi dobil naš šolski sklad. Na začetku bi naša ponudba vključevala 25 odstotkov, saj so pri prodaji poslovne ideje najprej pogajanja, ki na koncu zmanjšajo ceno proizvoda in odstotni delež. Preden bi našo poslovno idejo tržili, bi jo tudi patentirali. Osnovna pristojbina za patentiranje izdelka znaša okrog 110 evrov in traja tri leta. Podaljševanje patenta pa se z leti zvišuje, zato bi pogodba s kupcem naše ideje vključevala dogovor, da podaljšanje patenta plača kupec ideje. Nace, Niki, Nika in Tine bi skrbeli za trženje poslovne ideje, kar pomeni, da bi pošiljali pisma in elektronska sporočila ter izvajali predstavitve poslovne ideje.

13 Zaključek

Spoznali smo, da trenutna potrošnja temelji na spletnih promocijah, še posebej na influencerstvu. To posebej živi med mladimi, ki neprestano uporabljajo družabna omrežja. Zato je možno in najlažje ljudsko tradicijo in kulturo postaviti v trend med mladimi tako, da se promovira na sodoben način, kot je influencerstvo. Mladi so željni izkusiti proizvode, ki jih promovirajo spletni vplivneži, saj dajejo občutek popularnosti in všečnosti. Spoznali smo tudi, da cene izdelave oblačil po naročilu niso najugodnejše, a ker smo uporabili cenejše blago, je možna ugodnejša izdelava, kot če bi uporabili materiale, ki so jih uporabljali nekoč. Tradicionalno hrano in pijačo lahko naredimo okusnejšo, če ji dodamo sestavine, ki izboljšajo okus. Zato smo tudi naši Juncki dodali nekaj sestavin, ki sirotko naredijo manj grenko in slajšo. Menimo, da je naša ideja vplivneža Hozentregarja enkratna, saj gre za trenutno najboljši način promoviranja proizvodov. Le na tak način lahko pri mladih dosežemo, da postane slovensko ljudsko izročilo v smislu tradicije, kulture, hrane, glasbe, plesa, oblačil in podeželskega življenja popularno in »kul«.

14 Viri in literatura

- ABCzdravja. 2012. Sirotka – zdravilna tekočina [online]. Dostopno na: <https://www.abczdravja.si/hrana/sirotka-zdravilna-tekocina/> (4. 2. 2025).
- Body Gain. Sirotka: Vpliv na zdravje in telesno pripravljenost [online]. Dostopno na: <https://www.bodygain.si/blog/sirotka/sirotka-vpliv-na-zdravje-in-telesno-pripravljenost> (4. 2. 2025).
- Cortese, D. 2010. Mlečna skrivnost – sirotka [online]. Posoški razvojni center. Dostopno na: <https://www.prc.si/publikacije/mlecna-skrivnost-sirotka> (4. 10. 2024).
- Dolžan Eržen, T. 2015. Obleka, ki je naredila človeka. Katalog sto in več let starih oblačil iz etnološke zbirke Gorenjskega muzeja. Kranj: Gorenjski muzej.
- Fran. Slovarji inštituta za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC ZAUS. Influencer [online]. Dostopno na: <https://fran.si/132/sprotni-sprotni-slovar-slovenskega-jezika/4418359/influencer/tiskanje?citation=True> (4. 10. 2024).
- Fran. Slovarji Inštituta za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU. Tradicija [online]. Dostopno na: <https://fran.si/iskanje?Query=tradicija> (23. 10. 2024).
- Inštitut za Etiko. 2015. Delovno gradivo za modul Tradicija [online]. Ljubljana: Inštitut za Etiko. Dostopno na: <https://e-zbornicavrtca.weebly.com/uploads/5/5/3/7/5537639/tradicija-priro%C4%8Dnik.pdf> (23. 10. 2024).
- Jagodić, P. 2020. Ekonomski vidiki vplivnežev. Diplomsko delo [online]. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede. Dostopno na: <https://repozitorij.uni-lj.si/Dokument.php?id=135113&lang=slv> (4. 2. 2025).
- Klobčar, M. 2021. Pokažem se fantu v pisanem gvantu: ob petdesetih Dnevh narodnih noš in oblačilne dediščine v Kamniku. Kamnik: Zavod za turizem in šport.
- Knific, B. 2011. Kostumiranje folkornih skupin. Zgodnejša pričevanja o oblačenju kmečkega prebivalstva na Slovenskem [online]. Dostopno na: <https://images.app.goo.gl/vwM5s2UeeXPXaDwPA> (4. 10. 2024).
- Kunaver, D. 1997. LJUDSKE noše od pomladi do pomladi. Radovljica: Regionalni izobraževalni center.
- Makarovič, M. 1976. Kmečka noša v Bohinju [online]. Slovenski etnograf, let. 29, str. 75-90. Ljubljana: Etnografski muzej. Dostopno na: https://www.etno-muzej.si/files/etnolog/pdf/Slovenski_etnograf_46_makarovic_kmecka.pdf (4. 10. 2024).
- Pauković, B. 2024. BLOG: Zakaj so sirotkine beljakovine tako priljubljene? [online]. Dostopno na: <https://www.24ur.com/novice/slovenija/blog-zakaj-so-sirotkine-beljakovine-tako-priljubljene.html> (4. 2. 2025).
- Perko, D. 2009. Spreminjanje trendov kot del sistema trženjskega obveščanja. Diplomsko delo [online]. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta. Dostopno na: <http://www.cek.ef.uni-lj.si/UPES/perko233.pdf> (4. 2. 2025).
- Počkar, M., Andolšek, S., Popit, T., Barle Lakota, A. 2009. Uvod v sociologijo [online]. DZS, založništvo in trgovina, d. d. Dostopno na: <http://vedez.dzs.si/datoteke/uvod-v-soc-1.pdf> (15. 1. 2025).
- Wikipedija. Tradicija [online]. Dostopno na: <https://sl.wikipedia.org/wiki/Tradiciija> (23. 10. 2024).
- Wikipedija. Kultura [online]. Dostopno na: <https://sl.wikipedia.org/wiki/Kultura> (23. 10. 2024).
- ZRC SAZU. Tradicija in njeni poustvarjalci [online]. Dostopno na: <https://isn2.zrc-sazu.si/sl/programi-in-projekti/tradicija-in-njeni-po-ustvarjalci> (23. 10. 2024).

Priloga 1

Različne možne barvne kombinacije frajle

