

# Toidupärandil põhinev arenduskoostöö: Eesti Rahva Muuseumi projekti kogemus\*

Anu Kannike  
Ester Bardone

## Sissejuhatus

Uurijad on toonud esile uusliberaalses kultuuripoliitikas viimastel aastakümnetel toimunud muutusi, mis panevad muuseumidele järjest suurema surve tõestada oma vajalikkust ühiskonnas, aga ka võimekust tegutseda turureeglite järgi (Slater 2011; Tlili 2014; Ekström 2020a). Muu hulgas on see toonud ka riigieelarvelistele muuseumidele kaasa vajaduse leida oma tegevustele rahastusvõimalusi väljastpoolt. Artikli aluseks on meie kogemus aastatel 2017–2019 Eesti Rahva Muuseumis (edaspidi ERM) ellu viidud teadus- ja arendusprojekti, mis oli pühendatud toidukultuurile, täpsemalt ajaloolise toidukultuuri tõlgendustele ja kasutusvõimalustele tänapäeval toidupärandina (edaspidi toidukultuuri projekt).\*\* Projekti eesmärk oli jõuda rakenduslike uurimistulemusteni koostöös erinevate huvigruppidega. Ühtlasi pakkus projekt ERMile kui kultuuripärandialast ekspertteadmist pakkuvale institutsioonile väljakutse kombineerida kaasava museoloogia põhimõtteid uurimistöö ja muuseumikogudel põhineva teadmusega ning olla arutelusid ja mitmesuguseid tõlgendusi ärgitavaks paigaks.

Keskendume eeskätt sellele, milliseks kujunes toidupärandialane arendustöö ettevõtjate ja arendajatega muuseumi

\* Käesolev artikkel on valminud uurimisprojekti IUT34-32 „Kultuuripärand kui ühiskondlik-kultuuriline ressurss ja probleemne valdkond“ raames.

\*\* Projekti rahastas osaliselt EL institutsionaalne arendusprogramm teadus- ja arendusasutustele ja kõrgkoolidele (ASTRA).

vaatepunktist ja milliseid katsumusi tõi muuseumile projekt, mille eesmärgiks on panustamine ettevõtluse arendamisse. Ühtlasi näitame, kuidas koostöö käigus tulid ilmsiks toidupärandi erinevad tõlgendused toidutootmisega seotud ettevõtetes ning turismisektoris. Artiklit raamistab arutelu toidupärandi mõistest ja käsitlustest tänapäeva muuseumides. Et avada ERMi projekti konteksti, vaatleme lühidalt toidupärandi tõlgendamist Eestis viimastel kümnenditel. Seejärel tutvustame lähemalt projekti eesmärke ning keskendumet kolmele koostöönäitele, mis võimaldavad analüüsida erinevate huvigruppide arusaamu ja nende ootusi muuseumile kui koostööpartnerile.<sup>1</sup> Lõpetuseks arutleme selle üle, mida meie kui uurijad ja muuseum laiemalt sellest projektist õppisime.

#### *Toidupärandi mõiste tähendusväljast*

*Toidupärand* on võrdlemisi uus mõiste, mida Eestis on hakatud kasutama varasemate terminite nagu *toiduajalugu*, *ajalooline toit*, *traditsiooniline toit*, *rahvustoit*, aga mõnikord ka väljendite *kohalik toit* või *piirkondlik toit* asemel. Lisaks sellele võib sarnaselt *pärimuskultuuriga* kohata ka mõisteid *pärimustoit* või *pärandoit*. See, kuidas ajalooline, traditsiooniline ja kohalik või piirkondlik eripära seostuvad omavahel toidupärandi arusaamades ning kuidas neid toidukultuuri aspekte tõlgendatakse, on üsnagi varieeruv, sõltudes kontekstist, huvidest ja eesmärkidest.

Toidupärandi mõiste avamist ei saa vaadelda lahus kultuuripärandi käsitlusest. Nii projektis kui ka käesolevas artiklis lähtume kultuuripärandi (sh toidupärandi) konstruktivistlikust käsitlusest. Selle arusaama kohaselt on kultuuripärand mitte kultuurinähtuse olemuslik omadus, vaid väärtus, mille omistab sellele keegi teatud ajaloolises, poliitilises ja ühiskondlikus kontekstis (vt täpsemalt Konsa 2014: 42–44). Kultuuripärand on protsess, mis muutub ajas ning erinevate inimeste, gruppide ja institutsioonide tõlgendustes. Kriitilised pärandiuuringud näevad kultuuripärandis kultuuriloomet viisi, milles minevikku kasutatakse ressursina või tänapäeva huvide teenimise vahendina (Kirshenblatt-Gimblett 2017: 178). Kultuuripärand pole seega midagi enesestmõistetavat või fikseeritud, vaid seostub hoiakute, arusaamade ja väärtustega möödunud aegade materiaalse või vaimse kultuuri kohta. Me ei soovi omalt poolt pakkuda välja normatiivset ega ammendavat toidupärandi definitsiooni muuseumi kui kultuuripärandi eksperdi seisukohast, vaid meid huvitab, *kuidas* erinevad toidukultuuri

<sup>1</sup> Vt sama projekti teiste aspektide ja näidete analüüsi (Bardone jt 2021; Bardone ja Kannike 2021).

vallas tegutsejad toidupärandit *mõistavad* ja *kasutavad*. Nõustume Anneke Geyzeni seisukohaga, et oluline on uurida, miks ja kuidas hakatakse toidumaastiku teatud aspekte pidama pärandiks ja kuidas tänapäeva inimesed selle pärandiga ümber käivad. Sellest lähtuvalt peab uurija pidama silmas, mida peetakse toidupärandit olemuslikult määravateks elementideks ja millises kontekstis ning kuidas lepivad erinevad tegutsejad toidupärandi tähendustes ja piirides kokku või jäävad eriarvamusele. (Geyzen 2014: 75)

Tänapäevast pärandiloomet ehk pärandistamist kujundavad poliitiliselt, juriidiliselt ja sümboolselt erinevad „pärandirežiimid“ (Bendix jt 2013). Eesti tasandil on kultuuripärandi poliitikas oluline roll muinsuskaitseadusel ja muinsuskaitseametil, millele alluvad ka muuseumid. UNESCO vaimse kultuuripärandi konventsioon (2003) ja sellega seotud vaimse kultuuripärandi nimistud on olulised nii globaalsel kui rahvusriikide tasandi (vt UNESCO lists ...). UNESCO konventsiooni mõjul on meilgi hakatud pöörama üha enam tähelepanu toidukultuuri mittemateriaalsetele aspektidele, nagu toiduhankimise või -valmistamisega seotud teadmised ja oskused, söögikombed ja -rituaalid. Samas on toidukultuur hea näide materiaalse ja vaimse pärandi lõimitusest – ilma toiduvalmistamise oskusteta on retseptid vaid loetavad tekstid, ilma vastava tooraine või vajalike töövahenditeta pole roogade valmistamine mõeldav, söömisharjumuste ja eluviisi muutudes muutub otseselt ka toidulaud.

Toidukultuuri pärandistamine ehk ajaloolise päritoluga toidu käsitlemine toidupärandina on samas poliitiliseks ja majanduslikuks vahendiks, millega soovitakse ergutada piirkondliku ettevõtluse arengut, turundada turismisihtkohti, kaubastada piirkondlike eritooteid, luua toidutoodetele ja toitlustusteenustele lisaväärtust ja isegi n-ö rahvusriiklike brände (Grasseni 2011; Bessiere 2013). Toitude autentsuse ja õige päritolu otsingud viitavad ka rahvaste ja gruppide soovile eristuda globaliseeruva maailmaköögi taustal. Piirkondlike toitude taasavastamine aitab tugevdada kohalikku identiteeti. Samas peitub pärandistamises risk kasutada mineviku toidukultuuri valikuliselt ja suvaliselt sooviga õigustada praeguseid vajadusi või leiutada uusi „traditsioone“, millel tegelikult puuduvad ajaloolised juured (Di Fiore 2019: 44–46).

*Toidupärand ja muuseumid:  
muutuvad tõlgendused ja suhted*

Ajalooliselt on muuseumidel kultuuripärandi väljal olnud autoriteedi ja eksperdi positsioon. Muuseumikontekstis ilmneb eriti kujukalt, kuidas kultuuripärand kujuneb esemete ja dokumentide teadlike valikute tulemusena – muuseumikogud ja näitused esindavad

alati kureeritud pärandit (vt Kirshenblatt-Gimblett 2017: 178–179). Viimastel kümnenditel on normatiivsetest pärandidefinitioonidest, mis määratlevad kultuuripärandi teatud elemente õigete ja ehedatena ning jätvad kõrvale teised, jõutud paljudes muuseumides refleksiivse vaatekohani – muuseumi enda rollini kultuuripärandi loojana. Ühtlasi on nii demokraatliku pärandikäsitluse kui ka uue museoloogia põhimõtete valguses hakatud senisest enam tähtsustama kogukondade, gruppide ja üksikisikute rolli päranditõlgenduste loojatena. Nüüdisaegses museoloogias muuseumid mitte niivõrd ei määratle, mis on kultuuripärand, vaid on kohtumispaiad (vrd ka Clifford 1997), kus arutatakse selle üle, mida ja miks võiks kultuuripärandiks (sh toidupärandiks) pidada. Ka ICOMi uue muuseumidefinitiooni ettepanek rõhutab selle institutsiooni tähtsust „demokraatliku ja kaasava ruumina, kus toimub kriitiline dialoog mineviku ja tuleviku üle“ (ICOM. Museum Definition 2019). Teisalt on juhitud tähelepanu ka sellele, et kaasamine ja koostöö võivad tuua kaasa kultuuripärandi lihtsustatud tõlgendamise ning kommertsialiseerimise ohu (Nikolic jt 2020: 17).

Sellest lähtuvalt on muuseumide ees ülesanne vaadata üle oma senised toidupärandi tõlgendused ja analüüsida, kuidas seostada muuseumikogud praegusaja toidutootmise ja -tarbimise temaatikaga ning tuua muuseumi toiduväljal tegutsejad (talunikud, tootjad, kokad jne), kes pakuksid oma teadmisi ja ideid uuteks näitusteks ja tegevusteks (Moon ja Stanton 2018: 109). Eelkirjeldatud muutuste taustal on mõistetav, miks on rahvusvaheliselt silmapaistvad ajaloo-, kunsti- ja etnograafiamuuseumid hakanud oma näitustel ning programmides viimastel aastatel käsitlema järjest enam tänapäevase toidutootmise ja -tarbimisega seotud teemasid ja probleeme, kaasates erinevaid huvigruppe ja muuseumiväliseid asjatundjaid.<sup>2</sup> Näiteks 2019. aastal Victoria ja Alberti Muuseumis Londonis toimunud näituse „Toit: mitte ainult taldrikul“ kuraatoriteks olid nii teadlased kui ka kunstnikud ja esindatud olid toiduringluse, kogukondliku toidukasvatuse, globaalse toidukaubanduse ja eksperimentaaltoitude teemad (vt pikemalt Kannike ja Bardone 2019). Erineva tausta ja kogemusega huvigruppide kaasamine võimaldab tuua kokku eripalgelisi vaatenurki toiduga seotud kogemustele ning luua võimalusi ühisaruteludeks toidupärandi tõlgenduste ja kogukondade ootuste ning vajaduste üle (Davis 2007;

<sup>2</sup> Hiljutistest mõjukatest näitustest võib mainida näiteks „Toit: mitte ainult taldrikul“ Victoria ja Alberti muuseumis Londonis (2019), „Toidurevolutsioon 5. o. Homse ühiskonna disain“ Berliini tarbekunstimuuseumis (2018) ja „Meie globaalne köök: toit, loodus, kultuur“ Ameerika loodusloomuuseumis New Yorgis (2012–2013).

Levent ja Mihalache 2017; Johnson 2016; Moon ja Stanton 2018). Ühtlasi võimaldab paljude kaasamine jõuda muuseumi jaoks uute koostöökogemuste ja partnerlussuheteni.

Kuigi ERMil on olnud oluline roll toidupärandi kujundaja, vahendaja ning autoriteedina, erines toidukultuuri projekt oluliselt muuseumi varasematest vastavatest tegevustest. Muuseum keskendus asutamisajast peale kuni 1990. aastateni eeskätt eestlaste rahvakultuuriga seotud kogumis- ja uurimistööle. Talurahva toidutootmist ja valmistamist kajastavad ERMi esinduslikud esemekogud alates külvivakkadest ja lõpetades õllekannudega. Samas hakati üsna varakult koguma ka inimeste mälestusi möödunud aegade toidukultuurist, püüdes sarnaselt materiaalsele osale talletada ka käegakatsutamatut nii palju kui veel võimalik, nii kaugemale kui rahva mälu ulatub. Kui Ilmari Manninen pani 1920. aastatel aluse rahvateadusliku teatmematerjali süstemaatilisele kogumisele, siis sõnastati küsimused ka talurahvatoidu teemadel. 1931. aastal asutatud korrespondentide võrgu kirjasaatjatele hakati saatma küsimustikke toidu teemal, lisaks koguti toidumälestusi uurijate ja kaastöölise abiga välitöödel (vt Kannike ja Runnel 2017). ERMi kui tänapäevase muuseumi praegune eesmärk on uurida ja kommunikeerida argikultuuri selle ajaloolises, ruumilises ja sotsiaalses mitmekesisuses (Rattus 2016). Viimastel kümnenditel on ERM kujunenud pärandit talletavast ja loovast asutusest, mille fookuses on eeskätt kogumis- ja teadustöö, järjest enam publikule suunatud institutsiooniks, millel on palju erinevaid sotsiaalseid funktsioone. Teadustöös ja sellega seotud publitseerimis- ning näitustegevuses on muuseumitöötajate huvi nihkunud ajaloolistelt teemadelt tänapäeva toidu tootmist ja tarbimist puudutavate küsimusteni (vt nt Võsu ja Kannike 2011; Runnel ja Aljas 2016; Bardone ja Kannike 2018). Toiduprojekti seisukohalt oli samuti oluline eristuda muuseumi varasemast nõustamistegevusest, mis on puudutanud eeskätt rahvapärast käsitööd. Sellega on muuseum aastakümnete jooksul kujunenud avalikkuse silmis selles valdkonnas kultuuripärandi autoriteediks ning muuseumi teadureid nähakse eeskätt kui „elavaid entsüklopeediaid“, kes ekspertidena oskavad osutada kultuuripärandi „õigetele“ tõlgendustele.

### **Toidupärandi käsitlestest Eestis**

Millisel taustal on kujunenud arusaamad toidupärandist Eestis ja kuidas suhtutakse sellesse praegu? Ajalooline etnoloogia (rahvateadus, etnograafia) ja selle populariseerivad tõlgendused löid 20. sajandil

jõulise kuvandi Eesti toidukultuurist kui üksnes 19. sajandi talupojatoidul põhinevast nähtusest. Selle üheks ilmekamaks näiteks on Aliise Moora mahukas monograafia vanemast talurahvatoidust, milles ta puudutab 20. sajandi alguse toidukultuuri moderniseerumist vaid põgusalt (Moora 2007, 1. trükk 1980 ja 1991). Samas ei väitnud Moora, nagu esindaksid tema kirjeldatud toiduained ja toidud kogu Eesti toidukultuuri ajalugu või moodustaksid selle kõige olulisema osa, vaid teistsugused uurimused lihtsalt puudusid. Arusaama 19. sajandi teise poole talupojatoitudest kui Eesti rahvusköögi esindustuumikust kinnistas veelgi enam nõukogudeaegne üldistav käsitlus rahvatoitudest, mida illustreerib näiteks Silvia Kalviku mitmes kordustrukis ilmunud „Eesti rahvatoite“ (1. trükk 1970). „Vormilt rahvuslikud“ talupojatoidud olid poliitilisele režiimile vastuvõetavad, kuna esindasid rõhutatud klassi ja kuulusid justkui ohutusse kaugesse minevikku.<sup>3</sup> Kanooniline arusaam, mis näeb eestlaste toidupärandit eeskätt kui rustikaalset ja arhailist minevikunähtust, on veel praegugi üsna elujõuline. Sageli pälvivad mineviku toidutavad meedias tähelepanu rahvakalendri tähtpäevade või pühade puhul. Kui jutt läheb Eesti toidukultuuri juurte juurde, siis tuuakse ikka näiteid 19. sajandi taluraha toidulaualt ehk mõne erandiga Teise maailmasõja eelse vabariigi aegsest köögist (nt rosolje, vastlakuklid). Baltisaksa mõjudest võidakse olla kuulnud, aga konkreetsem teadlikkus selles osas on vähene, sest ei tunta saksakeelseid ajaloolisi allikaid.

Viimastel kümnenditel on toidukirjutajad (sh toidublogijad ja kokaraamatute autorid) ja meedia kujundanud oluliselt arusaamu toidukultuurist laiemalt, aga ka kitsamalt toidupärandist. Selles diskursuses on esiplaanil pigem kohalikult toodetud toit, mitte niivõrd ajalooline toit või siis püütakse traditsioonilisi maarahva toite kohandada tänapäevasteks roogadeks, sageli lausa gurmeetoiduks. Üks ilmekas näide on Toiduakadeemia uue Eesti rahvustoidu konkurss, mis kuulutati välja 2018. aastal seoses Eesti Vabariigi 100. sünnipäevaga. Selle võitjaks sai *crème brûlée*'st inspireeritud karamellikattega astelpaju-kaerakile, sest see on „ahvatlev, kerge ja rõõmus roog, mis esindab traditsioonilist Eesti kööki, kuid teeb seda värskes võtmes“ (Värnik ja Vihma 2018: 255). Võistluse peakorraldaja nentis: „Kui kaerakile on muidu hall lõga, siis vaadake, kui efektne brüleekreem temast astelpajuga tuli“ (Eero 2018). Praeguses Eestis peab arvesse võtma, et minevikujuurtega toidupärand elab siiski suuresti linnastunud ühiskonnas, kus toiduhankimise, -tootmise ja söömisega seotud

<sup>3</sup> Muu hulgas sobis nõukogudeaegsesse defitsiidimajandusse talupojatoitude lihtsus ja maitseainevaesus.

praktikad erinevad paljus sajanditagustest. Nii on näiteks tangupuder kaotanud oma tähenduse rituaalse toiduna, leivaküpsetamine on pigem loominguuline hobitegevus, kadunud on vajadus sama toitu suures koguses mitmeks päevaks keeta.

Riiklikes arengukavades ja arengudokumentides on toidupärandi mõiste ja selle tähtsustamine olnud marginaalne. Maaeluministeeriumi Eesti toidu edendamise riiklik arengukava aastateks 2015–2020 (Eesti toidu arengukava 2014) mainib toidupärandit kahes punktis.

- Eesti toit „hõlmab käesolevas dokumendis nii kohalikke toidutooteid kui kohalikku toidukultuuri ehk tähistab toitu ja jooke, mida me igapäevaselt tarbime kui ka Eesti *toidupärandit* laiemalt“ ja see „on olulise tähtsusega Eesti majandus- ja kultuuriruumis“.
- Oluline on „piirkondliku Eesti köögi arendamine ja tutvustamine, mis tõstab fookusesse Eesti erinevate piirkondade eripärad ja *toidupärandi*“. (*Meie rõhutused* – EB, AK)

Samas on selle arengukava strateegilisi eesmärke viidud ellu vaid osaliselt. Kaks silmapaistvamat ja järjekindlat tegevust on olnud iga-aastane toidupiirkonna valimine ja Eesti maitsete kuu septembris eesmärgiga propageerida ja edendada kohalike toodete tarbimist. Mõnevõrra tunnustatakse toidupärandit ka kohaturunduses, samuti turismi, maamajandust ja ettevõtlust arendavates ettevõtmistes (nt LEADER<sup>4</sup> tegevusgruppides üle Eesti). Samas oleme täheldanud, et neis kontekstides on esiplaanil pigem mõiste *kohalik toit*, mis ei pruugi olla seotud vastava piirkonna ajalooliste toiduvalmistamise traditsioonidega, vaid eeskätt piirkonnas toodetud tooraine või toodetega (vt nt Põhja-Eesti kohalik toit). Eesti kultuuripärandipoliitikas ja sellega seotud tegevustes, mis kuuluvad kultuuriministeeriumi haldusalasse, ei nähta toidukultuuri samaväärse osana rahvuslikust kultuuripärandist, nagu näiteks rahvatantsu, -muusikat või rahvuslikku käsitööd. Tõsi, 2010. aastal loodud Eesti vaimse kultuuripärandi nimistus on ligi 30 toidukultuuriga otsesemalt või kaudsemalt seotud sissekannet, mis seostuvad tugevalt 19. sajandi talupojatraditsioonidega ja esindavad vaid mõne ajaloolis-kultuurilise piirkonna toidutavasid (Eesti vaimse kultuuripärandi nimistu). Siiski pole valitsusasutustes seni nähtud vajadust toidukultuuri või -pärandit puudutavate rakenduslike etnoloogiliste või antropoloogiliste uuringute

4 LEADER on Euroopa Liidu algatusprogramm, mille eesmärk on edendada maaelu ja tugevdada kohalikku konkurentsivõimet. Vt pikemalt: <https://www.agri.ee/et/eesmargid-tegevused/maaeettevotlus-ja-maaelu/leader>.

järele, ehkki ministeeriumid ja riigiasutused on tellinud üksikuid kultuuripärandi rakendusuuringuid humanitaarteadlastelt.<sup>5</sup>

### **Toiduprojekt ERMis ja selle partnerid**

Eesti teadus- ja arendustegevuse ning innovatsiooni strateegia rõhutab vajadust keskenduda teadus- ja arendustegevuses selgemalt sotsiaalmajanduslikele vajadustele ning suurendada koostööd äri sektoriga (Teadmiste põhine Eesti 2014). Hiljutise muuseumiküllastajate uuringu tulemustest ilmnes, et vaid 19% Eesti ettevõtetest on teinud koostööd muuseumidega ja see piirdus enamasti näituste küllastamisega, muuseumiruumide rentimisega, muuseumiteenuste müügi või oma toodete müümisega muuseumis (Muuseumiküllastajate uuring 2018). Arvestades ühiskondlikke ootusi ja muuseumide tagasihoidlikku koostööd äri sektoriga otsustas Eesti Rahva Muuseumi teadusosakond 2016. aastal esitada tugeva rakendusliku suunaga teadus- ja arendusprojekti taotluse, pidades silmas toidupärandi potentsiaali sektorite ühendajana. Teadustöö kõrval oli projekti eesmärk ka „tootearendus Eesti Rahva Muuseumi kogudes oleva toidupärandi alase allikmaterjali baasil ning sotsiaal- ja humanitaarteaduslikku teadmist kasutades“ koosloomes ettevõtjatega, laiemale sihiks seati „hinnata ja analüüsida muuseumi kui spetsiifilise teadusasutuse [---] võimekust teha koostööd ning panustada majandussektori innovatsiooni“ (ASTRA taotlus 2016). Ühtlasi võib öelda, et selle projektiga nõustus ERM mängima turuloogika reeglite järgi ja panustama (toidu)kultuuripärandi kaubastamisele. ASTRA projekti tingimused seostasid rahastuse väga otseselt arvuliselt mõõdetavate tulemuste (koostöölepingute, esinemiste ja publikatsioonide arv) ja efektiivsuspõhise aruandlusega. See sundis muuseumi võtma omaks auditiühiskonnale iseloomuliku mõõdikute põhise planeerimise ja hindamise ning tõestama, et kultuuriasutus on võimeline looma mõõdetavaid tulemusi (vrd Ekström 2020a: 4).

Projekti ellu viies sai üsna peagi selgeks, et piiratud rahastuse (66 743 eurot) ja inimressursi (kuus ajutiselt tegevustesse

5 Näiteks on Kultuuriministeerium tellinud piirkondlike kultuuriprogrammide mõju-uuringuid (vt täpsemalt <https://www.kul.ee/et/uudised/uuringud>, vaadatud 1.03.2021); Tartu Ülikooli ajaloo ja arheoloogia instituut viis hiljuti läbi rakendusuuringu EASile RITA4/018 „Päranditurism Eestis: potentsiaal ja arenguvõimalused (20.05.2020–15.03.2021)“.



kaasatud teadustöötajat<sup>6</sup>) tõttu saab tegu olla eeskätt pilootturinguga, mis aitab välja selgitada võimalikke olulisi partnereid ja koostöö viise ning vorme. Artikli autorid juhtisid projekti põhitegevusi: ERMi vanemteadur Anu Kannike oli juhtteadur, kes vastutas ka selle administreerimise eest, ja Tartu Ülikooli etnoloogialektor Ester Bardone osakoormusega teadur. Projekt võimaldas koosloomel põhineva tootearenduse eesmärki täita vaid osaliselt. Samas andis projekt (sealhulgas arvukate vaheraportite kirjutamise kohustus) hea võimaluse enesekriitiliseks tegevusuuringuks ja suunas meid tegutsema reflekteerivate muuseumipraktikutena (Martin jt 2019). Analüüsisime pidevalt oma rolli ja panust projektis ning partneritelt saadud tagasisidet, et kasutada seda edasise tegevuse planeerimisel. Projekti algaasis kutsusime kokku toiduväljaga seotud huvigruppide esindajad, et koguda mõtteid nende vajadustest ja ootustest muuseumile ning jagada omalt poolt infot muuseumi võimalustest koostööks toidupärandi alal.

Mitmel põhjusel otsustasime valida peamiseks koostööpartnerite grupiks väike- ja mikrotootjad. Sel tootjate grupil, kes moodustab 87% Eesti toidutööstusest, on küll huvi tootearenduse vastu, kuid napib ressursse koostööks teadus- ja arendusasutustega, samas kui suurettevõtted suudavad tootearendust iseseisvalt edendada (TA potentsiaal 2019). Samuti on teised uurijad täheldanud, et tööstusliku toidutootmise puhul on märksa keerulisem kasutada tänapäevases tootmises traditsioonilisi modernismieelsete toitade valmistamismeetodeid ja ka mõningaid toidutooraineid (Jönsson 2012: 33–34). Leidsime, et ERM kui riiklik muuseum peaks toetama sellist ettevõtlust, mille eesmärk on ühtlasi hoida toidupärandit ja laiemalt kultuuripärandit. Samuti olime oma varasemas uurimistöös näinud, et väikeettevõtjatel on sageli suurem huvi piirkondliku toidupärandi vastu, ning samas pakuvad nad tööd kohalikele elanikele ja panustavad nii maapiirkondade jätkusuutlikkusse.<sup>7</sup> Samas puuduvad väike- ja eriti mikrotootjatel võimalused tellida oma tooteid puudutavaid kultuurilisi või turundusalaseid rakendusuringuid.

Teiseks partnerite grupiks toidukultuuri projektis said piirkondlikud arendusorganisatsioonid (MTÜd), mis tegutsevad enamasti LEADER-tegevusgruppide ja kus töötavad spetsialistid või koordinaatorid tegelevad muu hulgas ka kohalikkude toidu puudutavate

6 Teadusdirektor Pille Runnel, teadur-kuraator Anu Järs, kuraator Reet Piiri, uurimisassistent Karin Leivategija ja käesoleva artikli autorid.

7 See arvamus on kujunenud autorite välitöödel 2010. aastatel (eeskätt Võrumaal, Hiiumaal, Peipsiveeres), aga ka meedias avaldatud intervjuudest väiketootjatega.

projektidega. Neil organisatsioonidel on tugevad koostöövõrgustikud toidutootjate ja toitlustuse pakujate seas ning hea ülevaade nende profiilidest ja vajadustest. Samuti leidsime, et arendusorganisatsioonid võivad olla head vahendajad muuseumi ja ettevõtjate vahel, kuna viimased ei pruugi olla teadlikud koostöövõimalustest mälu- ja uurimisasutustega ning neil ei ole ka aega nende võimalustega tegeleda. Mingil määral tegime toidukultuuri projekti käigus koostööd ka toiduturismi propageerivate turismiorganisatsioonidega. Projekti suuremad avalikud üritused planeerisime ja viisime ellu koos partneritega.

### **Kolm sissevaadet toidupärandialasesse koostöösse**

Selgitamaks kohalike toidutootjate ootusi ja vajadusi ning kavandamaks võimalikke koostöövorme korraldasime toiduprojekti algul 2017. aasta juunis töötoa ettevõtjate ja arendajatega. Osalenud väiketootjad kinnitasid vajadust tootearenduslike tegevuste järele, kuid muuseumi võimalusi arvestades huvitas neid pigem koostöö olemasolevate toodete edasiarendamise vallas, eeskätt tootelugude loomine. Arutelus ettevõtjatega sai selgeks, et täiesti uute toidutoodete arendamine sel viisil poleks teostatav, kuivõrd muuseumil puuduvad selleks eksperdid ja võimalused (nt toiduteaduse uuringud ja laboratooriumid) (vrd Fuller 2011). Seetõttu seadsime endale realistlikuma eesmärgi piirduda tootearenduses olemasolevatele toodetele (peamiselt toidupärandiga seotud) lisaväärtuse loomisega (vrd Dare jt 2013).

Kolme aasta jooksul toimus koostöö mitmesugustes vormides: era- ja avaliku sektori konsultatsioonid, ettekanded toidupiirkondades, temaatiliste tekstide (nt kohalike kokaraamatute, toodete turundustekstide) koostamine ning toimetamine, ühiskonverentsid ja -seminarid ning praktilised töötoad ettevõtjatega. Järgnevad kolm näidet võimaldavad tuua välja erinevaid toidupärandi tõlgendusi, mis ilmsesid suhtluses ettevõtjate ja arendajatega. Ühtlasi näitasid need kolm kogemust, milliste võimaluste ja väljakutsetega võib muuseum toidupärandialases arendustöös kokku puutuda.

#### *Film liha suitsutamisest Mooska talus*

Filmi- või visuaalantropoloogia osakondi on maailma muuseumides, eriti etnoloogia- ja antropoloogiamuuseumides, loodud juba alates 1920. aastatest (Valentinčič Furlan 2015) ja museoloogias on teadvustatud filmi olulist rolli erinevate auditoriumide kaasamisel nii näituste kui muu tegevuse kaudu. Eesti muuseumide kontekstis on ERMi

filmitegemise kompetents ainulaadne. Filmikaamerat hakati välitöödel kasutama 1960. aastatel, et dokumenteerida etnograafilistes filmides eestlaste ja soome-ugri rahvaste traditsioonilist rahvakultuuri. 2003. aastast on ERM korraldanud Maailmafilmi festivali, kus on oluline koht ka antropoloogilistel ja etnograafilistel filmidel, aeg-ajalt on näidatud ka eri rahvaste toidukultuuri dokumenteerivaid filme. Eesti kultuurilugu kujutaval püsinäitusel „Kohtumised“ on eksponeeritud mitmeid toidukultuuriga seostuvaid lühifilme alates rauaaja toiduvalmistamisest, mille arheoloogid on rekonstrueerinud, kuni tänapäeva tippkockade tööprotsessideni restoranides. Praegu on muuseumi teadusosakonna koosseisus kaks visuaalantropoloogia pädevusega spetsialisti (filmistuudio juht Maido Selgmäe ja teadur-kuraator Karin Leivategija). Tänapäeva toidukultuuri teadliku dokumenteerimisega filmimeediumi abil on muuseumis seni siiski vähe tegeldud.

Arvestades toidukultuuri projekti eesmärke, sündis aruteludest Võrumaa ettevõtja Eda Veerojaga mõte teha lühifilm tema ja veel kahe Võrumaa mikroettevõtja toidutootmise protsessist.<sup>8</sup> (Siinkohal keskendume ainult ühele koostöökogemusele, ehkki võtame kontekstina arvesse ka kahe teise filmi tegemise kogemusi.) Filmidel oli kaks eesmärki – muuseumi vaatepunktist loomeuurimuslik etnograafiline dokumenteerimine ja ettevõtjate vaatepunktist luua turunduslikku materjali, mida saaks kasutada müügi- ja turundusüritustel ning jagada (sotsiaal)meedias, aga soovi korral siduda ka video toote pakendil oleva QR-koodiga, et huvilised saaksid seda vaadata. Lisaks nägime filmide loomises võimalust, kuidas muuseum saaks panustada tootearendusse.

Mooska talu on pere- ja elustiiliettevõtte Võrumaal (Mooska talu veebileht). Perenaine Eda Veeroja on pärit samast piirkonnast ja arendab päranditurismiäri, mis keskendub kohaliku kultuuripärandi personaalsele vahendamisele väikestele gruppidele. Küllastajatele pakutakse võimalust osaleda loodusretkedel, tutvuda kohaliku pärimuse ja saunakombestikuga. Eda varasem kogemus kohalikus turismiettevõtluses ning turismikorralduse koolituste läbiviijana ja ettevõtlusmentorina on tal aidanud kujundada välja tugevalt kohalikule kultuuripärandile tugineva lähenemise. Samas lisab ta oma teadmiste traditsioonilise rahvakultuuri kohta isikliku tõlgenduse. Ta oli üks Võrumaa suitsusaunatraditsiooni UNESCO maailmapärandi nimistusse kandmise eestvedajaid 2014. aastal (Suitsusauna traditsioon; Savvusann) ja on hästi teadlik sümbolsest väärtusest, mida UNESCO

8 Valmisid ka filmid kitsejuustu tegemisest Kolotsi talus (<https://www.youtube.com/watch?v=RWUoTj5MIXo>, vaadatud 1.03.2021) ja sõira valmistamisest Metsavenna talus (<https://www.youtube.com/watch?v=Q5rFHW4Ki1A>, vaadatud 1.03.2021).

võib kohalikule tootele või teenusele anda. Siinkohal keskendume oma koostööle, mis seostub ühega Mooska talu toodetest – suitsusaunas suitsutatud lihaga.

Eda peab väga oluliseks turundada Mooska suitsuliha mitte üksnes kui toitu, vaid kui etendatud lugu: „Minu kliendid ei osta tegelikult liha, nad ostavad seda legendi“ (Intervjuu 15.08.2017). Mooska suitsusaunaliha pakendi disain ja materjalid rõhutavad rustikaalse etnilise pärandi ja käsitöötootmise elemente ning toodet saab osta vaid otse talust. Samas on tänapäeval suitsusaunas suitsutatud liha siiski toidupärandi kaubastatud versioon, kuivõrd nii tootmisruum kui -protsess peavad vastama ELi toiduohutuse ja hügieeni nõuetele (näiteks selleks, et saada luba suitsuliha ametlikult müüa, pidi pere ehitama spetsiaalse külmköögi ja uue suitsusauna, mida kasutatakse ainult liha suitsutamiseks). Mooska talu ise loomi ei pea, kuid värsket liha ostetakse lähikonna taludest. Muutunud on ka see, et kui minevikus valmistati kodust suitsuliha hooajaliselt, siis nüüd tehakse seda aasta läbi.

Äärmiselt päranditeadliku ettevõtjana ei vajanud Eda ERMi nõuandeid või konsultatsioone oma toote ajalooliste aspektide osas. Tema erihuvi oli – kasutades muuseumi pädevust visuaalantropoloogias –, luua ühiselt film, mis kujutaks etnograafilise täpsusega lihasuitsutamist Mooska talus ja vahendaks ühtlasi tema tõlgendust. Eda nägi ERMis pärandiautoriteeti, mis toetaks tema lugu ja pärandikäsitlust. Filmi kaudu soovis ta tutvustada oma toodet kõigile potentsiaalsetele klientidele nii Eestis kui välismaal. Samas tahtis ta, et tulemus oleks midagi enam tavalisest reklaamvideost ja väärtustaks uurimuspõhiste ning professionaalselt teostatud visuaalsete materjalide potentsiaali. Muuseumiga sõlmitud koostööleping võimaldas tal kasutada muuseumi ressursi. Samas jagas ta oma kogemusi ja teadmisi meie ja teiste ettevõtjatega mitmetel üritustel, mida me projekti käigus ERMis korraldasime. Filmimisperiodil külastasime mitme kuu jooksul korduvalt Mooska talu. Töö tulemusena valmis visuaalantropoloog Karin Leivategija 20-minutine film (2019), mis dokumenteerib kogu suitsuliha valmistamise protsessi loomulikku kulgu ja mida saab kasutada teavituse ning haridustegevuses. Lisaks valmisid iseseisvad lühemad filmilõigud erinevate meediakeskkondade ja müügiürituste jaoks. Oleme filme kasutatud ka nii ERMis toimunud teadusseminaridel kui toidupärandi vahendamise üritustel. Koostöölepingu järgi säilitatakse filmi muuseumi filmi- ja videoarhiivis, aga see on avalikkusele kättesaadav ka sotsiaalmeedia platvormil Youtube (Mooska talu 2019), laiendades nii muuseumiruumi ja -kogemust (vrd Wasson 2015).

Selle koostöö puhul oli meie esmane huvi dokumenteerida visuaalselt toidupärandi tänapäevast tõlgendust. Varasemate ERMi etnograafiliste filmide puhul otsustas muuseumiteadur või kuraator

ühepoolselt, mida filmida ja mis on pärand ning väärrib kogumist ja säilitamist. Selliste filmide eesmärk oli eeskätt rahvaelu ajalooline rekonstruktsioon. Käesoleval juhul tegi aga peamise valiku, mida ja kuidas näidata, ettevõtja ise ning päranditõlgenduseni jõuti koostöös filmitegijaga konsensuslikult. Tegu oli teist tüüpi koostööga võrreldes nii puht dokumenteerivate kui antropoloogiliste autorifilmidega. Valminud filmiga jäid üldiselt rahule mõlemad osapooled, kuigi Eda Veeroja möönis, et tema ambivalentne soov kombineerida detailset dokumenteerimist haarava loo jutustamisega ei täitunud sajaprotsendiliselt. See koostöö oli hea näide, milline võiks olla võrdsetel alustel toimiv partnerlus muuseumi ja ettevõtja vahel.

Selles partnerluses oli toidupärandi mõistmine konsensuslik, esmatahtsaks peeti kohalikke ajaloolisi traditsioone, nende hoidmist ja teadlikku vahendamist tarbijale. Ühtlasi võimaldas see kogemus katsetada ja analüüsida, kuidas saab muuseum laiendada oma traditsioonilise pädevuse piire ja panustada turundusele suunatud sisuloomesse, püüdes lõimida etnograafilise filmi ja turundusvideo elemente. See protsess oli väljakutse ja nõudis kompromisse mõlemalt poolt – film pidi olema lühem tavapäraest etnograafilistest filmidest ja valikud põhinesid ettevõtja arusaamal tootmisprotsessist. Teisalt pidi ettevõtja arvestama filmitegija individuaalse käekirjaga, mis erineb reklaamiagentuuride omast. Siiski oli see koostöö muuseumi jaoks hea võimalus koosloomeks kogukonna pärandiekspertidega, et jäädvustada visuaalselt üks toidupärandi nähtus. Muuseumi visuaalantropoloogile pakkus see eksperiment võimalust rakendada tänapäevases museoloogias üha aktuaalsema loomeuurimusliku meetodi võimalusi.

#### *Eesti Rahva Muuseumi toidusuveniiri konkurss*

Muuseumiturunduse tähtsuse tõusuga ja omatulu teenimise vajadusega on muuseumipoe roll muutunud muuseumis kui institutsioonis järjest olulisemaks (Ekström 2020b). Seoses sellega on mitmekesisistunud ka suveniiride sortiment muuseumipoodides. Suveniiride valiku kaudu kujundab muuseum ühtlasi oma kuvandit ja vahendab oma päranditõlgendusi (näiteks eelistades kohalike väiketootjate käsitöötooteid). Muuseumipood ei ole seega vaid tulu saamise koht, vaid selle toodete valik peaks olema seotud ka muuseumi kogude ja näitustega ning laiemalt võttes võiks see edastada sõnumit muuseumi missiooni kohta (Komarac jt 2019). Muuseumikogemuse uuringud on näidanud, et paljud külastajad hindavad muuseumipoe ja -restorani väisamist sama oluliseks näitustel käimisega (Falk ja Dierking 2016: 185–186). Toidusuveniirid ja muuseumirestoranis söödud road võimaldavad külastajatel laiendada maitsemeelte abil oma külastuskogemust (Mihalache 2016; Levent ja Mihalache 2017).

ERMi muuseumipoel on suurepärane asukoht otse peasissepääsu kõrval ja selle avaras ruumis saab panna välja mitmekesise tootevaliku (muuseumil on ka e-pood). Poes domineerivad käsitöötooted (nt tekstiil, keraamika), mille loojad on kasutanud inspiratsioonina rahvakunsti, samuti raamatud rahvakultuuri ja kultuuriloo kohta. Toidutoodete valik muuseumipoes on olnud üsna piiratud (näiteks müüakse muuseumisuveeniirina rahvakunstimotiividega pakendis šokolaadi). Osalt on see tingitud ka poe võimalustest (nt külmlleti puudumisel ei müüda piima- või lihatooteid) ja eetilistest põhimõtetest (ei müüda alkohoolseid jooke).

Inspireerituna aruteludest kohalike toidupärandi arendajatega algatasime 2018. aastal idee korraldada ERMi toidusuveniiri konkurs (üleskutse avalikustasime aprillis ja tulemused selgitasime juunis). Konkursi eesmärk oli innustada toidupärandil põhinevat tootearendust ja mitmekesistada toodete valikut muuseumi poes, samuti edendada koostööd toidutootjatega. Konkursile üleskutse sõnastamiseks ja laekuvate toodete hindamiseks moodustasime žürii, kuhu kuulusid lisaks projekti täitjatele ERMi avalike suhete, müügi- ja toitlustusosakonna esindajad, samuti üks maakondlik kohaliku toidu spetsialist ning tootedisaini ekspert. Konkursile saadetud toodete hindamisel oli oluliseks kriteeriumiks seos Eesti toidupärandiga, sealhulgas kohaliku tooraine ja traditsioonilise retsepti kasutamine ja/või valmistusviis. Lisaväärtuseks pidasime toote köitvat lugu, disaini kvaliteeti, keskkonnasõbralikkust ja mõistlikke tootmiskulusid (ERMi toidusuveniiri konkurs 2018). Ühtlasi pakkus konkurs teaduritele uurimisainest nüüdisaegsete toidupärandi tõlgenduste ja tootelugude kohta.

Konkursi kolme parima toodet pärjati diplomi ja väikese auhinnaga, tootjatega sõlmiti müügilepingud ning nad said õiguse kasutada oma tootel kleebist „ERMi toidusuveniir“. Esimese koha pälvisid Hiiumaa tootja Kivikala OÜ kuivatatud lestaribad, mille puhul oli ettevõtja kasutanud kohalikku kala ja traditsioonilist säilitusmeetodit, ökoloogilist pakendit ning lisanud juurde kohalikus murdes humoorika loo selle kala kuivatamisest ja söömisest. Eriti hindas žürii hea maitse ja mõõduka hinna kombinatsiooni ning loo lisaväärtust, mis lõi tugeva seose toote ja saare traditsioonilise kultuuri vahel. Lisaks sellele sobisid lestaribad muuseumipoodi oma väikese pakendi tõttu – seda on külastajal mugav kaasa võtta. Teise ja kolmanda koha pälvinud tooted esindasid toidupärandi uudsemaid tõlgendusi. Kasekunst OÜ ruuge kasesiirup seostab ajaloolise kasemahla kogumise traditsiooni Eestis moodsa retsepti ja tehnoloogiaga ning toote disain on atraktiivne. Perfect Plant OÜ kanepiõli valmistab ettevõtte, mis kasvatab toidukanepit – tervisetootena taasavastatud traditsioonilist

toidutaime. Lisaks võidutoodetele sõlmis muuseum müügilepingud veel viie konkursile esitatud toote valmistajatega.

Toidusuveniiri konkursile esitati kokku 28 toodet erinevatest Eesti piirkondadest, peamiselt väikeettevõtetest. Konkursile esitatud toodete valik osutas ilmekalt, et ettevõtjate toidupärandi tõlgendused on ülimalt erinevad. Paljud toodetest olid juba müügil, aga oli ka täiesti uusi või isegi tooteprototüüpe – näiteks lisanditega kama, kuivatatud metsamarjakrõpsud, käsitööõlu. Muu hulgas pakuti välja toode, mis oli kahe ajaloolise toidu uusversioon – mulgipudrust ja mulgikapsastest valmistatud krõpsud. Mõned ettevõtjad lähenesid toidupärandile väga loovalt – näiteks võib tuua kuivatatud põdrasambliku palad šokolaadis või rukkileivamassist valmistatud prossid.

Vaatamata sellele, et konkursi tingimused sõnastati ühiselt, ilmnisid toodete hindamisprotsessis žürii muuseumitöötajatest liikmete erinevad arusaamad muuseumisuveniiri olulistest omadustest. Kui ERMi teadusosakonna esindajad tõid esile seoseid traditsiooni ja lugudega, siis müügiosakonna jaoks oli olulisem toodete esteetiline välimus, sealhulgas pakendi disain ja hind. Kõik osalejad said žüriilt detailse tagasiside ja soovitusi, kuidas võiks toodet (sh selle maitseomadusi, lugu ja pakendit) edasi arendada.

Enamiku konkursile esitatud toodete puhul torkas silma, et tutvustusest puudus lugu, mis oleks seostanud toote toidupärandiga, ja jäi mulje, et selliste lugude koostamiseks vajaksid tootjad ekspertnõu. Lootsime, et toidusuveniiri konkursi järel võib mõne ettevõtjaga jätkata arutelu tootearenduse teemal. Paraku ilmnis, et ühekordne konkurss ei tarvitse viia pikema koostööni. Kuigi mitmed ettevõtjad andsid konkursile ja žürii soovitudele positiivse tagasiside ning mõned neist arendasid ka oma tooteid selle põhjal edukalt edasi,<sup>9</sup> ei järgnenud koosloomet tootearenduse vallas. Selle tingis ka asjaolu, et suuremas osas esitati konkursile valmistooteid, mitte prototüüpe. Ettevõtjad tõlgendasid žürii otsust ja soovitusi pigem ühesuunalise kommunikatsioonina ning neil polnud ootusi ega soovi jätkuvaks koostööks muuseumiga. Toidusuveniiri konkursi kogemus näitas, et edaspidine koostöö ettevõtjatega uute muuseumipoe toodete leidmisel võiks põhineda mõlema poole selgemalt sõnastatud ootustel ja ühisel tegevusplaanil.

Võidutoodete edasise käekäigu üle ERMi poes otsustas ainult müügiosakond. Kasesiirup ja kanepiõli olid müügil vaid 2018. aasta juulist kuni 2019. aasta juunini, kuivatatud lestaribasid müüdi

<sup>9</sup> Näiteks mahenäksivabriku Süü Ää tooted, ehkki ettevõtja kasutas edasises arendustöös juba professionaalse brändikujundaja abi. <https://mahenaks.ee/et>, vaadatud 1.03.2021.



2020. aasta suveni. Muuseumi müügijuht selgitas (Lomp, 25.11.2020), et kanepiõli ja kasesiirupit osteti vähe ning lestaribade puhul oli lepingu lõpetamise põhjuseks asjaolu, et tootja muutis pakendi disaini modernsemaks. Kaks esimest toodet polnud ilmselt tõesti parim valik toidusuveniiriks, kuna vedelikuga pudeleid võib olla keeruline transportida (eriti välisturistidel), samuti kujunes nende toodete hind poe 40-protsendilise juurdehindluse tõttu võrdlemisi kõrgeks. 2021. aasta alguses on toidusuveniiri konkursi toodetest poes saadaval vaid üks – põdrasamblik šokolaadis. Ehkki selle toote pakendi disain on vägagi tänapäevane, on müügiargumendiks huvitav tootekontseptsioon.

Toidusuveniiri konkurss ja sellele järgnenud müügiavalikud osutasid vajadusele kriitiliselt analüüsida muuseumi erinevate osakondade koostööd ja omavahelist kommunikatsiooni. See kaasus peegeldab ka laiemaid nüüdisaegse muuseumi dilemmasid olukorras, kus muuseum peab olema ühtaegu uurimis- ja haridusasutus ning teenima omatulu. Ühtlasi kajastuvad siin uusliberaalse kultuuripoliitika ja uue museoloogia vaimus toimunud muutused, mis on toonud kaasa turundus-, kommunikatsiooni- ja müügifunktsioonide mõjukuse kasvu ja teadurite ning kuraatorite rolli marginaliseerumise (vt Ekström 2020a; Reidla 2020).

Kokkuvõttes mitmekesisistas konkurss siiski muuseumi toidusuveniiride valikut ja tõi esile ka muuseumipoe esindusrolli mäluasutuse kuvandis. Konkurss pälvis tähelepanu ka meedias, suunates ajakirjanike huvi toidupärandi nüüdisaegsetele tõlgendustele, ning suurendas avalikkuse teadlikkust toidusuveniiride rollist muuseumi sõnumi kandjana. Uurimistöö seisukohast pakkus see initsiatiiv hea sissevaate toidupärandi tõlgenduste mitmekesisusse toidutootjate seas, aga ühtlasi pani meid ka kriitiliselt analüüsima ERMi kui kultuuripärandi autoriteedi rolli. Toidusuveniiri konkursi korraldades võttis muuseum paratamatult nõustava ja konsulteeriva pärandiekperdi positsiooni. See formaat ei võimaldanud luua avalikku foorumit arutlemaks toidupärandi tõlgenduste üle.

#### *Liivimaa maitset – toidutee Eestis ja Lätis*

Eesti maaturismis on temaatilised (sh kultuuripärandipõhised) turismiteed üsna uudne nähtus. Euroopa turismiuurijad on tõdenud, et sellised teed võivad tõsta ääremaade kui reisisihtpunktide atraktiivsust ja aidata kaasa piiriülesele koostööle (vt Kovács ja Nagy 2013). Toiduteede ja kulinaarsete rännakute võimaluste loomine on maaturismi arengu strateegia, mis pakub toidutootjatele ja -pakkujatele võimalusi kohaturunduseks ja toodete mitmekesistamiseks, samuti uuteks ettevõtlusvormideks (Hashimoto ja Telfer 2015: 132–133). Samas on arendajate ja ettevõtjate jaoks toiduteed kui (kujuteldavat) tervikut



turundada omajagu keeruline (Timothy 2015: 17). Toidupäränd on tihedalt seotud ajaloo, mälu ja konkreetse paigaidentiteedi ning sellega ühenduses olevate roogade ja toidutoodetega (Bessièrè 2013: 278), turismi kontekstis võidakse aga ajaloolisi traditsioone kui ressursi kohandada või isegi sootuks muuta ja leiutada uusi „traditsioone“. Nagu muuseumid, nii osaleb ka turismitööstus pärandiloomes, kasutades kultuuripärandit majandusliku ressursina sihtkohtade ja teenuste arendamiseks (vt Kirshenblatt-Gimblett 1998; Bendix 2008). Tavaliselt nähakse muuseumide ja turismitööstuse vahelist koostööd turistide muuseumikülastuste vaatenurgast. Kestlike turismitoodete loomisel, päranditurismi planeerimisel ja korraldamisel peetakse siiski oluliseks partnerlust era-, avaliku ja mittetulundussektori vahel (Timothy ja Boyd 2006: 9–10).

Eesti turismivõrgustikud ja -algatused käsitlevad kohalikku toitu olulise osana turismikogemusest, kuid see ei tähenda alati toidupärandi väärtustamist. Kuigi toidupärandit mainitakse piirkondliku turismi ressursina, pole vastavates projektides ette nähtud turismiteenuste ja toodete arendamist ajaloolasi, etnolooge, antropolooge või muuseumitöötajaid kaasavate uuringute põhjal.<sup>10</sup> ERM on küll üks Lõuna-Eesti turismi võtmeobjekte, kuid maaturismi info- ja turundusmaterjalide sisu või haridusprogrammide osas pole muuseumitöötajad ja turismisektor teinud kuigivõrd koostööd. Olime varemgi püüdnud leida võimalusi panustada toidupärandi vahendamisse (sh turundamisse) laiemale avalikkusele koos teiste avaliku sektori organisatsioonidega. Näiteks tegime 2015. aastal koostööd maaeluministeeriumiga, kirjutades Eesti toidu veebilehele tutvustavad tekstid siinse toidukultuuri hooajalisuse kohta<sup>11</sup> (osa Eesti toidu turundamise kampaaniast ministeeriumi tasandil). Turismisektoris olid meil seoses varasema uurimistööga kontaktid pigem üksikute maaturismis tegutsevate ettevõtjatega (sh nendega, kes pakuvad toitlustust), mitte niivõrd turismiarendajatega (vt Bardone 2013). Toiduprojekti käigus tekkis neid koostöid, milles tegelesime toidupärandi kui ressursi kasutusvõimaluste arendamisega turismis veelgi (nt maaeluministeeriumi nomineeritud toidupiirkondade arendamist puudutavates tegevustes osalemine). Järgnevalt analüüsime koostöökogemust turismisektoriga ühe konkreetse projekti näitel.

<sup>10</sup> Mingil määral hõlmas toidupärandi kasutusvõimalusi turismiressursina Tartu Ülikooli ajaloo ja arheoloogia instituudi korraldatud rakendusuuring EASile RITA4/018 „Päranditurism Eestis: potentsiaal ja arenguvõimalused (20.05.2020–15.05.2021)“.

<sup>11</sup> Eesti toit. <https://www.eestitoit.ee/et>. Vaadatud 1.05.2021.

2017.–2020. aastani kestnud projekt „Liivimaa maitseed – toidutee Eestis ja Lätis“<sup>12</sup> sai teoks tänu Euroopa Liidu regionaalse arengu programmi Interreg toetusele. Projekti eesmärk oli luua uus turismitoode – umbes 250 toidutootjast ja -pakkujast koosnev võrgustik, mis koonduks ühiseks toiduteeks. Projekti viisid ellu Eesti ja Läti turismiarendusorganisatsioonid, Eesti Põllumajandus-Kaubanduskoda ja maakondlikud arenduskeskused. Projektiga sooviti suunata tähelepanu „Eesti ja Läti ühisele toidupärandile“ ja toiduteed nähti põhinemas „pärimusel, ühisel ajalool ja traditsioonidel, mis ulatuvad 13. sajandisse, kui Eesti ja Läti alad kandsid Liivimaa nimetust“ (Liivimaa Maitseed, EPKK). Projekti käigus loodi digiplatvorm, et tutvustada ühist toiduajalugu Eestis ja Lätis ning turundada kohaliku – nii kohapeal kasvatatud kui valmistatud – toitu (Liivimaa Maitseed koduleht). Lisaks sellele koostati kuues keeles mitmeid veebipõhiseid ja trükitud materjale turismifirmadele, turismiettevõtjatele ja toidutootjatele, samuti turistidele. Eestis ja Lätis toimusid regulaarsed võrgustiku liikmetele suunatud seminarid, koolitused ja tööoad. Projekti eesmärgiks oli seega eeskätt piirkonna toiduturismi ühisturundus.

Paraku polnud projekti jaoks kohandatud Liivimaa mõiste ajalooliselt korrektne, hõlmates alasid, mis polnud kunagi sinna kuulunud (näiteks Hiiumaa ja Kuramaa).<sup>13</sup> Seda tehti eesmärgiga haarata võrgustikku võimalikult palju ettevõtjaid ja kokkuvõttes loodi instrumentaalselt toidupiirkond, mida ajalooliselt kunagi ei eksisteerinud. Juba projekti taotluses oli ilmne vastuolu toiduajaloo ja kohaliku toidu kui Liivimaa toidutee ressursside vahel. Toidupärandi võrdsustamine kohalikult toodetud toiduga peegeldas projekti ellu viivate turismiarendajate arusaamu, kuid ka avalikku diskursust ja toidupoliitikat, mis näevad toidukultuuris kohaliku komponenti ajaloolisest olulisemana. Mõned võrgustikus osalevad ettevõtjad pakuvad tõepoolest häid näiteid ajaloolisele tavale tuginevatest toidutoodetest (näiteks kanepivõie) või võimalusi võtta ise osa pärandil põhineva toidu valmistamisest (näiteks traditsioonilise rukkileiva küpsetamise õpitoad). Paljudel juhtudel saab tootjate käest osta siiski pigem kohapeal kasvatatud toorainest valmistatud

12 Projekti kogueelarve oli 1 059 789 eurot. Vt projekti kirjeldust täpsemalt Eesti Maaturismi kodulehel: <https://www.maaturism.ee/index.php?id=projektist--eesmargid-ja-tegevused>.

13 Ajalooline Liivimaa hõlmas alates 12.–13. sajandist suurema osa praegusest Eestist ja Lätist. See administratiivne piirkond eksisteeris võõrvõimude all kuni 20. sajandi alguseni. Kuigi põlisrahvad (tänapäeva eestlased ja lätlased) säilitasid oma erinäolised kultuurid, oli nende toidutavades palju ühist.

toidutooteid, mis põhinevad teistel kultuuritraditsioonidel (näiteks jaanalinnuliha ja -munad, Hollandi ja Prantsuse tüüpi juustud). Kuigi toidutee infomaterjalid rõhutavad kohalikku päritolu toite, on need sageli menüüdes marginaalsed ja võrgustikku kuuluvad ka mitmed friikartuleid, kanatiibu, pelmeene jms pakkuvad pubid. Seega ei näinud arendajad selle pärandturismi algatuse baasina ajaloolist tõepära. Selline lähenemine võib aga sügavama või spetsiifilise toiduajaloo huviga pärandituristile olla segadust tekitav või isegi eksitav.

Erinevalt näiteks Österleni toiduturismi piirkonna ja toidutee arendamisest Rootsisis 2007–2008, kui toidukultuuri uurivalt etnoloogilt telliti pilootuuring ja sellest lähtuvalt planeeriti järgnev arendustöö (vt Jönsson 2008: 76–78), ei kaasatud „Liivimaa maitsete“ projekti ettevalmistavasse etappi toiduajaloo eksperte ja ka eelarves ei nähtud ette uuringute vajadust. Kui projekt oli juba alanud, tõstatas üks võrgustiku liikmeid, kes oli varem töötanud muinsuskaitsektoris, siiski küsimuse toiduajaloolase ekspertnõustamise kohta. Projekti juhid nõustasid tellima ERMi teadurilt ajaloouringu, kuid alahindasid tugevalt sellise töö mahukust ja hinda. 2018. aasta juunis valmiski meil ülevaade Vana-Liivimaa toidukultuurist, üksikasjalikud kirjeldused iseloomulikest toiduainetest ja ajastuomastest toitudest. Paraku ei saanud me vaatamata oma soovile tagasisidet tekstide konkreetse edasise kasutuse kohta. Meie koostatud tekste ei tutvustatud võrgustiku liikmetele ega kasutatud neile suunatud üritustel, kuid projekti lõpus said need siiski kättesaadavaks „Liivimaa maitsete“ veebilehel (Liivimaa toidupärand).

Selles koostöös polnud meil võimalust ega ressursse suhelda otse toidutootjate ja toitlustajatega, kuna projekti koordineerijad olid turismi arendavad organisatsioonid, kes ei näinud ette, et meil oleks selle võrgustiku arendamisel oma roll. Seetõttu oli toidupärandi tõlgendamisel võimatu järgida demokraatliku arutelu põhimõtteid ning meil ei tekkinud koostööd ettevõtjatega. Meie seisukohalt ei suutnud võrgustiku juhid vahendada suhtlust muuseumi ja ettevõtjate vahel. Uurijaid ei käsitletud selles koostöös võrdsete partneritena, vaid pigem välise ajutiste alltöövõtjatena, kelle panusesse suhtuti mõneti formaalselt. Mõiste „Liivimaa toidupärand“ jäi ettevõtjatele ebaselgeks ja tulemuseks olid Liivimaa toidutee sildi all esitletud vastuolulised toodete ja teenuste tõlgendused.

Kirjeldatud näide tõi esile probleemid, mis tekivad, kui pärandistamisel lähtutakse eeskätt turunduseesmärkidest ja projektipõhise arendustöö vajadustest. Ühe ajaloolise piirkonna toidupärandit käsitleti pigem instrumentaalselt, mitte teadlikult ega vastutustundlikult. Paraku, kui mis tahes toidukultuuri elemente käsitleda toidupärandina, siis kaotab mõiste ka müügikontekstis

oma lisaväärtuse. Vähesel ajalootundmisel võivad pärandistamises olla negatiivsed tagajärjed. Näiteks võib see diskrediteerida nende ettevõtjate mainet, kes on pühendunud ajaloolise toidupärandi teadlikule vahendamisele tarbijatele või turistidele.

See kogemus tõi esile asjaolu, et „pärandikirjaoskus“ – nii kultuuripärandiga seotud teadmised kui pärandistamise protsesside mõistmine – peaks ka turismisektoris pälvima enam tähelepanu (vt Babić 2016: 24–26). Samuti tuleks turismiarenduses rohkem teadvustada muuseumitöötajate või kultuuriuurijate ajalooalase ekspertteadmise vajalikkust. Muuseum omakorda peaks aktiivsemalt edastama sõnumit, et ollakse valmis tegema turismisektoriga koostööd ning ise järjepidevalt konsultatsioone pakkuma ja näitama üles valmidust osaleda rakendusuringutes. Selle koostöö puhul osutus peamiseks probleemiks suhtlus turismiprojekti ellu viiva organisatsiooniga, kes ei pidanud sisulist arutelu pärandi tõlgendamise teemal vajalikuks. Seetõttu ei olnud muuseumil tegelikult võimalik selles koostööprojektis lähtuda demokraatlikust pärandikäsitlusest. Kirjeldatud kogemus näitas ka, et kui suhtlust muuseumitöötajate ja ettevõtjate vahel vahendab kolmas osapool, siis ei pruugi see koostööd hõlbustada, vaid pigem vastupidi.

### Kokkuvõtteks

Toiduprojekti tegevustes tulid kujukalt esile toidupärandi erinevad tõlgendused toidutootmisega seotud ettevõtetes ja turismisektoris. Saime projektiga seotud ettevõtjatelt ja arendajatelt teada, millised on nende ootused ja vajadused, ning ühtlasi analüüsisime ühiselt, millised on muuseumi võimalused neid ootusi ja vajadusi täita. Mõistsime, et toidupärandiga tegeldes ei saa uurijad jääda vaid kitsalt kultuuripärandialase ekspertteadmise pakkumise juurde, vaid peavad vastavalt koostööpartnerite ootustele laiendama oma tegevuse piire, panustades ka turunduslike materjalide loomisse (nagu näiteks filmide ja Liivimaa toidutee puhul). Soov anda oma panus tootearendusse viis ka muuseumi seisukohalt uudsete koostöövormide ja tulemusteni, rakendades näiteks loomeuurimust, mis sündis koosloome põhimõttel ja erines selle poolest ERMi varasemast etnograafilisest dokumenteerimisest filmimeediumi abil. Ühtlasi võimaldas filmide loomine ja kättesaadavaks tegemine sotsiaalmeedia platvormil Youtube laiendada digitaalsete vahendite abil muuseumi piire. Toidusuveniiri konkurss oli muuseumi eksperiment, mille käigus saadi ettevõtjatelt lühikese aja jooksul võrdlemisi representatiivne kogum toidupärandil põhinevaid tooteid. Konkursile laekunud tooted ja nende lood

peegeldasid ilmekalt, kui erinevalt seostavad ettevõtjad oma toodet toidupärandiga. See kogemus aitas mõista, et konkurss ei ole sobiv formaat, millega saaks ettevõtjaid kaasata ühisesse arendustegevusse toidupärandi alal. Uurijatena nägime Liivimaa toidutee loomise projektis osalemises võimalust panustada arenduskoostöösse toiduturismi alal. Paraku kogesime, et kuna turismiarendajad tõlgendasid toidupärandit puht instrumentaalselt, siis ei näinud nad meid olulise ja võrdse partnerina. See oli kujukas õppetund, et pelgalt turunduseesmärkidest lähtuv pärandistamine ei saa kultuuripärandi uurijatele olla alus kestlikule koostööle.

Mingis mõttes oli toiduprojekt ühtlasi ERMi katse turundada end kui võimalikku partnerit ettevõtjatele ja ettevõtluse arendajatele. Projekti käigus tõdesime, et toidutootmises tegutsevad ettevõtjad ei pruugi näha toidupärandis ressursi, mis nende tootele lisaväärtust annab, ning isegi kui neil on toidupärandi vastu huvi, ei pruugita osata muuseumist selle kohta nõu küsima tulla. Selgelt ilmnes, et just koostöö tootearenduse suunal nõuab muuseumilt pikaajalist ja regulaarset suhtlust ning ühistegevusi piirkondlike arendusorganisatsioonide ja muidugi ka ettevõtjate endiga. Veelgi enam, toidupärandiga seotud tootearendus ei saa sündida, ilma et muuseum teeks koostööd teiste uurimisasutustega ja kultuuriuurijad teiste distsipliinide esindajatega (sh toidutehnoloogid, turunduse ja tootedisaini spetsialistid). Just selline interdistsiplinaarne ekspertteadmine võiks olla toidutootjatele tõeliselt kasulik. Omaette küsimuseks jääb, kes seda koordineeriks ja finantseeriks olukorras, kus teadustöö rahastus põhineb ajutistel projektidel ja teaduspoliitika survestab uurimisasutusi omavahel pigem konkureerima kui koostööd tegema. Samas leiame, et muuseum kui kultuuri- ja uurimisasutus ei peaks kohanema ainult turu nõudmistega või erinevate huvigruppide kui klientide soovidega, vaid oluline on vaadata kogu organisatsioonis regulaarselt üle muuseumi enda prioriteete, väärtusi ja pärandikäsitlust. Kahtlemata on demokraatliku pärandikäsitluse ja kaasava muuseumi seisukohalt väljakutseks muuseumi teadustöötajate kui pärandiekspertide positsiooni ambivalentsemaks muutumine ja vajadus kriitiliselt ning reflekteerivalt analüüsida oma rolli pärandiloome protsessis, sealhulgas päranditõlgenduste kujundamisel ärisektoris.

ANU KANNIKE on etnoloogiadoktor, Eesti Rahva Muuseumi vanemteadur. Tema peamiseks uurimisvaldkonnaks on argikultuur, eeskätt 20. ja 21. sajandi kodu- ja toidukultuur, samuti kaasaegsed päranditõlgendused ning museoloogia. Ta on toimetanud mitmeid teadusväljaandeid, kureerinud ja arvustanud näitusi.

ESTER BARDONE on etnoloogiadoktor, Tartu Ülikooli kultuuriteaduste instituudi etnoloogia lektor. Tema peamiseks uurimisvaldkonnaks on kultuuripärandi tänapäevased tõlgendused, eeskätt maaturism ja toidukultuur 20.–21. sajandi Eestis, samuti kultuuripärandi poliitika. Ta on läbi viinud kultuuripärandi alaseid koolitusi ja osalenud rakendusprojektides.

## Allikad

ASTRA taotlus 2016 = Projekti „Konkurentsivõimeline teadustegevus Eesti Rahva Muuseumi akadeemiliste vastutusvaldkondades“ taotlus Euroopa Liidu struktuurivahenditest rahastamiseks (dokument Eesti Rahva Muuseumi arhiivis).

Intervjuu 15.08.2017 = Ester Bardone intervjuu Eda Veerojaga. 15.08.2017. Käsikiri autori valduses.

Leivategija, Karin. 2019. *Mooska. Suitsuliha valmistamine*. <https://www.youtube.com/watch?v=oGb5RoF4ogY>. Vaadatud 1.03.2021.

Lomp 2020 = ERMi müügijuhi Kaisa Lombi e-kiri Anu Kannikesele 25.11.2020.

Runnel, Pille ja Agnes Aljas. 2016. Kuraatori-tekstid „Süüa me teeme“ ERMi püsinäitusel „Kohtumised“.

## Kirjandus

Babić, Darko. 2016. Bridging the boundaries between museum and heritage studies. – *Museum International* 68 (1–2): 15–28.

Bardone, Ester. 2013. *My Farm is My Stage: A Performance Perspective on Rural Tourism and Hospitality Services in Estonia*. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus.

Bardone, Ester ja Anu Kannike. 2018. Eating out and in between: observations from the pop-up restaurant scene in Estonia. – *Folklore: Electronic Journal of Folklore* 71: 11–36.

Bardone, Ester ja Anu Kannike. 2020. Remembering Soviet food culture. Experiences of a memory community in Estonia. – *Food and History* 18 (1–2): 115–142.

Bardone, Ester ja Anu Kannike. 2021. Negotiating food heritage interpretations: Experiences of

a project at the Estonian National Museum. – *Journal of Ethnology and Folkloristics* 15 (2): 112–134.

Bardone, Ester; Anu Kannike, Pille Runnel ja Karin Leivategija. 2021. Collaborative and contributory partnerships: A food heritage project at the Estonian National Museum. – *Museum Management and Curatorship* 36 (5): 303–317.

Bardone, Ester ja Astra Spalvěna. 2019. European Union food quality schemes and the transformation of traditional foods into European products in Latvia and Estonia. – *Appetite* 135: 43–53.

Bendix, Regina. 2008. Heritage between economy and politics: an assessment from the perspective of cultural anthropology. – Laurajane Smith, Natsuko Akagawa (toim.). *Intangible Heritage*. London: Routledge, 253–269.

- Bendix, Regina, Aditya Eggert ja Arnika Peselmann (toim.). 2013. *Heritage Regimes and the State*. Göttingen: Universitätsverlag Göttingen.
- Bessièrre, Jacinthe. 2013. 'Heritagisation', a challenge for tourism promotion and regional development: An example of food heritage. – *Journal of Heritage Tourism* 8 (4): 275–291.
- Clifford, James. 1997. *Routes: Travel and Translation in the Late 20th Century*. Cambridge: Harvard University Press.
- Dare, Rebecca; Håkan Jönsson ja Hans Knutsson. 2013. Adding value in food production. – I. Muzzaluopo (toim.). *Food Industry*. Intech-Open, 669–697. <https://www.intechopen.com/books/food-industry/adding-value-in-food-production>. Viimati külastatud 1.03.2021.
- Davis, Peter. 2007. Place exploration: Museums, identity, community. – Sheila Watson (toim.). *Museums and Their Communities*. Abingdon: Routledge, 73–95.
- DeSoucey, Michaela. 2010. Gastronationalism: Food traditions and authenticity politics in the European Union. – *American Sociological Review* 75 (3): 432–455.
- Di Fiore, Laura. 2019. Heritage and food history: A critical assessment. – I. Porciani (toim.). *Food Heritage and Nationalism in Europe*. Routledge, 35–50.
- Eero, Kersti. 2018. Tänapäevane Eesti köök: kilu käib kokku hernekreemiga ja verivorst rabarberiga. – *Õhtuleht* 3.02. [https://toidutare.ohuleht.ee/855961/tanapaevane-estee-kook-kilu-kaib-kokku-hernekreemiga-ja-verivorst-rabarberiga?utm\\_source=facebook&fbclid=IwAR1aX5nyoaYxwYoKnVfli1MK1GmMWp5lu-zNBp11uKw7cMm3n1lcK4yLYbU](https://toidutare.ohuleht.ee/855961/tanapaevane-estee-kook-kilu-kaib-kokku-hernekreemiga-ja-verivorst-rabarberiga?utm_source=facebook&fbclid=IwAR1aX5nyoaYxwYoKnVfli1MK1GmMWp5lu-zNBp11uKw7cMm3n1lcK4yLYbU). Viimati külastatud 1.03.2021.
- Eesti toidu arengukava 2014 = *Eesti Toit 2015–2020. Eesti toidu tutvustamise ja müügiarenduse kava. Visioonidokument*. Eesti Põllumajandusministeerium. 29.12.2014. <https://www.agri.ee/sites/default/files/content/arengukavad/eesti-toit-2015-visioonidokument.pdf>. Viimati külastatud 1.03.2021.
- Eesti vaimse kultuuripärandi nimistu. <https://rahvakultuur.ee/vkp/nimistu/>. Viimati külastatud 1.03.2021.
- Ekström, Karin M. 2020a. Introduction. – K. Ekström (toim.). *Museum Marketization. Cultural Institutions in the Neoliberal Era*. London & New York: Routledge, 1–15.
- Ekström, Karin M. 2020b. Market orientation as the epicenter of art museums. Museum shops, fashion exhibitions and private collections. – K. Ekström (toim.). *Museum Marketization. Cultural Institutions in the Neoliberal Era*. London & New York: Routledge, 134–152.
- ERMi toidusuveniiri konkursi 2018 = Konkursi „Eesti Rahva Muuseumi toidusuveniiri” tingimused. [https://www.erm.ee/sites/default/files/toidusuveniiri\\_konkursi\\_tingimused\\_2018\\_parandatud.pdf](https://www.erm.ee/sites/default/files/toidusuveniiri_konkursi_tingimused_2018_parandatud.pdf). Viimati külastatud 1.03.2021.
- Falk, John H. ja Lynn D. Dierking. 2016. *The Museum Experience Revisited*. Abingdon: Routledge.
- Fuller, Gordon W. 2011. *New Food Product Development. From Concept to Marketplace*. 3<sup>rd</sup> edition. CRC Press, Taylor and Francis Group.
- Geyzen, Anneke. 2014. Food studies and the heritage turn: A conceptual repertoire. – *Food and History* 12 (2): 67–96.
- Grasseni, Cristina. 2011. Re-inventing food: Alpine cheese in the age of global heritage. – *Anthropology of Food* 8. <https://journals.openedition.org/aof/6819>. Viimati külastatud 1.03.2021.
- Hashimoto, Atsuko ja David J. Telfer. 2015. Culinary trails. – Dallen J. Timothy (toim.). *Heritage Cuisines. Traditions, Identities and Tourism*. London: Routledge, 132–147.
- ICOM. *Museum definition*. ICOM. <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>
- Johnson, Paula J. 2016. Growing food history on a national stage: A case study from the Smithsonian's National Museum of American History. – Nina Levent, Irina D. Mihalache (toim.). *Food and Museums*. Bloomsbury Publishing, 113–129.
- Jönsson, Håkan. 2008. The Cultural Analyst: An Innovative Intermediary? <https://portal.research.lu.se/portal/files/3375170/4285820.pdf#page=77>. Viimati külastatud 1.03.2021.
- Jönsson, Håkan. 2012. Ethical aspects of applied ethnological food research. – Patricia Lysaght (toim.). *Time for Food. Everyday Food and Changing Meal Habits in a Global Perspective*. Åbo: Åbo Akademi University Press, 29–43.
- Kalvik, Silvia. 1970. *Eesti rahvatoite*. Tallinn: Valgus.
- Kannike, Anu ja Pille Runnel. 2017. Sissejuhatus. – Pille Runnel ja Agnes Aljas (toim.). *Eesti Rahva Muuseumi aastaraamat* 60. Tartu: Eesti Rahva Muuseum, 9–13.



- Kannike, Anu ja Ester Bardone. 2017. Kitchen as a material and lived space: representations and interpretations in Estonian museums. – *Ethnologia Fennica. Finnish Studies in Ethnology* 44: 5–22.
- Kannike, Anu ja Ester Bardone. 2019. Toit, mis ei mahu taldrikule. ERMi ajaveeb. <https://blog.erm.ee/?p=12726>. Viimati külastatud 1.03.2021.
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara. 1998. *Destination Culture: Tourism, Museums and Heritage*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara. 2017. From ethnology to heritage: The Role of the Museum. – C. Kurt Dewhurst, Patricia Hall, Charlie Seeman (toim.). *Folklife and Museums: Twenty-First-Century Perspectives*. Rowman & Littlefield, 177–192.
- Komarac, Tanja; Durdana Ozretic-Dosen ja Vatroslav Skare. 2019. The role of the museum shop: Eliciting the opinions of museum professionals. – *International Journal of Arts Management* 21 (3): 28–41.
- Konsa, Kurmo. 2014. *Laulupidu ja verivorst: 21. sajandi vaade kultuuripärandile*. Tartu Kõrgema Kunstikooli Toimetised 19. Tartu: Tartu Kõrgem Kunstikool.
- Kovács, Ildikó ja Gyula Nagy. 2013. Tourism in peripheric regions – the possibilities of the thematic routes. – *Analele Universitatii din Oradea Seria Geografie* 23 (2): 220–228.
- Levent, Nina ja Irina D. Mihalache (toim.). 2017. *Food and Museums*. Bloomsbury Publishing.
- Liivimaa Maitseed koduleht = Liivimaa Maitseed. Kulinaarne rännak Eestis ja Lätis. <https://flavoursoflivonia.com/et/mini-liivimaa-toidutee>. Viimati külastatud 1.03.2021.
- Liivima Maitseed, EPKK = Liivimaa toidupärimusel põhineva turismitoote loomine ja turundamine. Eesti Põllumajandus-Kaubanduskoda. <https://epkk.ee/liivimaa-maitseed/>. Viimati külastatud 1.03.2021.
- Liivimaa toidupärand = Liivimaa toidupärand. – Liivimaa Maitseed. Kulinaarne rännak Eestis ja Lätis. <https://flavoursoflivonia.com/et/toiduparandi-kujunemine>. Viimati külastatud 1.03.2021.
- Martin, Laura W.; Lynn Uyen Tran ja Doris B. Ash (toim.). 2019. *The Reflective Museum Practitioner: Expanding Practice in Science Museums*. Abingdon: Routledge.
- Mihalache, Irina D. 2016. Critical eating: Tasting museum stories on restaurant menus. – *Food, Culture & Society* 19 (2): 317–336.
- Moon, Michelle ja Cathy Stanton. 2018. *Public History and the Food Movement: Adding the Missing Ingredient*. London: Routledge.
- Moor, Aliise. 2007. *Eesti talurahva vanem toit*. 2. trükk. Tartu: Ilmamaa.
- Mooska talu veebileht. <http://www.mooska.eu/index.php>. Viimati külastatud 1.03.2021.
- Muuseumikülastajate uuring 2018 = Kantar Emor. 2018. Muuseumide ja raamatukogude külastajate ja mittekülastajate uuring. Uuringu lõpparuanne. [https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/muuseumide\\_ja\\_raamatukogude\\_kulastajate\\_ja\\_mittekulastajate\\_uuringu\\_lopparuanne\\_o.pdf](https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/muuseumide_ja_raamatukogude_kulastajate_ja_mittekulastajate_uuringu_lopparuanne_o.pdf). Viimati külastatud 1.03.2021.
- Nikolic, Tamara; Yorick Neyrinck, Eveline Seghers ja Evdokia Tsakiridis. 2020. *Museums and Cultural Heritage. Towards a Third Space in the Heritage Sector*. <https://www.ichandmuseums.eu/en/toolbox/book-museums-and-intangible-cultural-heritage>. Viimati külastatud 1.03.2021.
- Piiri, Reet. 2006. See varumise harjumus – toidukultuurist Nõukogude Eestis. – *Eesti Rahva Muuseumi aastaraamat* 49. Tartu: Eesti Rahva Muuseum, 49–90.
- Põhja-Eesti kohalik toit. <https://kohaliktoit.arenduskoda.ee/>. Viimati külastatud 1.03.2021.
- Rattus, Kristel. 2016. Dialoogilises Eesti Rahva Muuseumi püsinäitusel „Kohtumised“. – Pille Runnel ja Agnes Aljas (toim.). *Eesti Rahva Muuseumi aastaraamat* 59. Tartu: Eesti Rahva Muuseum, 142–161.
- Reidla, Jana. 2020. Identity and the controversial experiences of museum researchers: The case of the national museums of Finland and the Baltic States. – *Journal of Ethnology and Folkloristics* 14 (2): 99–122.
- Savvusann = Vana-Võromaa savvusann. <https://savvusann.ee/et/>. Viimati külastatud 1.03.2021.
- Slater, Don. 2011. Marketing as monstrosity: The impossible place between culture and economy. – Detlev Zwick, Julien Cayla (toim.). *Inside Marketing: Practices, Ideologies, Devices*. Oxford: Oxford University Press.
- Suitsusauna traditsioon = Smoke sauna tradition in Võrumaa. – UNESCO. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity.



- <https://ich.unesco.org/en/RL/smoke-sauna-tradition-in-voroomaa-00951>. Viimati külastatud 1.03.2021.
- TA potentsiaal 2019 = Teadus- ja arendustegevuse potentsiaal ja selle kasutamine ressursside väärdamise valdkonnas. Lõpparuanne 12.06.2019. Ernst & Young Baltic AS, Praxis Centre for Policy Studies Foundation. [https://www.etag.ee/wpcontent/uploads/2020/01/EY\\_Praxis\\_ETAG\\_1%C3%B5ppraport\\_12.06.2019.pdf](https://www.etag.ee/wpcontent/uploads/2020/01/EY_Praxis_ETAG_1%C3%B5ppraport_12.06.2019.pdf). Viimati külastatud 1.03.2021.
- Teadmistepõhine Eesti 2014 = *Teadmistepõhine Eesti. Eesti teadus- ja arendustegevuse ning innovatsiooni strateegia 2014–2020*. Tartu: Haridus- ja Teadusministeerium. [https://www.hm.ee/sites/default/files/59705\\_teadmistepohine\\_eesti\\_est.pdf](https://www.hm.ee/sites/default/files/59705_teadmistepohine_eesti_est.pdf). Viimati külastatud 1.03.2021.
- Timothy, Dallen ja Stephen W. Boyd. 2006. Heritage tourism in the 21st century: Valued traditions and new perspectives. – *Journal of Heritage Tourism* 1 (1): 1–16.
- Timothy, Dallen J. 2015. Introduction: Heritage cuisines, foodways and culinary traditions. – Dallen J. Timothy (toim.). *Heritage Cuisines: Traditions, Identities and Tourism*. Routledge, 1–24.
- Tlili, Anwar. 2014. Managing performance in publicly funded museums in England: Effects, resistances and revisions. – *International Journal of Heritage Studies* 20 (2): 157–180.
- UNESCO lists = UNESCO lists of intangible cultural heritage. <https://ich.unesco.org/en/lists>. Viimati külastatud 1.03.2021.
- Valentinčič Furlan, Nadja. 2015. Visual anthropology in museums. The case of the Slovene Ethnographic Museum. – Nadja Valentinčič Furlan, Miha Pece, Monika Kropelj Telban (toim.). *Vizualna antropologija. Osebne izkušnje in institucionalni vidiki. Visual Anthropology. Personal Experiences and Institutional Aspects. Institute of Slovenian Ethnology*. [https://www.etno-muzej.si/files/valenticic\\_furlan\\_visual\\_anthropology\\_in\\_museums\\_2015.pdf](https://www.etno-muzej.si/files/valenticic_furlan_visual_anthropology_in_museums_2015.pdf). Viimati külastatud 1.03.2021.
- Võsu, Ester ja Anu Kannike. 2011. My home is my stage: Restaurant experiences in two Estonian lifestyle enterprises. – *Journal of Ethnology and Folkloristics* 5 (2): 19–47.
- Värnik, Külli ja Heidi Vihma. 2018. *Tänapäevane eesti köök*. Tallinn: Varrak.
- Wasson, Haidee. 2015. The elastic museum: Cinema within and beyond. – Michelle Henning (toim.). *The International Handbooks of Museum Studies: Museum Media*. First edition. New York: John Wiley & Sons, 603–627.