

Narodne knjižnice Krapinsko-zagorske županije i turizam

Drempetić, Silvija

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:847240>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-21**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI
KATEDRA ZA BIBLIOTEKARSTVO
Ak. god. 2019./2020.

Silvija Drempetić

Narodne knjižnice Krapinsko-zagorske županije i turizam

Diplomski rad

Mentor: izv. prof. dr. sc. Ana Barbarić

Zagreb, ožujak 2020.

Izjava o akademskoj čestitosti

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je ovaj rad rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na istraživanjima te objavljenoj i citiranoj literaturi. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Sadržaj:

1. UVOD.....	4
2. KNJIŽNICA	2
2.1. NARODNA KNJIŽNICA	3
2.2. NARODNE KNJIŽNICE KRAPINSKO-ZAGORSKE ŽUPANIJE.....	4
3. TURIZAM.....	5
3.1. KONTINENTALNI TURIZAM	5
3.1.1. TURIZAM KRAPINSKO-ZAGORSKE ŽUPANIJE.....	6
3.2. KULTURNI TURIZAM	7
3.2.1. KNJIŽNI TURIZAM	8
3.3. TURIST DANAS.....	9
4. NARODNE KNJIŽNICE I ULOGA U TURIZMU.....	11
4.1. NARODNE KNJIŽNICE I ULOGA U KULTURNOM TURIZMU	12
5. ISTRAŽIVANJE.....	14
6. RASPRAVA O REZULTATIMA ISTRAŽIVANJA	25
7. MODEL UKLJUČENOSTI NARODNIH KNJIŽNICA U TURIZAM	26
7.1. KAKO NARODNE KNJIŽNICE UVRSTITI U TURISTIČKU PONUDU?	30
7.2. NARODNE KNJIŽNICE I OSMIŠLJAVANJE TURISTIČKE PONUDE.....	31
7.3. INTERPRETACIJA BAŠTINE.....	32
7.4. ZAVIČAJNE ZBIRKE.....	33
7.5. DIGITALIZACIJA KULTURNE BAŠTINE.....	35
8. OSNOVNI PROBLEMI NARODNIH KNJIŽNICA.....	37
8.1. MARKETING	38
8.2. SURADNJA.....	39
9. KAKO POBOLJŠATI SVOJE NARODNE KNJIŽNICE	40
9.1. MALI KORACI U SAMOJ KNJIŽNICI.....	41
9.2. PRIMJERI DOBRE PRAKSE.....	45
10. ZAKLJUČAK.....	48
11. LITERATURA	50
12. POPIS SLIKA.....	54
13. PRILOZI	55
14. SAŽETAK	61
15. SUMMARY	62

1. UVOD

Radeći u Knjižnici Ivana Belostenca u Lepoglavi i u Gradskoj knjižnici u Zlataru u više navrata su mi na vrata došli turisti s različitim molbama. Od informacija o mjestu i određenim lokalitetima, do informacija o zgradi knjižnice, informacija o radu muzeja i drugih institucija, s pitanjima gdje kupiti suvenir. Bilo je tu i upita o građi za posudbu, beletristike, ali i stručne literature, a u svrhu istraživanja. Neki su tražili samo pristup internetu, a jedna obitelj iz Amerike je tražila informacije o svojim potomcima. Zapitala sam se: koliko puta stranci dođu i ništa od nas ne čuju? Nije u pitanju samo njihova otvorenost za slušanje, već i naša za pričanje.

Shvatila sam da je knjižnica jedino mjesto gdje su se ti određeni turisti mogli zaputiti u potrazi za informacijama, te sam uvidjela važnost knjižnice u današnjem društvu u odnosu na turizam. Pokazati drugima da je tako, da knjižnica čini i nudi puno više od posuđivanja i razduživanja knjiga bio je osnovni cilj moga rada.

Slijedeća stvar koja me je ponukala na obradu ove teme su moji posjeti određenim knjižnicama na putovanjima. Moram priznati da nisu posjeti knjižnicama razlozi mojih putovanja, ali u kojem god da gradu boravim, obavezno posjetim knjižnicu ako je mjesto ima. Pozitivne strane koje sam u njima uočila, ali i negativne, pomoći će mi u shvaćanju uloge knjižnice u turizmu.

I posljednja stvar o kojoj sam puno razmišljala je zašto je kontinentalna Hrvatska, a u mojem slučaju Krapinsko-zagorska županija toliko turistički manje razvijena od, na primjer, Istre ili Dalmacije. Željala sam vidjeti koliko su narodne knjižnice uključene u turizam, koliko mogu pomoći u razvoju turizma i da li knjižničari uopće prepoznaju svoju ulogu u tom smjeru.

Budući su organizirani brojni skupovi na tu i slične teme i da je napisano nekoliko članaka i doktorska dizertacija, shvatila sam da knjižnice u turističkoj ponudi i razvoju turizma imaju puno potencijala.

Narodne knjižnice i turizam tema je kojom bi se knjižnice Krapinsko-zagorske županije trebale baviti sustavno i kao takvu ugraditi je u svoje razvojne strategije. Knjižnica još nije našla svoje mjesto u turizmu iako posjeduje nemjerljive potencijale koje treba početi iskorištavati i adekvatno valorizirati.

Željala sam ukazati na stanje knjižnica, ali i dati smjernice za poboljšanje stanja navodeći brojne primjere dobre prakse.

Istraživanje je usmjereno na ispitivanje sveobuhvatnog odnosa između turizma i narodnih knjižnica Krapinsko-zagorske županije.

UNESCO-ovo je uvjerenje, a koje se izražava i u Manifestu za narodne knjižnice, da je „narodna knjižnica vitalna snaga u obrazovanju, kulturi i obavješćivanju.“¹

S obzirom na navedeno, postavljene su hipoteze: H1 Narodne knjižnice Krapinsko-zagorske županije imaju višestruku ulogu u turizmu, i to: H1-1 informacijsku ulogu u teorijskoj podršci znanstvenicima i istraživačima turizma, i u zadovoljavanju informacijskih potreba turista; H1-2 obrazovnu ulogu u omogućavanju pristupa znanju i sadržajima knjižničnih fondova vezanih za turizam; H1-3 kulturnu ulogu u interkulturnoj interakciji između turista i lokalnog stanovništva te posredovanju lokalne kulturne baštine uz promicanje svijesti o kulturnom identitetu; H1-4 narodne knjižnice Krapinsko-zagorske županije se mogu uključiti u turizam kao turističke atrakcije. H2 Uloga narodnih knjižnica Krapinsko-zagorske županije u turizmu nije prepoznata ni adekvatno valorizirana.

2. KNJIŽNICA

Hrvatska enciklopedija pod natuknicom knjižnica (biblioteka) navodi sljedeću definiciju: „uređena zbirka pisane, tiskane ili druge grafičke, zvučne, vizualne i elektronske građe (uključujući filmove, fotografije, vrpce, mikrooblike, diskove i računalne datoteke te programe); naziv za zgradu ili prostor u kojem je zbirka smještena, obično posebno projektiran, izgrađen i opremljen za tu namjenu. [...] Knjižničnu građu sustavno odabire, prikuplja, stručno obrađuje, pohranjuje, zaštićuje, priprema i daje na korištenje (čitanje, učenje, stručno i znanstveno istraživanje) stručno osoblje, knjižničari (bibliotekari).“²

Funkcija knjižnica se mijenja u zavisnosti od zemlje gdje je nastala, povijesnog trenutka i potreba društva. Knjižnice zauzimaju važno mjesto u društvenom životu kao ustanove od javnog značaja, one su klasično i virtualno sjecište znanja, mišljenja i informacija, kulturno, društveno, informacijsko, obrazovno i komunikacijsko središte zajednice.

Knjižnice posjeduju knjižnu i neknjižnu kulturnu ostavštinu, stare i rijetke rukopise, knjige, slikovno i kartografsko gradivo, muzikalije, sitni tisak. No nije dovoljno samo posjedovati te zbirke, potrebno ih je na najrazličitije načine ljudima predstaviti. Ponuda knjižnice mora zadovoljiti zahtjeve poput atraktivnosti i kvalitete, mora izazvati radoznalost posjetitelja.

¹ IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice / uredile Christie Koontz i Barbara Gubbin. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011, str. 105.

² Knjižnica (biblioteka) / Hrvatska opća enciklopedija. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 1999-2009. Sv. 6. 2004., str. 12.-13.



Slika 1. Knjižnica Sveučilišta Trinity, Dublin

U knjizi *Abeceda kulturnog turizma*, autorica navodi knjižnice, uz državne arhive, muzeje, profesionalna kazališta, profesionalne orkestre i kinematografe, kao ostale potencijalne kulturno-turističke resurse. No nadalje navodi i kako samo postojanje kulturnih resursa ne označava i razvijenost kulturnog turizma. Nije svaka kulturna ustanova pogodna za razvoj turističke industrije, i to iz raznih razloga, od lošeg stanja lokaliteta do nezainteresiranosti zaposlenika kulturne ustanove da se uključe u turistički razvoj.³

2.1. NARODNA KNJIŽNICA

„Narodna knjižnica je organizacija koju osniva, podržava, i financira određena zajednica putem lokalne, regionalne ili nacionalne vlasti ili putem nekog drugog oblika organizacije. Ona osigurava pristup znanju, informacijama, cjeloživotnom učenju i djelima mašte pomoću niza izvora i službi, a na raspolaganju je svim članovima zajednice bez obzira na njihovu rasu, nacionalnost, dob, spol, religiju, jezik, invaliditet, ekonomski i radni status te obrazovanje. Glavne su djelatnosti narodne knjižnice pružanje usluga i osiguravanje građe na različitim medijima kako bi zadovoljila obrazovne i informacijske potrebe te potrebe za osobnim razvojem, uključujući i razonodu i potrebe vezane uz slobodno vrijeme, kako pojedinaca tako i grupa.“⁴

„Narodna knjižnica ima važnu ulogu osiguravanja žarišta kulturnog i umjetničkog razvoja zajednice te pomaganja pri oblikovanju i održavanju kulturnog identiteta zajednice.“⁵

³ Jelinčić, Daniela Angelina. *Abeceda kulturnog turizma*. Zagreb: Meandarmedia : Meandar, 2008., str. 264.

⁴ IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Op. cit., str. 15.

⁵ Ibid, str. 20.

„Narodna knjižnica treba biti ključan čimbenik u lokalnoj zajednici u sakupljanju, čuvanju i promidžbi lokalne kulture u svoj njezinoj raznolikosti. I to, održavanjem zavičajne zbirke, izložbama, pričanjem priča...“⁶

2.2. NARODNE KNJIŽNICE KRAPINSKO-ZAGORSKE ŽUPANIJE

Sustav zagorskih narodnih knjižnica čini 12 knjižnica. Narodne knjižnice Krapinsko-zagorske županije su središta i informacijske točke svojih lokalnih zajednica, ključni kulturni centri u široj društvenoj zajednici. Knjižnice predstavljaju kulturnu, povijesnu i tradicijsku baštinu svog mjesta, a knjižničari su njeni promotori.

Narodne knjižnice se u Krapinsko-zagorskoj županiji, za razliku od knjižnica u turističkim središtima na Jadranu, slabije bave pojmovima turizma, iako u okviru kulturne i javne djelatnosti često jesu nositelji kulturne ponude mjesta u kojem djeluju organizacijom izložbi, koncerata, književnih susreta, javnih tribina, projekcija filmova i slično. Fondovi knjižnica bogati su zavičajnim blagom i književnim ostavštinama zavičajnika te su dragocjen izvor informacija. Međutim, knjižnice Krapinsko-zagorske županije od strane lokalne zajednice, ali i turističkih ureda, vrlo često nisu prepoznate kao potencijalna turistička odredišta, ni uvrštene u turističku ponudu. Prevladava stereotipno mišljenje o knjižnicama kao spremištima knjiga, poslužiteljima lektirnih naslova ili samodostatnim i zatvorenim zajednicama u koje zalaze samo članovi koji plaćaju članarinu.

Narodne knjižnice Krapinsko-zagorske županije su često jedina kulturna ustanova u gradu i time nositelj aktivnosti koje promiču kulturnu baštinu lokalne zajednice. Nezaobilazni su prostor koji posjećuju svi koji rade na nekom projektu kako bi proučili izvore znanja te pronašli nove informacije koje će im pomoći pri radu.

Knjižnice Krapinsko-zagorske županije su zastupljene na portalima općina i gradova, no još uvijek nisu navedene i uključene u turističku ponudu mjesta. I iako su knjižnice Krapinsko-zagorske županije jednako vrijedan i važan dio turističke ponude većih turističkih centara, kao i manjih, turistički manje razvijenih krajeva, ocjena trenutnog stanja i udio narodnih knjižnica Krapinsko-zagorske županije u turizmu nije zadovoljavajuća.

Kako bi se stanje popravilo moraju biti stvoreni određeni preduvjeti: potrebno je uspostaviti sustav organizacije i partnerstva, podići stupanj znanja i vještina, unaprijediti sustav promocije i distribucije kulturno-turističkih proizvoda, stvoriti pozitivno okruženje za stvaranje inicijativa, sve interesne skupine moraju razumijeti ulogu knjižnica u kulturnom, turističkom i cjelokupnom razvoju, potrebno je osigurati stabilne uvjete financiranja, te razvijati svijesti kod lokalnih i regionalnih samouprava i turističkih djelatnika.

⁶ IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Op. cit., str. 23.

3. TURIZAM

O važnosti turizma kao društvene pojave od gospodarskog značaja svjedoče brojni statistički podaci.

Turizam se kao relativno mlada gospodarska grana počinje vrlo intenzivno razvijati sredinom 20. stoljeća, a već polovicom osamdesetih godina zauzima treće mjesto u međunarodnoj trgovinskoj razmjeni (iza nafte i naftnih derivata te automobila).“⁷

Kako je turizam ona djelatnost koja najbolje predstavlja Republiku Hrvatsku u svijetu, koja značajno unosi sredstva u državni proračun, kako je definirana pozicija Republike Hrvatske kao turističke zemlje, na tragu jačanja i povezivanja ostalih djelatnosti s turizmom u cilju stvaranja snažnije, bogatije i šire ponude jest i suradnja ustanova u kulturi s turizmom kao i stvaranja Ureda za kulturni turizam.

3.1. KONTINENTALNI TURIZAM

Kontinentalni turizam u Hrvatskoj neprestano se razvija, a njegova ponuda sve se više obogaćuje. Kontinentalne županije u tom smislu ima mnogo za ponuditi potencijalnim gostima, od prirodnih bogatstava, lovnog i ribolovnog turizma, gastro i enogastronomije do vjerskog i kulturnog turizma. Broj je smještajnih kapaciteta u porastu, a u proteklih je nekoliko godina mnogo učinjeno na medijskoj promociji kontinentalnih županija i obogaćivanju sadržaja kojima se motivira kako domaće stanovništvo tako i potencijalni posjetitelji (razni festivali, sajmovi, promocije jela i pića, nastupi kulturno-umjetničkih društava, izložbe etnološke građe i slično).

„Kontinentalne županije se oslanjaju na kulturu kao na osnovni resurs. Kako su najveći potrošači kulturnog turizma obično domaći turisti, strategije tih županija morat će se usmjeriti upravo na privlačenje i revitalizaciju tog tržišta.“⁸

I inozemna turistička potražnja temelji se na porastu interesa za autentičnim proizvodima i kulturnom baštinom. Međutim, uočavaju se i sljedeći problemi: „inozemni gosti izražavaju nezadovoljstvo kulturnom ponudom, a osobito označavanjem kulturnih znamenitosti; gosti su nezadovoljni i nedovoljnim informacijama o tome što destinacije nude, kao i njihovom kvalitetom; izraženo je i nezadovoljstvo inozemnih gostiju raznolikošću kulturne turističke ponude“⁹

„Osnovni problemi su: nepostojanje prepoznatljivog kulturno-turističkog proizvoda; površno znanje lokalne populacije o vlastitoj baštini; nedovoljna ili loše organizirana promidžba;

⁷ Tokić, Ksenija. Uloga knjižnica u hrvatskom turizmu (dok. dis.). Zagreb: Institut za turizam, 2015., str. 2.

⁸ Jelinčić, Daniela Angelina. Op. cit., str. 261.

⁹ Ibid, str. 262-263.

nedovoljna suradnja između sektora kulture i turizma; nepostojanje savjetodavne institucije za organizatore kulturno-turističkih projekata.“¹⁰

Lokalne zajednice ipak u zadnje vrijeme uspješno ulažu u obnavljanje i očuvanje prirodnih i kulturnih znamenitosti i pokušavaju turiste pridobiti u posjet manje znanim turističkim destinacijama. Problem je u tome da turisti nisu upoznati s mogućnostima koja nude takva manja mjesta. Nacionalni turistički portali nude prije svega informacije o većim i više istraženim turističkim destinacijama, o manjim i turistički manje atraktivnim niti nemaju informacije. Potrebne su lokalne informacije dostupne na nekom portalu, koje bi nadopunjavale sadržaj turističkih portala. Potrebno je stvoriti imidž destinacije bogate osmišljenom i sadržajnom kulturnom-turističkom ponudom koja će povećati broj posjeta, ali i broj noćenja.

Da bi postali interesantna destinacija, nužno je da se pristupi lokalnoj povijesti i kulturi na nov i zanimljiv način, kako bi se zainteresirali potencijalni posjetitelji. Potrebno je pokazati lokalnu specifičnost, raznolikost i bogatstvo kulturne baštine. Kulturni programi moraju biti raznovrsni, dobro osmišljeni, s obzirom na analizu zainteresiranosti turista.

Turizam se sastoji od emocija, doživljaja i priče. Svako mjesto u Krapinsko-zagorskoj županiji ima toliko nevjerojatnih autohtonih priča, samo ih moramo ispričati.

3.1.1. TURIZAM KRAPINSKO-ZAGORSKE ŽUPANIJE

Turistički rezultati Krapinsko-zagorske županije za 2018. godinu pokazuju daljnji rast u dolascima (12,27%) i noćenjima (7,44%). Na Danima hrvatskog turizma županija je proglašena najuspješnijom turističkom destinacijom kontinentalne Hrvatske, dok je u finalnom izboru za najbolju turističku destinaciju u Hrvatskoj, zauzela drugo mjesto. Zabilježen je 159 191 dolazak i 348 694 noćenja.¹¹

Prostor Krapinsko-zagorske županije je kraj značajnih prirodnih, kulturnih, povijesnih i krajobraznih vrijednosti, bogat je graditeljskim naslijeđem prošlosti. Dominiraju izletnički, sportsko-rekreativni te vinsko-enološki i ruralni turizam. Na temelju kulturno-turističke ponude promoviran je diljem cijele Hrvatske. Brojni su spomenici kulture, sakralni objekti, koncerti, prikazi tradicijskog načina života, muzeji, galerije, dvorci, utvrde, arheološka nalazišta, biciklističke i vinske rute, obitelji koje su ostavile bogatu baštinu, folklorne, kulturne i sportske manifestacije koje svojom atraktivnošću privlače određenu turističku klijentelu (Bitka kod Stubice, Dani berbe grojzdja u Pregradi, Hodočašća u Mariji Bistrici, Klanječke jeseni, Rely Zagorska sela, Svjetski skup ski rolera u Oroslavju,...). Svako od tih događanja može obogatiti knjižnica toga kraja svojim prigodnim programom i sudjelovanjem (izložbe knjiga, skulptura, slika, tribine, predavanja, predstavljanje knjiga, obilježavanje

¹⁰ Jelinčić, Daniela Angelina. Op. cit., str. 266.

¹¹ Predstavljeni turistički rezultati KZZ za 2018. 16.1.2019. <http://m.kzz.hr/turisticki-rezultati-kzz-2018> (26.02.2020.)

obljetnica, koncerti, edukativne akcije, skupovi i konferencije, likovne kolonije, književni susreti...).



Slika 2. Logo Krapinsko-zagorske županije

Zagorje obiluje pučkim svetkovinama, vinogradima, kljetima, proštenjima, tamburicama, napitnicama, pjesmama i pošalicama koje se vezuju uz vinske običaje (Martinjske zabave), zavjetne kapelice nalaze se i u najmanjem mjestu, brojni književni i likovni stvaratelji djelovali su i djeluju na ovim prostorima. Svako od većih gradskih središta njeguje godišnje kulturno-turističke manifestacije koje uključuju kulturna, zabavna, izložbena, gastronomska i sportska događanja kojima nastoje promovirati svoje autohtone vrijednosti. Neizmjereno je bogatstvo nematerijalnih kulturnih dobara prikazanih na festivalima i narodnim svetkovinama.

I iako se većini ljudi čini da nedostaje ponuda koja bi mogla potaknuti veći broj dolazaka turista, čini mi se da je ustvari riječ o nedovoljnoj ili neadekvatno prezentiranoj ponudi.

3.2. KULTURNI TURIZAM

Kultura i bogato kulturno nasljeđe sve više se koristi kao motiv turističkih putovanja.

„Kulturni turizam- sva su putovanja s posjetima kulturnim atrakcijama izvan stalnog mjesta boravka radi stjecanja novih znanja i doživljaja što zadovoljavaju kulturne potrebe pojedinaca. Kulturni turizam posebni je oblik turizma u kojem prevladava interes potražnje za kulturnim objektima i sadržajima. Ne znači samo putovanje u prošlost nego i upoznavanje sa suvremenim životom nekog grada ili turističkog prostora, posjet nekoj kulturnoj priredbi, kazališnoj predstavi i sl.“¹²

¹² Bartluci, Mato. Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva: turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu. Zagreb: Školska knjiga, 2013., str. 445.

„Kulturni turizam je proizvod za kojim postoji visoki rast potražnje u svijetu i Europi te je njegov razvitak jedna od strateških orijentacija hrvatskog turizma.“¹³

Tema kulturnog turizma zahtijeva usklađivanje i za institucije i za profesionalce. Problemi koji se već pojavljuju zadnjih deset godina su i dalje tu: edukacija u kulturi nije prioritet u novoj politici edukacije odraslih, nedostatak sredstava, promocija konzervacije i korištenja kulturnog nasljeđa kao izvora cjeloživotnog učenja.

Kulturni turizam pati od generalne nesvjesnosti potencijala u kulturi, a problem s korištenjem i uživanjem u nasljeđu javlja se u nepristupačnosti, manjku posebnih događanja, manjku specijaliziranih profesionalaca, zabavnih proizvoda. Autentično i specifično kulturno nasljeđe imamo, potrebno je samo kulturne resurse predstaviti kao privlačan turistički proizvod, prilagođen zahtjevima i očekivanjima posjetitelja, potrebna nam je kvalitetna prezentacija, promotivni materijali, razvijanje tema i priča koje će pomoći u interpretaciji povijesnih i kulturnih lokaliteta, promocija biltenima i Internetom. Kulturnom turizmu su potrebni knjižničari i obrnuto.

„Kultura, koja uključuje kulturne institucije, kulturne manifestacije, kulturno naslijeđe, ali i doživljaje, postaje sve važniji motiv turističkih putovanja. Zato turistička destinacija mora početi poštivati svoje običaje, kulturu, identitet, te upravo to ponuditi gostima kao glavni turistički proizvod. Turizam se i sastoji od emocija, doživljaja i priče. Svaka regija ima toliko nevjerojatnih autohtonih i autentičnih priča, samo ih treba ispričati. Suvremeni putnici žele slušati priče.“¹⁴

3.2.1. KNJIŽNI TURIZAM

„Knjižni turizam kao dio kulturnog turizma je dobar pokretač za knjižnice i čitav niz knjižnica koristi ga u svojoj promociji, no u Hrvatskoj još nije razvijen, odnosno knjižnice se nisu u dovoljnoj mjeri uključile u iskorištavanje tog trenda. Knjižni turizam bavi se lokacijama iz romana i života njihovih protagonista, kao i mjesta iz života autora tih djela. U Velikoj Britaniji postoji stotine literarnih puteva koji povezuju imaginarne likove i događaje sa stvarnim lokacijama.“¹⁵

Zagorje je kraj bogat legendama i mitovima koji se s lakoćom mogu utkati u gotovo svaki lokalitet i na taj način prezentirati kao turistička priča.

¹³ Demonja, Damir. Uloga Uprave za sustav turističkih zajednica i selektivne oblike turizma Ministarstva mora, turizma, prometa i razvitka Republike Hrvatske (MMTPR RH) u kulturnom turizmu. // Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova: 2. međunarodni stručni skup Knjižnica- središte znanja i zabave / urednik Nada Eleta. Karlovac: Gradska knjižnica Ivan Goran Kovačić, 2007., str. 9.

¹⁴ Špoljarić Kizivat, Marijana; Krpeljević, Ljiljana; Petković, Siniša. Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek– knjižnica s pričom. // Knjižnice i kontinentalni turizam: zbornik radova / uredile Marija Kretić i Renata Benić. Beli Manastir: Gradska knjižnica Beli Manastir, 2016., str. 18.

¹⁵ Božić, Andrea. Održivi kulturni turizam- spas za knjižnice? // Knjižnice i kontinentalni turizam: zbornik radova / uredile Marija Kretić i Renata Benić. Beli Manastir: Gradska knjižnica Beli Manastir, 2016., str. 168.

Pojavljuje se potpuno novi tip aktivnih putnika, koje zanima što je autor romana vidio i doživio i na koji su ga način pojedine lokacije inspirirale. Knjižni putevi su načini za stvarnim proživljavanjem i doživljavanjem nečeg neopipljivog iz književnih djela na samom mjestu gdje se to događalo, prateći život pisca, mit ili radnju romana.¹⁶

Postoji nekoliko knjižnih puteva u Hrvatskoj- razgled Zagreba stopama Marije Jurić Zagorke, skriveni Zagreb, tajne Griča ili Copernice. No u te knjižne puteve kao turističku ponudu nisu uključene knjižnice.¹⁷

Knjižni putevi su ogroman potencijal za razvoj turizma s obzirom na niz djela čija se radnja odvija u Krapinsko-zagorskoj županiji, autore koji su živjeli ovdje, razna povijesna događanja... Temeljeno na njihovim životima i romanima moguće je osmisliti puteve koji bi pokrivali cijelo Zagorje, od gradova, preko prirodnih područja do poljoprivrednih imanja i prikaza života. Rute koje bi povezivale umjetnost, povijest, znanost, legende, krajolik. (Kao ideju navela bih djelo „Oko Lobora“. Bio bi to knjižni put inspiriran prirodom, a unutar kojega se mogu aktivno prenijeti tradicijske tehnologije i nuditi delicije iz tog razdoblja.) No, sve to zahtijeva suradnju među više sektora i veći angažman knjižničnih djelatnika.

3.3. TURIST DANAS

Ljudi putuju kako bi vidjeli kako ljudi žive i rade u drugim zemljama, kako bi vidjeli određene znamenitosti, spomenike ili umjetnička djela, nazočili naročitim kulturnim ili umjetničkim manifestacijama, motivirani su u cijelosti ili djelomično interesom za povijest, umjetnost, naslijeđe ili stil života lokaliteta, regije, grupe ili institucije.

U odnosu na opuštena inertna dokolčara iz prošlog stoljeća, prepuštena na odmoru pasivnom ljenčarenju, moderan turist izrazito je dinamičan i aktivan, ima više vremena za različite aktivnosti tijekom odmora. Tijekom putovanja moderan je turist poduzetan i kreativan, on istražuje, uči, zabavlja se, želi doživjeti nešto novo i uzbudljivo, drukčije od svakidašnjice. On traga za povijesnim i kulturnim vrednotama, identitetom destinacije, doživljajem, obrazovanjem, za različitim aktivnostima kojima bi ispunio vrijeme, traži potpunu relaksaciju duha i tijela aktivno se baveći nekim sportom ili hobbijem i upoznavajući kulturnu baštinu kraja koji posjećuje.

Na sceni su „novi turisti“ koji teže različitosti, traže individualiziranu ponudu, osjećaje i iskustvo.

Potrebno je udovoljiti novim zahtjevima turističke potražnje. Suvremena turistička potražnja vrlo je heterogena i traži niz različitih elemenata. Da bi turistička ponuda bila konkurentna, treba oblikovati široku paletu kumulativnih atrakcija u turističkoj destinaciji kako bi turistu

¹⁶ Božić, Andrea. Op. cit., str. 169.

¹⁷ Ibid, str. 170.

omogućila sadržajan boravak s kompleksnijom ponudom. „Turistička ponuda uvjetovana je željama, sklonostima, interesima i potrebama turista“¹⁸

Turiste u Krapinsko-zagorsku županiju najviše privlače kulturno-turistički sadržaji: festivali, koncerti, predstave, seoska gospodarstva, zagorski specijaliteti, panoramski izleti, povijesni, kulturni i vjerski spomenici, razne kulturne manifestacije, znameniti ljudi.

Moguće turiste iz ponude najviše zanimaju i lokalne posebnosti, lokalni identitet. Narodne knjižnice to ostvaruju preko zavičajnih zbirki. Pričajući priču održavaju sjećanje zajednice, našu ostavštinu postavljaju u kontekst priča. Dakle, nova ciljna skupina korisnika knjižnice su turisti.

Knjižnica s najvećom radnom otvorenošću i funkcijom koju obavlja kao narodna knjižnica treba biti mjesto gdje će turističke agencije i hoteli upućivati goste za traženje informacija o povijesti, kulturi i značaju grada i okolice.

No, stanje je drugačije. Ukoliko turisti i dolaze, uđu u knjižnicu da nešto pitaju, potraže na internetu informacije koje ih zanimaju i odu. A mi im imamo toliko za ponuditi, ispričati, pokazati.

Turisti žele opuštanje, nove spoznaje, ukratko, nešto novo, nesvakidašnje. Za mnoge je njihovo slobodno vrijeme povezano s knjigom. Često se na svojim godišnjim odmorima prošećemo kroz stare jezgre mjesta i tako većinom slučajno naletimo i na knjižnicu. No, ili knjižnica u to vrijeme ne radi, ili nitko u knjižnici nema vremena za nas. Možda i želite pronaći knjižnicu, no nigdje nijedne oznake, kako doći do nje, da o turističkim vodičima i ne govorimo. Knjižnice smatraju da turista ima toliko malo da se u poplavi redovitih korisnika nitko ni ne pozabavi s njima.

Knjižnice će postati sve više turistički zanimljive kada budu za prolaznika imale otvorena vrata od jutra do večeri. Budući su informacijska središta opremljena vlastitom tehnološkom opremom, dostupnom korisniku, biti će u epicentru zanimanja i potražnje također i među turistima.

Turisti će dolaziti u knjižnicu da bi nešto novo i zanimljivo saznali, da bi dobili potrebne informacije, da bi posudili knjige za kišne dane ili se malo odmorili u udobnim kaučima među knjigama, a knjižničar mora dati novo znanje i informacije korisniku, ne smije otpremiti korisnika koji traži informacije iz života lokalne zajednice, nego upotrijebiti snažan informacijski sustav, koji ima na raspolaganju, i potražiti odgovore na pravom mjestu.

¹⁸ Bartluci, Mato. Op. cit., str. 159.

4. NARODNE KNJIŽNICE I ULOGA U TURIZMU

Manifest UNESCO-a navodi kako su narodne knjižnice, kao najraširenije i stoga pojedincima najdostupnije mjesne knjižnice „vitalna snaga u obrazovanju, kulturi i obavješćivanju“¹⁹. Iz toga proizlaze tri osnovne funkcije koje se očituju i u odnosu knjižnica prema turizmu. To su njihova informacijska, obrazovna i kulturna funkcija.

Vezano za ulogu knjižnica u turizmu, informacijska funkcija knjižnica obuhvaća omogućavanje da se ostvare prava turista da bude obaviješten, da pruže informacije o mjestu kao i da pruže informacije potrebne turistu u svakodnevnom životu, npr. o zdravlju, okolišu, zbivanjima u mjestu, službene informacije, itd.

U istom smislu obrazovna funkcija knjižnica obuhvaća pružanje pristupa svem znanju, sudjelovanje u aktivnostima koje promiču opću i informacijsku pismenost turista, prikupljanje, pohranu i davanje na korištenje turistima prikladne građe te podučavanje u služenju informacijskom i komunikacijskom tehnologijom.

U suvremenoj koncepciji narodnih knjižnica koja je zaživjela u mnogim, pretežito ekonomski razvijenim zemljama svijeta, narodne knjižnice se prvenstveno prepoznaju kao mjesna obavijesna središta u kojima se mogu dobiti najrazličitije informacije potrebne u svakodnevnom životu za obrazovanje, razonodu, cjeloživotno učenje, za odlučivanje o stvarima od privatnog interesa, ali i društva u cjelini. Nije rijetkost da strani turisti, naviknuti na takve usluge svojih narodnih knjižnica, prvo navrate u lokalnu knjižnicu da bi dobili informaciju koja im je potrebna. Knjižnica je obavijesni centar te može utjecati na razvijanje imidža pojedine destinacije.

Kulturna funkcija knjižnica obuhvaća svjedočenje o povijesti i razvitku svojega mjesta, omogućavanje pristupa umjetničkim djelima, promicanje svijesti turista o kulturnoj baštini, pomaganje u kreativnom razvitku turista i pružanje pristupa turistima najboljim domaćim i stranim književnim i umjetničkim djelima na različitim medijima.

Iz svega gore navedenoga proizlazi da u turizmu postoje brojne potrebe za informacijama, uslugama i sadržajima koji se nalaze u knjižnicama. Isto tako, knjižnice su zbog svog ustrojstva kao kulturne i znanstvene ustanove, te načina rada koji je okrenut zadovoljavanju potreba korisnika, u stanju takve potrebe u turizmu i zadovoljiti.

¹⁹ IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Op. cit., str. 105.

4.1. NARODNE KNJIŽNICE I ULOGA U KULTURNOM TURIZMU

Kultura je postala značajan i prepoznatljiv turistički proizvod. Kulturni sadržaji važan su segment u obogaćivanju boravka turista, a kulturni turizam je značajno strateško razvojno usmjerenje.

„Turizam 21. stoljeća moramo promatrati u odnosu na kulturu jer bez razvitka svih kulturnih djelatnosti nije moguće zamisliti razvitak turizma. Pri tome je neizostavno mjesto i uloga knjižnice. Stvarajući kulturne sadržaje i potičući razne druge aktivnosti, knjižnica sudjeluje u ukupnoj turističkoj ponudi gradova.“²⁰

Važnost implementacije kulturnog turizma u Hrvatskoj i formalno je potvrđena donošenjem Strategije razvoja kulturnog turizma 2003. godine, čime je kulturni turizam istaknut kao jedna od prioritarnih razvojnih inicijativa.²¹

U vrijeme rastuće globalizacije promocija naslijeđa i kulturne raznolikosti svakog pojedinog mjesta ili regije odrednica je kulturnog turizma, danas iznimno rastućeg oblika turističke ponude. Posebno mjesto zauzimaju narodne knjižnice u svom poslanju njegovanja zavičajne vrijednosti kao temelja identiteta lokalne zajednice.

Međutim, u punom smislu značenja kulturni se turizam ne svodi samo na posjete kulturnim znamenitostima, već se kulturni resursi uzimaju kao ključna točka prodaje, odnosno pretpostavka promocije i razvijanja imidža pojedine lokalne zajednice. Upravo kao kulturna i obavijesna mjesna središta narodne knjižnice mogu biti važan faktor kako u informiranju turista, tako i u promociji lokalnih specifičnosti, raznolikosti kulturne baštine kao turističkih potencijala.

Knjižničari postaju turistički vodiči kroz svijet kulture grada, obilaze i pokazuju zgradu i odjele knjižnice, u okviru grupnih turističkih posjeta organiziraju razne radionice, seminare, tečajeve s temama iz zavičajnih knjiga i slikovnica. Upravo na taj način ukazuju na kulturne specifičnosti i educiraju posjetitelje.

Osnovni izazov u kulturnom turizmu je pronalaženje načina oživljavanja i aktiviranja kulturnih potencijala lokalne sredine. Knjižnice i knjižničari kao čuvari zavičajnog znanja moraju biti polazna točka kulturnog turizma svakog područja i posrednici između korisnika i turističkih destinacija.²²

²⁰ Kuluz, Željko. Knjižnica kao sadržajna infrastruktura turizma 21. stoljeća knjižnica u turističkom središtu. // 4. Seminar Arhivi, knjižnice, muzeji: mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske infrastrukture / uredile Mirna Willer i Tinka Katić. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2001., str. 237.

²¹ Strategija razvoja kulturnog turizma „Od turizma i kulture do kulturnog turizma“, Zagreb, 2003. <http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/Strategiji-Razvoja-Kulturnog-Turizma.pdf> (27.02.2020.)

²² Tenodi, Marijana; Omerović, Helena. Kulturni turizam grada Subotice kroz biblioteku. // Knjižnice i kontinentalni turizam: zbornik radova / uredile Marija Kretić i Renata Benić. Beli Manastir: Gradska knjižnica Beli Manastir, 2016., str 84.

Putem promidžbenih materijala, izdavačke djelatnosti, multimedijalnih kulturnih programa, preko knjižničnih fondova i posebnih zbirki, te elektroničnih izvora (posebice interneta), narodna knjižnica promiče kulturnu, povijesnu i tradicijsku baštinu svog kraja i time postaje dio kulturnog turizma toga kraja.²³

Narodne knjižnice igraju jedinstvenu ulogu unutar kulturne održivosti neke destinacije čuvajući nasljeđe okruženja u kojem djeluju. Dionik su kulturnog turizma kao mjesta čuvara prošlosti i sjećanja okruženja u kojem djeluje. Očuvanjem kulturne baštine knjižnice značajno doprinose kulturnom krajoliku zajednice u kojoj djeluju i održavaju široku lepezu kulturnog nasljeđa.

Budući da su narodne knjižnice kulturne ustanove koje su s lokalnim okruženjem tijesno povezane mogu „značajno pridonjeti razvoju kulturnog turizma od prezentiranja zavičajnih fondova do radionica za turiste kako bi ih poučili kulturnoj baštini, a i sama knjižnica može biti turistički atraktivna lokacija“.²⁴

„Knjižnica mora biti središnje mjesto različitih događanja, pogotovo u malim sredinama. Ona je nositelj kulturnog razvoja, kulturnih događanja, inicijator i koordinator zainteresiranih strana – turističkih, javnih i kulturnih radnika. Drugim riječima, knjižnica mora izaći izvan knjižnice kako bi se njezino djelovanje osjetilo na svakom mjestu i u svakom trenutku.“²⁵

Na žalost, podaci o knjižnicama nađu se u prospektima i turističkim vodičima tek rijetkih hrvatskih gradova.

„O prednostima i nedostacima turističkog razvoja Republike Hrvatske piše Jadrešić. U SWOT analizi za Hrvatsku kao prednost i snaga prepoznaju se: različita i bogata kulturna i vjerska baština, sve bolja kulturna i zabavna ponuda, te očuvanje tradicije i identiteta.“

U te tri prednosti mogu biti uključene i narodne knjižnice jer one svojim fondovima, uslugama i ostalim sadržajima čuvaju različitu bogatu kulturnu baštinu, pružaju odgovarajuću kulturnu ponudu i čuvaju tradiciju i identitet zajednice.

U nedostatke hrvatske turističke ponude isti autor ubraja: slab izbor usluga, programa, događanja i doživljaja, negativan imidž balkanske zemlje, slabe turističke informacije.

Po svemu sudeći snažnijim uključivanjem narodnih knjižnica u navedenim segmentima izbora usluga i programa, poboljšanja imidža Hrvatske kao kulturne destinacije i segmenta turističkog informiranja mogli bi se ukloniti uočeni nedostaci.“²⁶

Potrebno je obro definirati strategiju kulturnog turizma na lokalnoj i nacionalnoj razini i u njih ugraditi ulogu i zadaću narodnih knjižnica. U ovom segmentu na knjižničarima je da

²³ Vidak, Ivana. Knjižnica kao dio ponude kulturnog turizma. // Zbornik radova Visoke škole za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, 2 (2010), str. 127-132.

²⁴ Božić, Andrea. Op. cit., str. 166.

²⁵ Dragičević, Gita. Ljeto u knjižnici ili kako knjižnica može obogatiti turističku ponudu. // 4. Seminar Arhivi, knjižnice, muzeji: mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske infrastrukture / uredile Mirna Willer i Tinka Katić. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2001., str. 232.

²⁶ Tokić, Ksenija. Op. cit., str. 79- 80.

doprinesu razbijanju stereotipa ili pojednostavljenih predodžbi koje prate struku kojom se bave.

Na žalost, i sami knjižničari smatraju da nisu dovoljno educirani i da nemaju razvijene vještine da bi se bavili projektima kulturnog turizma, no s druge strane žele se profesionalno razvijati u tom smjeru. Potrebne su vještine marketinga, menadžmenta, interpersonalne vještine pa bi trebalo sugerirati stvaranje centara o kulturnom turizmu.

5. ISTRAŽIVANJE

Narodne knjižnice Krapinsko-zagorske županije imaju višestruku ulogu u turizmu. Informacijska uloga ogleda se u smislu teorijske podrške znanstvenicima i istraživačima turizma, te u zadovoljavanju informacijskih potreba turista. Obrazovna uloga u turizmu odvija se kroz omogućavanje pristupa znanju i sadržajima knjižničnih fondova vezanih za turizam. Kulturna uloga vidljiva je u interkulturnoj interakciji između turista i lokalnog stanovništva te u posredovanju lokalne kulturne baštine uz promicanje svijesti o kulturnom identitetu. Narodne knjižnice se mogu uključiti u turizam i kao turističke atrakcije.

Kvalitativnim istraživanjem ispitat će se stupanj postojeće uključenosti narodnih knjižnica Krapinsko-zagorske županije u turizmu, i to s aspekta njihove informacijske, obrazovne i kulturne funkcije. Istražit će se i potencijal narodnih knjižnica kao turističkih atrakcija s aspekta njihove spomeničke vrijednosti bilo da se radi o građevinama u kojima su smještene, bilo da se radi o knjižničnom fondu koji posjeduju. Potencijalna turistička atraktivnost narodnih knjižnica ispitat će se i s aspekta orijentiranosti prema istraživanjima turizma te prema turistima.

Tema ovog istraživanja odnosi se na ulogu narodnih knjižnica Krapinsko-zagorske županije u turizmu koje, kao društvene, kulturne, informacijske i obrazovne ustanove već sudjeluju na više načina u turizmu. Međutim, ta činjenica nije ni prepoznata ni adekvatno valorizirana od strane društva, kao ni od strane samog sektora, pa ni gospodarstva općenito.

Metode korištene u deskriptivnom dijelu su deskripcija literature i metoda deskripcije. U dijelu istraživanja temeljenog na empirijskim spoznajama ispitanika o uključenosti narodnih knjižnica u turizam, analize i interpretacije dobivenih rezultata, primijenjen je kvalitativan pristup, anketno ispitivanje na temelju samoprocjene ispitanika, metoda analize i sinteze, kvantitativna analiza dobivenih rezultata te induktivna i deduktivna metoda.

Sukladno tome postavljene su hipoteze istraživanja:

H1 Narodne knjižnice Krapinsko-zagorske županije imaju višestruku ulogu u turizmu, i to: H1-1 informacijsku ulogu u teorijskoj podršci znanstvenicima i istraživačima turizma, i u zadovoljavanju informacijskih potreba turista; H1-2 obrazovnu ulogu u omogućavanju pristupa znanju i sadržajima knjižničnih fondova vezanih za turizam; H1-3 kulturnu ulogu u

interkulturalnoj interakciji između turista i lokalnog stanovništva te posredovanju lokalne kulturne baštine uz promicanje svijesti o kulturnom identitetu; H1-4 narodne knjižnice Krapinsko-zagorske županije se mogu uključiti u turizam kao turističke atrakcije.

H2 Uloga narodnih knjižnica Krapinsko-zagorske županije u turizmu nije prepoznata ni adekvatno valorizirana.

Istraživanje se fokusira na cjelovitost raspona uključenosti narodnih knjižnica Krapinsko-zagorske županije u turizam na temelju subjektivnih stavova samih knjižničara kao ispitanika. Na temelju takvih polazišnih postavki odabrana je kvalitativna metoda kao najprimjereniji pristup za istraživanje, koje je provedeno anketnim upitnikom na namjernom uzorku knjižnica.

Slijedom toga sastavljen je upitnik za ravnatelje samostalnih narodnih knjižnica, odnosno voditelje narodnih knjižnica u sastavu Krapinsko-zagorske županije, kojim se ispituje njihova procjena stanja u anketiranim knjižnicama.

Upitnik je krajem kolovoza i početkom rujna 2017. godine putem elektroničke pošte distribuiran na narodne knjižnice Krapinsko-zagorske županije gdje su ga ispitanici samostalno popunjavali. Na upitnik su odgovorili svi ravnatelji knjižnica. Pitanja su, sukladno postavljenim hipotezama, grupirana po sekcijama i to tako da se prva sekcija pitanja odnosi na opće identifikacijske podatke o anketiranoj knjižnici i to naziv i adresa. Druga sekcija obuhvaća pitanja kojima su ravnatelji odnosno voditelji anketiranih knjižnica bili zamoljeni da prema vlastitoj procjeni odrede razinu funkcije knjižnice u odnosu na turizam, i to informativnu, obrazovnu i kulturnu te razinu pojave knjižnice kao turističke atrakcije. Treća sekcija sadrži pitanja o stvarnoj uključenosti knjižnica u turizam prema procjeni ispitanika. Četvrta sekcija ispituje način i razinu financiranja aktivnosti vezanih za turizam, dok se zadnje pitanje odnosi na stav knjižničara o suradnji s drugim institucijama.

Anketni upitnik sastoji se od 26 pitanja otvorenog i zatvorenog tipa pri čemu:

- Pitanja otvorenog tipa predstavljaju prazna mjesta na koja su knjižničari upisivali odgovor prema vlastitom mišljenju ili stavu, dok pitanja zatvorenog tipa omogućuju: o Jednostruki izbor – predstavlja tvrdnju za koju je potrebno utvrditi točnost odnosno istinitost, a te tvrdnje moraju biti nedvosmislene: DA ili NE o Višestruki izbor – predstavlja pitanja s više ponuđenih odgovora i pruža mogućnost više odgovora.

Kvalitativnom analizom želi se produbiti znanje o uključenosti narodnih knjižnica Krapinsko-zagorske županije u turizam. Analiza se provodi na način da slijedi pitanja iz upitnika, osim onih iz njegove prve sekcije koja se odnose na opće identifikacijske podatke o knjižnici. Odgovori ispitanika koji se temelje na njihovim vlastitim procjenama tumačit će se u odnosu na ciljeve rada i postavljene hipoteze.

1. Informacijska funkcija knjižnica u turizmu obrađena je pitanjima o fondu knjižnice – sadrži li knjižnica građu o turizmu, ili građu koja bi mogla biti zanimljiva turistima, ili građu koja bi mogla biti zanimljiva istraživačima ili pak neki drugi vid na koji fond pridonosi informacijskoj funkciji knjižnice vezano za turizam. U tom dijelu obuhvaćena su i pitanja o

aktivnostima knjižnice vezano za turizam, kao što su informiranje turista, informiranje turističkih djelatnika, informiranje i stručna podrška turističkim istraživanjima, informativni materijali na stranim jezicima i drugi oblik aktivnosti. Na kraju ovog dijela bilo je i otvoreno pitanje o nekom drugom vidu informacijske funkcije knjižnice, za koju su ispitanici sami trebali navesti o kojoj se aktivnosti radi. U nastavku se detaljnije objašnjavaju odgovori dobiveni na navedena pitanja:

1.1. Fond knjižnice

Dio upitnika koji se odnosi na fond knjižnice sastojao se od četiri pitanja, od kojih su tri bila zatvorenog tipa i nudila su dvije mogućnosti odgovora: DA i NE, a četvrto pitanje bilo je otvorenog tipa i nudilo je mogućnost navođenja sadržaja prema nahođenju ispitanika.

- Sadrži li knjižnica građu o turizmu (znanstvena i stručna literatura, statističke publikacije – korisno za istraživače turizma ili turističke djelatnike)?

11 knjižnica odgovorilo je pozitivno na pitanje o tome posjeduju li građu o turizmu, a koja je korisna istraživačima. 1 knjižnica je navela da ne posjeduje takvu građu.

Kako velik broj ispitanih knjižnica posjeduje znanstvenu i stručnu literaturu o turizmu ili korisnu za turizam, zaključuje se da informacijska funkcija knjižnica vezana za znanstvenostručna istraživanja u turizmu ima veliki potencijal. Značajno je da većina anketiranih knjižnica sadrže u svome fondu građu relevantnu za istraživanja turizma. To upućuje na potencijal knjižnica da usluže sve one korisnike koji se bave znanstvenim i drugim istraživanjima fenomena turizma, pa tako i one koji iz drugih mjesta ciljano dolaze proučavati građu iz njihovog fonda. To se odnosi i na istraživače drugih znanstvenih područja. Na taj način one sudjeluju u znanstvenom turizmu. Knjižnice mogu biti informacijska podrška znanstvenicima i istraživačima turizma, budući uspješnost turizma kao gospodarske grane ovisi i o prethodnom znanstveno-istraživačkom radu.

Zahvaljujući prikupljanju i čuvanju različite knjižnične građe i brojnih podataka, knjižnice mogu biti značajan izvor informacija znanstvenicima i stručnjacima koji istražuju pojedine aspekte turizma i izrađuju stručne dokumente na osnovi kojih se planira turistički razvoj (npr. turistički strateški planovi, masterplanovi, stručne podloge za donošenje odluka u nadležnim državnim tijelima, analize za definiranje marketinga turističke destinacije, analize potrošnje turista, informacije o povijesti turizma u destinaciji, i sl.). Uz to, knjižnice mogu pružiti podršku svakodnevnom radu turističkih profesionalaca (omogućavanje dostupnosti zakona, propisa i uputa kao i materijala za izradu turističkih vodiča, te organiziranje turističkih proizvoda karakterističnih za destinaciju i sl.).

- Sadrži li knjižnica građu zanimljivu turistima (turistički prospekti, informacije o kulturnim, političkim, gospodarskim obilježjima i atrakcijama mjesta, plan grada, raspored kulturnih i turističkih događanja i slično)?

10 knjižnica izjavilo je da posjeduje literaturu i drugu građu zanimljivu turistima. 2 knjižnice navode da ne posjeduju takvu građu.

Na ovo pitanje također je visok postotak knjižnica procijenilo da posjeduje građu zanimljivu turistima. Takav odgovor ukazuje da informacijska funkcija knjižnice vezano za fond koji je atraktivan za turiste ima značajan potencijal glede uloge knjižnica u turizmu.

- Sadrži li knjižnica građu zanimljivu istraživačima (povjesničarima, kritičarima, teolozima,...) pri proučavanju i razumijevanju gospodarske, političke i kulturne scene vašeg mjesta, npr. dokumente, knjige, razglednice, članke?

Svih 12 knjižnica pozitivno je odgovorilo na navedeno pitanje.

Knjižnična građa, koja ne uključuje samo knjige i časopise već i razne zbirke drugih dokumenata, rukopisa, karata, plakata, razglednica, pisama, grafika i sl., može i sama biti cilj proučavanja filologa, lingvista, povjesničara, povjesničara znanosti, estetičara, teologa, literarnih i likovnih kritičara, kustosa i ostalih znanstvenika i stručnjaka iz drugih gradova ili zemalja, čineći tako osnovu za znanstveni turizam.

- Neki drugi oblik na koji fond pridonosi informacijskoj funkciji knjižnice vezano u turizmu

Svih 12 knjižnica navelo je da postoji drugi način na koji fond pridonosi informacijskoj funkciji knjižnice u turizmu. Kako su u svojim odgovorima knjižnice navodile, radi se najviše o brošurama.

1.2. Informacijske aktivnosti knjižnice u funkciji turizma

Ispitivanje informacijske aktivnosti knjižnica u funkciji turizma sastojalo se od pet pitanja na koja se ocjenjivanje provodilo na skali od 1 (nimalo) do 5 (izrazito). Ispitanicima je pružena i mogućnost da u jednom otvorenom pitanju navedu nešto drugo kao informacijsku funkciju knjižnice prema vlastitom nahodanju.

- Informiranje turista

5 ispitanih knjižnice procijenile su vlastitu informacijsku aktivnost u informiranju turista ocjenom 3, 4 ocjenom 4, 2 ocjenom 2 i 1 ocjenom 1. Prosječna ocjena tog elementa informacijske funkcije knjižnica iznosi 3 – što znači srednje razvijenu aktivnost.

- Informiranje turističkih djelatnika

Za informiranje turističkih djelatnika prosječna ocjena iznosi 3,08 – što znači srednje razvijenu aktivnost. 5 ispitanih knjižnica procijenile su vlastitu informacijsku aktivnost u informiranju turističkih djelatnika ocjenom 3, 4 ocjenom 4, 3 ocjenom 2.

- Informiranje i stručna podrška turističkim istraživanjima

Na pitanje o informiranju i stručnoj podršci turističkim istraživanjima, ukupna opća ocjena iznosi 3,16. 5 ispitanih knjižnice procijenile su vlastitu informacijsku aktivnost u informiranju turističkih djelatnika ocjenom 4, 4 ocjenom 3, 3 ocjenom 2.

Dobiveni rezultati upućuju da su knjižnice uključene u turizam te da imaju potencijala i za intenzivnije uključivanje, ali da, prema mišljenju samih knjižničara, ti potencijali nisu u cijelosti iskorišteni.

- Informativni materijali na stranim jezicima

Vežano za dostupnost raznih informativnih materijala na stranim jezicima, ukupna opća ocjena iznosi 1,67.

- Nešto drugo

Nekim drugim informacijskim aktivnostima u funkciji turizma knjižnice se nisu bavile, naime nijedna nije navele nikakvu drugu aktivnost u funkciji turizma.

Zanimljivo je i pomalo neočekivano da knjižnice nemaju više turističkih informativnih sadržaja te da ondje nisu zastupljeni u većem postotku. Interes sigurno postoji i sa strane turista i sa strane samih knjižnica. Zašto te knjižnice nisu razvile i ponudile više informacijskih sadržaja za turizam može se objasniti činjenicom koja će se dokazati u nekim od sljedećih pitanja, a radi se o nedostatku ljudskih resursa i financijskih sredstava.

1.3. Vežano za neki drugi oblik informacijske funkcije knjižnica koji nije obuhvaćen zatvorenim pitanjima, postavljeno je otvoreno pitanje s mogućnošću slobodnog izbora odgovora. Na pitanje o nekoj drugoj informacijskoj ulozi u funkciji turizma, koja nije bila navedena u gornjim pitanjima, 1 knjižnica izjasnila se da obavlja takvu funkciju. Navedena Knjižnica upoznaje goste sa poviješću mjesta i postavom Muzeja.

Odgovori na pitanja o informacijskoj funkciji knjižnica u turizmu pokazuju da je informacijska funkcija knjižnica u turizmu srednje zastupljena. Knjižnice svojom informacijskom funkcijom sudjeluju u turizmu na više razina:

- Fond knjižnica odlikuje se zastupljenošću znanstvene i stručne literature o turizmu, što upućuje na potencijal knjižnica vezana za njihovu znanstvenu i teorijsku podlogu u istraživanjima turizma. Osim toga, zahvaljujući fondu u kojemu postoji znanstvena i stručna literatura, uočava se i potencijal knjižnica da obogate turističku ponudu vezanu za znanstveni turizam. - Knjižnice posjeduju fond koji je zanimljiv turistima također, što ukazuje da knjižnice imaju potencijala obogatiti turističku ponudu gradivom iz svojih fondova i ostalim turistima, ne samo znanstvenicima i istraživačima. - Knjižnice obavljaju i druge aktivnosti u turizmu. To se odnosi na informiranje turista i turističkih djelatnika te informacijsku podršku turističkim istraživanjima.

Odluka turista da putuje na određeno odredište ovisi, između svega ostaloga, i o njegovim općim znanjima i iskustvima na koje tijekom formalnog ili neformalnog obrazovanja mogu utjecati i informacije dobivene u knjižnicama. Uz to, u knjižnicama mogu biti dostupne informacije koje mogu konkretno utjecati na odluku turista prilikom pripreme putovanja (npr. informacije o kulturnim, političkim, gospodarskim ili klimatskim obilježjima kao i turističkim atrakcijama pojedinih zemalja). Knjižnice mogu turistu ponuditi i informacijsko-

komunikacijsku tehničku podršku u samostalnom traženju informacija o putovanjima kao i vlastitu stručnu podršku pri tome.

2. Analiza istraživanja kulturne funkcije knjižnica u turizmu

Dio upitnika o kulturnoj funkciji knjižnica u turizmu obrađen je pitanjem o posjećenosti kulturnih događanja u knjižnici, pitanjem o mišljenju da li je knjižnica nositelj kulturne ponude mjesta u kojem djeluje, dio je sadržavao zatvorena pitanja o tome imaju li turisti mogućnosti za upoznavanje lokalne i/ili nacionalne kulture u anketiranoj knjižnici kroz literaturu, izložbe ili manifestacije i slično, pri čemu je postojala mogućnost odabira više odgovora te otvoreno pitanje na koje su ispitanici mogli navesti „nešto drugo“ kroz što turisti mogu upoznati lokalnu kulturu. Tu je i pitanje nudi li knjižnica neke druge kulturne sadržaje turistima, te ako nudi, postavljeno je otvoreno pitanje koji su to sadržaji.

2.1. Na skali od 1 (nimalo), 2 (slabo), 3 (srednje), 4 (prilično) do 5 (izrazito) ocijenite posjećenost kulturnih događanja u vašoj knjižnici

7 ispitanih knjižnice procijenile su posjećenost kulturnih događanja ocjenom 4, 4 ocjenom 5, 1 ocjenom 3.

2.2. Na pitanje: Smatrate li da je vaša knjižnica nositelj kulturne ponude mjesta u kojem djeluje?, svih 12 knjižnica je odgovorilo potvrdno.

2.3. Mogućnost upoznavanja lokalne/nacionalne kulture u knjižnici od strane turista

Na pitanje o tome imaju li turisti mogućnost upoznati lokalnu i/ili nacionalnu kulturu u knjižnici, svih 12 knjižnica odgovorila je potvrdno.

Mogućnost upoznavanja lokalne i/ili nacionalne kulture kroz literaturu odnosno drugu građu koju knjižnica posjeduje bilo je moguće u 6 knjižnica.

Upoznavanje turista s lokalnom i/ili nacionalnom kulturom putem izložbi u prostorijama knjižnica bilo je moguće u 6 knjižnica.

Radi upoznavanja turista s lokalnom i/ili nacionalnom kulturom 6 knjižnica je organiziralo određene manifestacije, 4 određene radionice, a 4 pjesničke večeri.

2.4. Neku drugu kulturnu funkciju u turizmu imaju 2 knjižnice, a radilo se o organiziranju kazališnih predstava, koncerata, nastupa KUD-ova, organizacije večeri „Iz kulturne baštine našeg kraja“, te suorganizacija Tjedna kulture, zabave i športa te Fašničke povorke.

Prema dobivenim odgovorima, u knjižnicama postoji mogućnost da turisti upoznaju lokalnu, odnosno nacionalnu kulturu. Sve ispitane knjižnice organiziraju razne aktivnosti kao što su manifestacije, radionice i slično, a neke nude i dodatne sadržaje. Ti sadržaji obuhvaćaju širok raspon mogućnosti. Takav rezultat upućuje na činjenicu da su knjižnice vrlo snažno uključene u kulturnu funkciju u turizmu.

U pogledu ostvarenja turističkog doživljaja, knjižnice mogu sudjelovati i u ponudi turističkih proizvoda neke destinacije izlaganjem dijela vlastitog fonda koji najčešće svjedoči o

dostignućima i razvoju lokalne zajednice ili organiziranjem aktivnosti poput čitaonica ili radionica. Osim toga, knjižnice mogu omogućiti da se u njihovim prostorima odvijaju koncerti, izložbe ili predstave koje priređuju druge ustanove. Uz to, knjižnice svojim fondovima mogu pružiti potrebne podatke ili osigurati građu nužnu za pripremu događanja ili priredbi koje organiziraju turističke ustanove u destinaciji.

Knjižnica ne ostaje samo mjesto koje obavlja svoju temeljnu ulogu sakupljača i daljnjeg prenositelja informacija, već postaje i stvaratelj novih kulturnih, i zanimljivih događanja, koja će privući veći broj javnosti. Ponudom novih i zanimljivih kulturnih događanja knjižnica postaje dio turističke ponude, te time daje doprinos cjelokupnoj turističkoj ponudi svoje zajednice.

Iz rezultata je vidljivo da knjižnice imaju visok potencijal ne samo glede kulturne funkcije općenito, nego i za obnašanje te funkcije na turističkom tržištu.

3. Analiza istraživanja obrazovne funkcije knjižnica u turizmu

Dio anketnog upitnika koji se odnosi na obrazovnu funkciju knjižnice u turizmu sadrži zatvorena pitanja o tome nudi li knjižnica obrazovne sadržaje za turiste, a ponuđeni odgovori su: posudba knjižnične građe turistima, organizacija edukativnih programa, mogućnost za istraživački rad u prostorijama knjižnice ili nešto drugo pri čemu je dozvoljena mogućnost odabira više odgovora.

3. Nudi li knjižnica neke od obrazovnih sadržaja za turiste

Na pitanje o obrazovnim sadržajima koji se u knjižnicama nude za turiste, njih 7 odgovorilo je potvrdno. Negativno se o tom pitanju izjasnilo 5 knjižnica.

Posudba građe turistima kao vid obrazovne funkcije u turizmu ne primjenjuje se u ispitanim knjižnicama, edukativne izložbe i druge događaje s ciljem upoznavanja publike s baštinom lokaliteta organizirale su 4 knjižnice, dok mogućnost za dulji istraživački rad nude 3 knjižnice.

Knjižnice ne navode neki drugi vid aktivnosti vezan uz obrazovnu funkciju knjižnica u turizmu.

Obrazovna funkcija knjižnica u turizmu je srednje razvijena. Kroz organizaciju edukativnih izložbi ili nekih drugih događanja sudionici mogu steći neka nova znanja i vještine, upoznati se s baštinom lokaliteta, a u knjižnicama se nudi i mogućnost istraživačkog rada.

4. Analiza istraživanja o knjižnicama kao turističkim atrakcijama

Dio anketnog upitnika koji se odnosi na istraživanje knjižnica kao turističkih atrakcija sadrži dvije glavne grupe pitanja koje su podijeljene u više manjih podskupina. Prvo pitanje zahtijevalo je od ispitanika da na skali od 1 (nimalo) do 5 (izrazito) odredi vlastitu procjenu o atraktivnosti svoje knjižnice, dok se sljedeće pitanje odnosilo na vidove atraktivnosti anketirane knjižnice: atraktivnost zbog zgrade u kojoj je knjižnica smještena (a u sklopu čega slijedi daljnja podjela na kulturno-spomeničku vrijednost, povijesnu vrijednost, arhitektonsku

ili neku drugu vrijednost knjižnice, možda je to bila kuća neke poznate ličnosti ili nešto slično), atraktivnost zbog fonda (koji u daljoj podjeli može biti etabliran kao turistička atrakcija, može imati potencijala da postane turistička atrakcija ili je atraktivan iz nekog drugog razloga), atraktivnost zbog nekih drugih sadržaja, što je ostavljeno kao otvoreno pitanje, ali je sugerirano da se može odnositi na organizaciju nekih događanja kao što su literarne večeri, radionice, predstave i slično.

4.1. Koliko je knjižnica turistički atraktivna

Prema procjenama ispitanika, knjižnice su uglavnom turistički atraktivne. Prosječna ocjena svih anketiranih knjižnica iznosila je 3,42.

Treba napomenuti da samoprocjena turističke atraktivnosti koju donose knjižnice, tj. knjižničari o knjižnicama u kojima rade, ima posebnu vrijednost. S jedne strane, riječ je o stručnjacima iz prakse koji najbolje poznaju resurse i aktivnosti svoje knjižnice, a s druge strane, imajući osobno iskustvo kao turisti, mogu pretpostaviti što bi moglo zanimati turiste kod promatrane knjižnice.

4.2. Razlozi za atraktivnost knjižnice

4 knjižnice smatraju zgradu u kojoj se knjižnica nalazi atraktivnom i glavnim razlogom za posjet, i to 1 zbog kulturnospomeničke vrijednosti, 2 zbog povijesne vrijednosti i 1 zbog toga što je knjižnica novi objekt u sklopu parka, odnosno perivoja dvorca.

2 knjižnice smatraju da je to zbog fonda i to njegovog potencijala da postane turistička atrakcija.

Skupina pitanja koja se odnosi na atraktivnost knjižnica vezano za neke druge sadržaje dala je odaziv od 6 knjižnica koje smatraju da je njihova knjižnica zbog raznih drugih sadržaja turistički atraktivna. Sadržaji o kojima je riječ obuhvaćali su raznovrsna događanja, izložbe, koncerte, predstave, stručna predavanja, projekcije i dr.

5. Analiza uključenosti knjižnice u turističku ponudu

Dio u kojem se ispituje uključenost knjižnice u turističku ponudu sastojao se od trinaest pitanja:

1. trebaju li se po vašem mišljenju knjižnice uključiti u turizam- gdje se nudi mogućnost odgovora DA i NE
2. posjećuju li turisti vašu knjižnicu- gdje se nudi mogućnost odgovora DA i NE; ukoliko posjećuju, što mislite iz kojih razloga?- gdje se nudi mogućnost više odgovora i to: upoznavanje lokalne kulture, pristup internetu, čitanje novina ili nešto drugo; ukoliko ne posjećuju, što mislite iz kojih razloga?- gdje se nudi mogućnost više odgovora: nismo dovoljno vidljivi u medijima i drugim promotivnim materijalima, knjižnica nema što ponuditi turistu, turisti općenito ne posjećuju knjižnice na svojim putovanjima ili nešto drugo
4. prilagođenost radnog vremena potrebama turista – pri čemu se nudila mogućnost odabira produljenog radnog vremena, rada vikendom ili nešto drugo
5. uključenost knjižnice u lokalne turističke događaje- gdje se nudi mogućnost odgovora DA i NE
6. ukoliko je knjižnica bila

uključena, tko je inicijator uključenosti? Je li knjižnica sama inicijator, da li ju angažira turistička zajednica ili netko drugi 7. način uključenost- je li knjižnica bila uključena kao organizator, atrakcija, kao mjesto događanja, kao informacijska podrška te jesu li bili angažirani knjižničari 8. neki drugi oblik uključenosti- otvoreno pitanje o tome da li se radi o nekom drugom obliku uključenosti u turistička događanja 9. na skali od 1 (nimalo), 2 (slabo), 3 (srednje), 4 (prilično) do 5 (izrazito) ocijenite tvrdnju- knjižnica mora biti kreativni promotor turističke ponude lokalne sredine 10. smatrate li da je vaša knjižnica prepoznata kao turističko odredište od strane lokalne zajednice i turističke zajednice?- gdje se nudi mogućnost odgovora DA i NE 11. da li je vaša knjižnica uvrštena u turističku ponudu mjesta?- gdje se nudi mogućnost odgovora DA i NE 12. smatrate li da vaša knjižnica daje svoj maksimum u kulturno-turističkoj ponudi mjesta?- gdje se nudi mogućnost odgovora DA i NE. Ukoliko knjižnice smatraju da ne daju svoj maksimum, navodi se da li je to zbog nedovoljnog broja zaposlenih, nedostatka financijskih sredstava, manjka prostora u knjižnici, nedovoljne edukacije zaposlenih iz područja marketinga, ekonomije, menadžmenta ili nešto drugo 13. da li se vaša knjižnica promovira na neki način i da li je vidljiva kroz- medije, digitalnu građu, informativne materijale i promotivne letke, oglase u medijima, plakate, smeđe turističke signalizacije, internetske stranice grada, društvene mreže, nešto drugo, navedite što.

5.1. Svih 12 knjižnica smatraju da se knjižnice moraju uključiti u turizam.

5.2. 11 knjižnica navodi da turisti posjećuju knjižnicu.

5.3. 10 knjižnica smatra da ju posjećuju zbog upoznavanja lokalne kulture, 2 zbog pristupa internetu, 3 zbog čitanja novina, a kao ostali razlozi navodi se informiranje o gradu. Jedna knjižnica navodi da se ne posjećuje i to jer nije vidljiva u medijima, jer turisti nisu zainteresirani za posjet knjižnici i smatra da bi bila posjećenija da je prostor veći i atraktivniji.

5.4. Radno vrijeme prilagođeno turistima imaju 3 knjižnice i to 2 na način rada vikendom i 1 na način produženog radnog vremena.

Narodne knjižnice Županije nemaju otvorenost u skladu s preporukama Standarda za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj, ljeti dodatno smanjuju broj sati rada s korisnicima, a većinom su zatvorene i tijekom vikenda. Uzroci takvog stanja su u nedovoljnom broju djelatnika u gotovo svim knjižnicama, no ukoliko ističemo važnost ponude u kulturnom turizmu nužna je, prije svega, prilagodba radnog vremena knjižnica potrebama u turističkom sektoru.

Mnogo djece dolazi za vrijeme ljetnih praznika kod djedova i baka na praznike. Dodatni je to razlog da istaknemo i predložimo aktivno sudjelovanje odjela za djecu i mladež i u ljetnim mjesecima. U knjižnicama Županije u šest je knjižnica oformljen dječji odjel (Zlatar, Krapina, Krapinske toplice, Pregrada, Zabok, Klanjec). Vodeći računa o iskazanim čitalačkim interesima djece, potrebno je planirati ljetne aktivnosti, kako za lokalno stanovništvo tako i za domaće i strane goste: pričanje priča, poticanje likovne pismenosti, igre riječima, glazbene slušaonice, društvene igre i sl. Uvođenjem novih tehnologija i cjelovitih multimedijalnih događanja, s mogućnošću posudbe i korištenja DVD-a, CD-a, didaktičkih igračaka i

pomagala, dječje odjele možemo preobraziti u centar kulturnog života djece i obitelji kako lokalnog stanovništva tako i sezonskih posjetitelja.

5.5. Na pitanje je li knjižnica uključena u neke lokalne turističke događaje, 11 ih je odgovorilo potvrdno, a 1 negativno.

5.6. U 6 slučajeva knjižnica je inicijator turističkih događaja, u 7 knjižnicu je angažirala turistička zajednica, u 1 slučaju je organizator Pučko otvoreno učilište, a u 1 i lokalna zajednica.

5.7. Način angažiranosti knjižnica

Ako je knjižnica bila uključena u turističke događaje, ovim pitanjem cilj je bio utvrditi na koji način je bila angažirana, odnosno je li knjižnica uključena kao organizator, turistička atrakcija, kao mjesto događanja neke manifestacije, te u smislu informacijske podrške pri osmišljavanju i pripremi događaja.

Prema procjeni ispitanika ni jedna od knjižnica nije uključena kao turistička atrakcija. Kao mjesto događanja uključene su 2 knjižnice, u svojstvu informacijske podrške u pripremi i organizaciji događaja, osiguravanja raznih podataka i sl. uključene su bile 3 knjižnice, dok je knjižnica bila organizator u 6 slučajeva.

5.8. Kao neki drugi oblik uključenosti knjižnice u turističku ponudu 1 knjižnica navodi suorganizaciju pub kvizova.

5.9. Knjižnica mora biti kreativni promotor turističke ponude lokalne sredine. 4 knjižnice su tvrdnju ocijenile ocjenom 3, 6 ocjenom 4 i dvije ocjenom 5. Prosječna ocjena iznosi 3,83 – što znači da većina knjižnica smatra važnom svoju ulogu u promociji turističke ponude svoje sredine.

5.10. 7 ispitanika smatra kako je knjižnica prepoznata kao turističko odredište od strane lokalne zajednice i turističke zajednice, dok 5 njih misli da nije tako.

5.11. Na pitanje da li je vaša knjižnica uvrštena u turističku ponudu mjesta, dvije knjižnice su odgovorile potvrdno, dok čak njih 10 negativno.

5.12. 6 ispitanika smatra da njihova knjižnica daje svoj maksimum u kulturno-turističkoj ponudi mjesta, dok 6 smatra da knjižnica po to pitanju ne daje svoj maksimum i to 3 uslijed nedovoljnog broja zaposlenih, jedna uslijed manjka prostora u knjižnici, jedna zbog nedovoljne edukacije zaposlenih iz područja marketinga, ekonomije, menadžmenta, a jedna navodi i manjak financijskih sredstava i manjak prostora u knjižnici i nedovoljan broj zaposlenih kao razlog.

5.13. Da li se vaša knjižnica promovira na neki način i da li je vidljiva kroz- medije, digitalnu građu, informativne materijale i promotivne letke, oglase u medijima, plakate, smeđe turističke signalizacije, internetske stranice grada, društvene mreže, nešto drugo, navedite što. 5 knjižnica se promovira putem medija, nijedna putem digitalne građe, 3 putem informativnih materijala i promotivnih letaka, 4 putem plakata, jedna putem smeđe turističke signalizacije, 5

putem internetskih stranica grada i 6 putem društvenih mreža. Kao ostale načine promocije navode i stranice turističke zajednice, te vlastite internetske stranice.

Problem na koji zainteresirani turisti i članovi lokalne zajednice mogu naići je pronalaženje same lokacije knjižnice. Općenito u svijetu u naprednijima zemljama već je krajem 20. st. postalo sasvim normalno da su knjižnice nezaobilazni kulturni prostori u pružanju informacija i kao takve se obilježavaju i ističu putokazima i raznim propagandnim sredstvima. U Krapinsko-zagorskoj županiji samo jedna knjižnica navodi da ima oznaku koja bi posjetitelja upućivala na lokaciju.



Slika 3. Putokaz za Gradsku knjižnicu u Zaboku

6. Analiza financiranja aktivnosti povezanih s turizmom

Sve knjižnice su se izjasnile da nemaju osigurana namjenska sredstva za aktivnosti vezane za uključenost u turističke aktivnosti.

Ukoliko ipak postoji potreba za financiranjem sredstva se namaknu iz lokalne samouprave ili iz vlastitih prihoda knjižnice.

7. Na skali od 1 (nimalo), 2 (slabo), 3 (srednje), 4 (prilično) do 5 (izrazito) knjižnice su morale ocijeniti stupanj suradnje sa školama, turističkim agencijama, galerijama, muzejima, građanskim udrugama, lokalnom samoupravom i drugim knjižnicama.

Stupanj suradnje sa školama jedna knjižnica je ocijenila ocjenom 3, 3 ocjenom 4 i 8 knjižnica ocjenom 5. Stupanj suradnje s turističkim agencijama dvije knjižnice su ocijenile ocjenom 1,

5 ocjenom 2, dvije ocjenom 3, 1 ocjenom 4 i 2 ocjenom 5. Stupanj suradnje s galerijama dvije su knjižnice ocijenile ocjenom 1, 5 ocjenom 3, 4 ocjenom 4 i 1 ocjenom 5. Stupanj suradnje s muzejima 4 knjižnice su ocijenile ocjenom 1, 1 ocjenom 2, 4 ocjenom 3, 2 ocjenom 4 i 1 ocjenom 5. Stupanj suradnje s građanskim udrugama 4 knjižnice su ocijenile ocjenom 4 i 8 ocjenom 5. Stupanj suradnje s lokalnom samoupravom jedna knjižnica je ocijenila ocjenom 3, 2 ocjenom 4 i 9 ocjenom 5. Stupanj susradnje s drugim knjižnicama dvije su knjižnice ocijenile ocjenom 2, 5 ocjenom 4 i 5 ocjenom 5.

Knjižnice većinom s muzejima, galerijama i drugim ustanovama djeluju u okviru dosta dobro razvijene mreže, što bi moglo rezultirati ukupnom i zajedničkom ponudom na turističkom tržištu te zajedničkom promidžbom.

6. RASPRAVA O REZULTATIMA ISTRAŽIVANJA

U ovom se poglavlju sumiraju rezultati istraživanja vezano za cjelovitost odnosa narodnih knjižnica Krapinsko-zagorske županije i turizma, a s ciljem dubljeg razumijevanja uloge narodnih knjižnica u turizmu.

Vezano za informacijsku ulogu knjižnica u turizmu prema dobivenim rezultatima istraživanja proizlazi da većina knjižnica sadrži knjižničnu građu o turizmu odnosno građu zanimljivu turistima. Ta građa s jedne strane služi kao teorijska podrška znanstvenicima i ostalima koji se bave istraživanjima turizma, svima koji osmišljavaju turističke proizvode i druge sadržaje vezane za turizam i ostalim stručnjacima i korisnicima koji su na bilo koji način uključeni u turizam. S druge strane, prema dobivenim rezultatima knjižnična je građa u knjižnicama zanimljiva i turistima. To može biti literatura na stranim jezicima, rjetki i značajni primjerci građe, estetski vrijedna građa, informativni materijali o lokalitetu i lokalnoj zajednici ili o kulturnim događanjima u destinaciji ili pak nešto drugo. Prema navodima ispitanika, turistima su također zanimljive i zavičajne zbirke koje knjižnice posjeduju, odnosno sva knjižnična građa kroz koju mogu upoznati lokalnu ili nacionalnu kulturu.

Rezultati istraživanja pokazali su da fondovi knjižnica igraju i značajnu ulogu glede kulturne funkcije knjižnica u turizmu. Često je riječ o zavičajnim zbirkama, staroj ili rijetkoj građi.

Osim kroz literaturu i ostale oblike knjižnične građe, kulturnu funkciju knjižnice obavljaju i na razne druge načine. Prema navodima samih ispitanika organiziraju se literarne večeri, razne manifestacije, radionice, izložbe i druga događanja. Nijedna od knjižnica nije navela da se omogućavaju vođeni obilasci knjižnica na stranim jezicima, kao ni digitaliziranje građe što bi uvelike doprinjelo vidljivosti knjižnice u turističkoj ponudi kraja.

Iz rezultata istraživanja razvidno je da knjižnice nude i obrazovne sadržaje kao što su edukativne izložbe i radionice te druga događanja kojima je cilj edukacija korisnika. One omogućavaju istraživački rad u svojim prostorima, te educiraju turiste o načinu korištenja fonda i ostalih usluga.

Ovim je istraživanjem pokazano kako knjižnice imaju potencijala postati turističke atrakcije. To se odnosi na zgrade u kojima su smještene, a koje imaju kulturno-spomeničku i umjetničku vrijednost, odnosno arhitektonsku vrijednost. Fondovi knjižnica imaju također potencijal turističke atrakcije.

Knjižnice se, ovisno o mogućnostima, uključuju u turističke tokove na način da prilagođavaju radno vrijeme potrebama turista, što uključuje između ostalog produljeno radno vrijeme i rad vikendom. Ipak, nedovoljan broj knjižnica ima prilagođeno vrijeme za turiste. Uključenost knjižnica u turističke tokove podrazumijeva i uključenost u događanja za koja knjižnice angažiraju lokalne turističke zajednice, grad, kulturni centri, ili se knjižnice uključuju samoinicijativno. Važno je istaknuti da, prema rezultatima istraživanja, knjižnice uopće nisu angažirane u svojstvu turističke atrakcije, nego prvenstveno kao mjesto događanja i informacijska podrška u razvijanju turističkih sadržaja, a često su pritom angažirani i sami knjižničari. Većinom se za takve aktivnosti knjižnicama ne dodjeljuju namjenska sredstva, a u rijetkim slučajevima kada se i dodijele, ona su izuzetno mala.

Rezultati dobiveni ovim istraživanjem pokazali su kako većina knjižnica smatra da je potrebno uključiti knjižnice u turizam.

Knjižnice su kroz razne aktivnosti angažirane u turizmu te prema potrebi njihova uključivanja u turizam imaju većinom pozitivan stav. Iz odgovora u upitniku vidi se da turističke zajednice i druge nadležne strukture angažiraju knjižnice u turističke aktivnosti, no ipak ne dovoljno (5 od ukupno 12 knjižnica), te da je uključivanje knjižnica vrlo često samoinicijativno. Prema mišljenju knjižničara uključenost knjižnica u turizam je sporadična i nedovoljna, a problem vide u nedovoljno razvijenoj suradnji kulturnog i turističkog sektora. Knjižnice se još uvijek ne vide kao ustanove koje bi mogle sudjelovati u turizmu ni biti aktivan činitelj u kreiranju turističke ponude.

Takav stav društvene zajednice, a osobito nadležnih struktura, očituje se i u činjenici da se za angažiranost u turističkim aktivnostima i sadržaje koji se u knjižnicama nude vezano za turizam dodjeljuju (bolje reći ne dodjeljuju) krajnje niska financijska sredstva.

7. MODEL UKLJUČENOSTI NARODNIH KNJIŽNICA U TURIZAM

Rezultati istraživanja pokazali su da su narodne knjižnice Krapinsko-zagorske županije na razne načine uključene u turizam te da u njemu imaju važne funkcije, a to su potvrdila i iskustva iz prakse brojnih knjižnica. Stoga se u ovom dijelu rada daje prikaz modela uključenosti knjižnica u turizam.

Turizam je fenomen interdisciplinarnog karaktera čiji su rezultati uspješnosti kao privredne aktivnosti mjerljivi i vidljivi kroz gospodarske statističke pokazatelje. Međutim, konačni rezultati koji se pokazuju u praksi zapravo su rezultat ne samo interdisciplinarnih poslovnih i stručnih praksi hotelskih, ugostiteljskih i drugih sličnih turističkih resursa, nego i prethodnog

znanstveno-istraživačkog rada koji utječe ne samo na razvoj resursa tih gospodarskih aktera, nego i za donošenje društvenih politika i zakonskih propisa. Tom znanstveno-istraživačkom radu neophodna je kvalitetna informacijska podloga. U tom smislu knjižnice su, kao ustanove koje organiziraju i nude informacijsku podršku, nužno potrebna infrastruktura znanstvenicima i istraživačima turizma, kao i drugim stručnjacima i profesionalcima u turizmu. Pri izradi ovog modela uključenosti knjižnica u turizam, polazišna je pretpostavka da narodne knjižnice na više načina sudjeluju u turizmu, što se za širu javnost zbiva gotovo neprimjetno i uglavnom potpuno zanemaruje.

Prema Manifestu UNESCO-a koji govori o narodnim knjižnicama, one su „vitalna snaga u obrazovanju, kulturi i obavješćivanju.“²⁷ Stoga su knjižnične „ključne zadaće vezane uz obavješćivanje, opismenjivanje, obrazovanje i kulturu.“²⁸ Iz toga proizlaze tri osnovne funkcije koje se očituju i u odnosu knjižnica prema turizmu. To su njihova informacijska, obrazovna i kulturna funkcija.

Svaku od dvanaest zadaća koje su navedene u IFLA-inim smjernicama za narodne knjižnice možemo promatrati u svijetlu turizma.

Od navedenih zadaća informacijsku funkciju u turizmu imaju: „pružanje primjerenih informacijskih usluga lokalnim poduzećima, udrugama i interesnim skupinama; osiguranje pristupa građana svim vrstama obavijesti o svojoj zajednici.“²⁹

Zadaće narodnih knjižnica koje promatramo u svijetlu obrazovne funkcije su: „stvaranje i jačanje čitateljskih navika djece od rane dobi; podupiranje osobnog obrazovanja za koje se odlučuje pojedinac, kao i formalnog obrazovanja na svim razinama; podupiranje i sudjelovanje u programima razvijanja pismenosti namijenjenima svim dobnim skupinama i iniciranje takvih programa, kad je potrebno; olakšavanje razvitka informacijskih vještina i računalne pismenosti.“³⁰

Kulturna funkcija knjižnica obuhvaća: „promicanje svijesti o kulturnom naslijeđu, uvažavanje umjetnosti, znanstvenih postignuća i inovacija; osiguravanja pristupa kulturnim izvedbama svih izvedbenih umjetnosti; gajenje dijaloga među kulturama i zastupanje kulturnih različitosti; podupiranje usmene predaje; stvaranje mogućnosti za osobni kreativni razvitak; poticanje mašte i kreativnosti djece i mladih ljudi.“³¹

Promatrano sa stajališta odnosa knjižnica i turizma, knjižnice kroz usklađeno djelovanje ovih funkcija stvaraju informacijsku podršku za omogućavanje i razvoj turizma. Jedna od osnovnih uloga knjižnica je njihova informacijska funkcija koja sa stajališta turizma služi i razvija se u funkciji dvije specifične skupine korisnika – turista te znanstvenika i stručnjaka za područje turizma. Turistima, dakle posjetiteljima izvan mjesta njihovog stalnog boravka, omogućuje se da budu obaviješteni najčešće o javnim i političkim prilikama od općeg interesa, a ponekad i u

²⁷ IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Op. cit., str. 105.

²⁸ Ibid, str. 106.

²⁹ Ibid, str. 106.

³⁰ Ibid, str. 106.

³¹ IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Op. cit., str. 106.

skladu s njihovim specijaliziranim informacijskim potrebama, te im se nadalje pružaju i podaci o mjestu ili širem području na kojem se trenutno nalaze, kao i informacije o javnim događanjima na tom području, službenim i servisnim informacijama, itd.

Informacijska funkcija knjižnice zadire u razne oblike fenomena turizma, poput onog znanstvenog, obrazovnog, vjerskog, kulturnog, gradskog i dr. Primjeri za to su znanstvenici ili drugi istraživači koji u knjižnicama izvan svog mjesta boravka proučavaju pisanu i drugu knjižničku građu u sklopu općih lingvističkih, povijesnih, religijskih, umjetničkih, socioloških, etnografskih i drugih kulturoloških istraživanja, kao i oni koji istražuju povijesne ili druge kulturne aspekte razvoja nekog mjesta ili područja, itd. Sa stajališta pak turizma kao djelatnosti knjižnica se svojim znanstvenim, stručnim i referentnim dijelom knjižničkog fonda koji obuhvaća i različite stručne pokazatelje kao i zakonske propise i stručne standarde, javlja kao informacijska podrška istraživačima u znanstveno-istraživačkom radu na području turizma te kao podrška stručnjacima i profesionalcima u njihovom svakodnevnom poslu.

Svojom obrazovnom funkcijom knjižnice pružaju podršku ne samo turističkim stručnjacima i profesionalcima tijekom njihovog formalnog školovanja, nego i kasnije tijekom njihovog rada u turizmu omogućujući im trajno stručno usavršavanje te po potrebi i prekvalifikacije. Uz to, knjižnice omogućuju svojim korisnicima i stjecanje specifičnih informacijskih znanja i vještina koja oni mogu koristiti i u svom radu u turizmu poput vještina pretraživanja na internetu, upoznavanje i odabir turističkih i drugih korisnih informacijskih izvora, i dr.

Sa stajališta odnosa knjižnica i turizma, svojom kulturnom funkcijom knjižnice svjedoče o povijesti i razvoju svojega mjesta i regije. To se čini putem posebno organiziranih dijelova knjižničkog fonda koji govori o mjestu i regiji ili se radi o djelima autora s tog područja, a koja otkrivaju jedinstven pogled na stvaralaštvo i život lokalne zajednice (npr. zavičajne zbirke). Knjižnice o povijesti i razvoju mjesta ili regije svjedoče i predstavljanjem pojedinih posebno vrijednih i turistima zanimljivih sadržaja i jedinica iz sastava knjižničkog fonda izvan zavičajne zbirke. Nadalje, knjižnice omogućuju pristup najboljim domaćim i stranim književnim i drugim umjetničkim djelima iz knjižničkog fonda na različitim medijima kako svojim stalnim korisnicima tako i turistima. Uz to, knjižnice u javnosti promiču svijest o lokalnoj kulturnoj baštini koja time može postati lokalni turistički resurs, odnosno čime se pomaže u izgradnji kulturnog identiteta mjesta ili regije kao turističke destinacije. Nadalje, između ostalih svojih korisnika, knjižnice svojim aktivnostima pomažu i u kreativnom razvitku turista.



Slika 4. Gradska knjižnica u Trinidadu, Kuba

Sa stajališta uloge knjižica u turizmu, ove tri knjižnične funkcije u načelu nisu javno prepoznate, kako u najširoj javnosti tako niti u stručnim turističkim krugovima.

To se očituje u strategijama razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije, kao i u masterplanovima razvoja turizma na različitim razinama u kojima nema ni spomena o ovim ulogama i doprinosima knjižnica u turizmu. „Cilj izrade Master plana je turističko strukturiranje destinacije kroz definiranje razvojnog modela turizma kojim se osmislilo cjelovito razvojno rješenje te strateško usmjerenje turizma Krapinsko-zagorske županije kroz zajednički dogovor ključnih dionika u turizmu.“³² No, knjižnice kao mogući dionik nisu navedene ni u jednom segmentu. Ni u atributima Zagorja, ni u ponudi turizma Krapinsko-zagorske županije, ni u brendiranu Krapinsko-zagorske županije, marketinškom djelovanju, bilo kakvim projektima. U strategiji razvoja Krapinsko-zagorske županije naveden je samo broj narodnih knjižnica. I iako se kao razvojna potreba, navodi, između ostalog, „valorizacija kulturne baštine kroz održivi oblik turizma“³³, a kao razvojni problem „nedovoljna iskorištenost kulturno-povijesne baštine te nezainteresiranost lokalnog stanovništva za očuvanjem identiteta i tradicijskih vrijednost,“³⁴ i iako se stalno kao problem navodi nedovoljno iskorišteni objekti i sadržaji kulturno-povijesne baštine, knjižnicama se i dalje ne daje nikakva uloga ni značaj.

Nadalje, to se očituje i u znanstvenoj i stručnoj literaturi budući da se u stručnim turističkim radovima i istraživanjima ni na koji način ne obrađuje ova tematika. To je očito i u brojnim stručnim i medijskim anketama koje, kao posljedica naprijed navedenog, ne uključuju knjižnice u svoje upitnike čak niti kada se odnose na područje kulturnog turizma. Zbog svega toga, nema niti nužnog javnog i ekonomskog valoriziranja uloge knjižnica u turizmu na osnovi ovih triju knjižničnih funkcija, iako u stvarnosti knjižnice upravo u tom segmentu daju značajan doprinos turizmu. To potvrđuju i rezultati istraživanja u okviru ovog rada koji pokazuju da knjižnice od svojih osnivača i turističke industrije većinom ne dobivaju namjenska sredstva za rad s turistima ili za pružanje podrške pri realizaciji turističkih aktivnosti koje organizira šira zajednica.

Knjižnice prema svakoj od tih funkcija daju doprinos turizmu, ali turizam taj doprinos ne prepoznaje i ne valorizira. Knjižnice pomažu u izgradnji turizma kao složenog multidisciplinarnog fenomena. S jedne strane to se odvija djelovanjem knjižnica kako na turističke kadrove (podrška formalnom obrazovanju i kasnijem stručnom usavršavanju), na oblikovanje i predstavljanje ponude turističkih proizvoda (na podizanje kvalitete turističke usluge, definiranje resursa, pomoć u izgradnji imidža turističke destinacije), na definiranje turističke infrastrukture (posebno u kulturnom turizmu). S druge strane, to se odvija također i djelovanjem knjižnica na potrošačku stranu turističke industrije, tj. usluživanjem turista (od pružanja osnovnih turističkih i servisnih informacija preko upoznavanja s lokalnom kulturom

³² Master plan razvoja turizma za razdoblje od 2016. do 2025. godine. 4.4.2017. <http://www.kzz.hr/master-plan-razvoja-turizma> (26.02.2020.)

³³ Strategija razvoja Krapinsko-zagorske županije do 2020. godine, 6.12.2016., str. 19. http://www.kzz.hr/sadrzaj/dokumenti/strategija-razvoja-2020/KZZ_Strategija_Razvoja_do_2020_godine.pdf (27.02.2020.)

³⁴ Ibid, str. 19.

do zadovoljavanja njihovih čitalačkih interesa posudbom knjiga dok su kao turisti na odmoru, te na druge načine ovisno o iskazanim interesima turista). Sve to zajedno pomaže izgradnji općeg turističkog fenomena.

7.1. KAKO NARODNE KNJIŽNICE UVRSTITI U TURISTIČKU PONUDU?

U vremenu stalne potrebe sveopće prilagodbe potrebno je usmjeravanje narodne knjižnice prema novim načinima rada čime bi se dugoročno podigla kvaliteta i potreba knjižnične djelatnosti u društvu.

Knjižnice nemaju strategiju turističke ponude, no trude se u tom smjeru i smatraju turiste specifičnom skupinom korisnika knjižnice, za koje je potreban posebni tretman i pozornost koji bi trebalo započeti naobrazbom i osposobljavanjem kadra.

Kakvu i koliku ulogu će knjižnica imati u ponudi, koliki će biti utjecaj knjižnice da svoj kraj promovira i učini interesantnim i poželjnim, ovisi o volji pojedinca, njihovoj spremnosti na nove izazove, snalažljivosti i domišljatosti, inovativnosti i poduzetnosti te podršci zaposlenicima i idejama koje mogu privući i zaokupiti veći broj korisnika. Potrebno je ostvariti i dobre partnerske odnose sa sličnim organizacijama.

Ključ do veće prepoznatljivosti knjižnice u turizmu leži u planskom i koordiniranom djelovanju knjižnice. No, kako se knjižnice uključuju u turističku ponudu, još se nije zapitao dovoljan broj knjižničara. Ali ni turističkih djelatnika ni ministarstva. A još nekada su predstavljale važan segment turističke ponude mjesta, regije i cijele države. S usklađenim djelovanjem knjižnica, njihovim sudjelovanjem s lokalnom zajednicom, ministarstvom za kulturu i turističkim zajednicama moguće je turistima predstaviti lokalne kulturne baštine, puls mjesta, način življenja, priliku za kontakt sa lokalnim stanovništvom.

Potrebno je osvijestiti javnost, omogućiti veću prepoznatljivost prvo na lokalnom nivou, mjesta ili regije, a potom je knjižnice potrebno predstaviti kao turističke destinacije i to ne samo na internet stranicama knjižnica, već na internet stranicama turističkih agencija, portalima lokalnih zajednica, regija i država, koji su skupa s različitim turističkim informativnim centrima pozvani da predstave knjižnicu kao vrijednu turističku zanimljivost. Knjižnica mora biti uvrštena na stranicama mjesta u rubriku turizma, kulture i sporta, na turističkom portalu mjesta među znamenitostima koje je vrijedno posjetiti trebala bi biti navedena i knjižnica.

Potrebno je postaviti putokaze za lokaciju knjižnice na cesti, na autobusnim i željezničkim postajama kao što su označeni muzeji, galerije, hoteli, crkve.

7.2. NARODNE KNJIŽNICE I OSMIŠLJAVANJE TURISTIČKE PONUDE

Koristeći prirodne i kulturne resurse turizam je općeniti nositelj poruke o nekoj zemlji i njezinu identitetu. No, promocijski postupci tog identiteta nisu isključivo u domeni turizma, oni su u kreacijama pojedinaca i u obrazovanju. Možemo li to učiniti bez narodnih knjižnica?

Narodne knjižnice čuvaju, štite i promiču kulturnu, povijesnu i tradicijsku baštinu kraja i postaju neizostavan dio ponude turizma.

U cilju osmišljavanja što bolje turističke ponude, moramo biti svjesni vrijednosti značenja baštinskih ustanova svoga kraja. Kao i ostale ustanove u kulturi, narodne knjižnice posjeduju različite vrste građe, iskoristive u mnogim promotivnim aktivnostima njih samih, ali i svih čimbenika koji aktivno sudjeluju u turizmu. One mogu pripomoći turističkoj ponudi i prepoznatljivosti određene zajednice ili kraja.

„Potrebno je graditi vlastiti imidž konkurentnosti destinacije jer samo onaj tko se bude prepoznatljivo razlikovao od konkurencije bit će interesantan u poplavi istovrsne ponude.“³⁵

Nedovoljna je iskorištenost ljudskih kapitala i sve bolje informatičke opremljenosti ustanova u kulturi u turističkoj industriji. Poglavito su narodne knjižnice kao pristupna mjesta informacijama, pa tako i znanju, nedovoljno prepoznate u ponudi turizma te se njihovi resursi kao takvi ne prepoznaju i još važnije, gotovo i ne koriste.

Često knjižnicama nedostaje osoblja i financijskih sredstava, no to se može ublažiti udruživanjem kulturnih institucija, turističkih agencija, te mehanizmom partnerstva i suradnje. Knjižnica ne može biti dovoljno učinkovita na planu turizma, no u suradnji s drugim ustanovama ima posebno mjesto. Zbog toga se knjižnice danas moraju virtualno udružiti, ne samo s drugim knjižnicama, već s arhivima, muzejima. U knjižnici se može osmisliti prezentacija i interpretacija kulturnih resursa, unutra nje se može djelovati na podizanju svijesti o vrijednosti i ulozi turizma općenito. Knjižnica može sudjelovati u ostvarivanju strateških ciljeva: učiniti turističku ponudu lako pristupačnom inozemnim i domaćim posjetiteljima, realizirati promotivne aktivnosti.

I uz najidealnije uvjete za razvoj turizma, mjesto mora nalaziti sadržaje autentičnog turističkog proizvoda vezanog uz kulturu mjesta gradeći na njemu svoj identitet. Upravo iz tih razloga važna je spona turističke zajednice i ustanova u kulturi da zajedno osmisle kulturno-turistički proizvod koji bi destinaciju učinilo privlačnom novim specifičnim posjetiteljima i turistima.

Oni koji poznaju moć informacija, koji razumiju proces globalizacije i istodobno mogu procijeniti posebnosti domaćega kraja, mogu lako oblikovati turističku ponudu.

³⁵ Bartluci, Mato. Op. cit., str. 163.

Narodne knjižnice su mjesta gdje je sabrano najviše informativnog gradiva o lokalnom kulturnom nasljeđu, također i saznanja o znamenitostima, ljudima, institucijama i drugim posebnostima kraja, koje bi zanimale turiste.

Na temelju povijesti grada, osoba koje su ovdje rođene, djelovale ili živjele treba osmisliti turističku ponudu i autentičan kulturno-turistički proizvod čiji će sadržaj privlačiti posjetitelje.

Narodna knjižnica mora biti potpora turističko-informacijskim centrima i stvarateljima turističke ponude sa svojim gradivom i znanjem.

Sve dok stručni djelatnici narodne knjižnice ne postanu dijelom i turistički djelatnici i obrnuto, dok turistički djelatnici ne shvate i ne prihvate važnost kulturne ponude grada te da jedan bez drugoga ne mogu, turistička ponuda će nam biti manjkava.

Opće je shvaćanje kako je u turizmu najpotrebnija priča, a tko će ju bolje ispričati nego kvalitetni, obrazovani, socijalno i društveno senzibilizirani djelatnici knjižnica.

7.3. INTERPRETACIJA BAŠTINE

U Hrvatskoj, koja obiluje kulturnom i prirodnom baštinom, nedostaje učinkovit i adekvatan način interpretacije baštine. Zato turisti koji posjećuju našu zemlju ne mogu o njoj više doznati ni naučiti, a dio turista, zbog nedostatka odgovarajućih programa iz tih područja, ni ne dolazi u Hrvatsku. No i to se počelo mijenjati, sve je više stručnjaka koji znaju kako strateški planirati i brendirati destinacije te na odgovarajući način interpretirati njihovu baštinu i tako privući posjetitelje. Osnovana je i Hrvatska udruga za interpretiranje baštine koja je svoju prvu radionicu imala u Ogulinu. Radionica je održana u Ivaninoj kući bajke.

Interpretacija baštine uči nas kako prirodne i kulturne fenomene prenijeti posjetitelju nekog grada. Osnovno je ispričati priču na zanimljiv i razumljiv način. Dobra je interpretacija kreativna, autentična, inovativna, zaigrana i poprima najrazličitije oblike: od izložbi, vizuala, interaktivnih aplikacija, oznaka u prostoru, pripovjedanja,... Iako smo u samom europskom vrhu prema broju kulturnih dobara po stanovniku, svoju baštinu još nismo primjereno prezentirali, interpretirali i približili našim posjetiteljima, niti smo je dovoljno uključili u prezentiranje naše zemlje kako bismo posjetitelje privukli u što većem broju. Na radionici su sudjelovali turistički vodiči, voditelji turističkih zajednica, turistički novinari, muzeolozi, pokretači novih baštinskih projekata, predstavnici lokalne zajednice. Na predavanjima su se sudionici upoznali s osnovama interpretacije baštine, s osnovama kulturnog turizma i svjetskim turističkim trendovima te interpretacijskog planiranja. Na interaktivnim radionicama izravno su razvijali vještine interpretiranja: „mapirali“ su baštinske potencijale svojih odabranih destinacija i na njima primjenili proces interpretacijskog planiranja.

Pri interpretaciji baštine treba osmisliti razne kulturne i tematske rute sa zanimljivim interpretacijskim oznakama. Potreban je dobar projekt interpretacije baštine, angažman mnogih stručnjaka iz područja interpretacijskog planiranja, dizajna, arhitekture, lokalne

zajednice. Interpretacija baštine izaskuje dobru infrastrukturu, no kad se baština predstavi na inovativan i kreativan način, rezultati neće izostati.³⁶

Kulturna baština je novi proizvod koji se može upotrijebiti i u komercijalne svrhe. U tisku, na tekstilu, ambalaži, u zabavne svrhe, za obrazovne i istraživačke namjene.

7.4. ZAVIČAJNE ZBIRKE

Zavičajna zbirka je sastavljena od različitih vrsta građe: monografije, serijske publikacije, zbornici, rukopisno gradivo, sitni tisak, slikovni materijali, notna građa, audiovizualna građa i zapisi na drugim medijima. Zadatak zavičajne zbirke je proučavanje zavičajne povijesti, svih aspekata nastanka, života i rada određene zajednice, iskaz je identiteta zajednice, a objedinjuje duhovno i materijalno djelovanje pojedinaca. Narodna knjižnica je sa zavičajnom zbirkom najviše povezana s lokalnim okruženjem i u njoj se zrcali bogatstvo okolice na kojem knjižnica djeluje. Knjižnice moraju svoje zavičajne zbirke promovirati tako da budu priznate i korištene kao potpora kulturnom turizmu. Zavičajna zbirka mora biti ponuđena kreatorima turističkih ponuda kako bi predstavili kraj, budući je dragocjeni izvor za oblikovanje informacija koje turisti traže.



Slika 5. Zavičajna zbirka Gradske knjižnice u Krapini

Zavičajni odjeli, pored osnovne funkcije prikupljanja, obrađivanja i čuvanja zavičajnog materijala, daju taj materijal na korištenje, čuvaju lokalnu povijest, njeguju zavičajnu tradiciju, promoviraju zavičajne vrijednosti, deklarirajući se sve više kao informacijsko-kulturni centri lokalne zajednice, dobijajući i ulogu kulturnog promotora povijesno – tradicionalne baštine svoga kraja. Zavičajni odjel zauzima vrlo važno mjesto u aktivnoj turističkoj ponudi. Primjenom novih tehnologija u obradi svojih fondova, zavičajni odjeli knjižnica izravno utječu na to da kulturnu baštinu, zavičajnu povijest učine lakše dostupnom širem krugu korisnika, ali i da demonstriraju knjižnične resurse i učine ih privlačnim za što

³⁶ Dečak, Hrvoje. Kako interpretirati hrvatsku baštinu. // Meridijani, 197 (2017), str. 80-83.

veći broj potencijalnih korisnika, posebno turističkih. Autentični zavičajni fondovi koji služe lokalnoj zajednici u interesu čuvanja njene prošlosti, sadašnjosti i budućnosti, otvaraju se svijetu s bezbroj zanimljivih informacija, te postaju prepoznatljivi brend lokalne zajednice. Pomoću njih prezentiramo zavičajni identitet, ali i misli, ideje i svjetonazor. Doprinosе sustavnijem rekonstruiranju i dokumentiranju života u zajednici te predstavljaju dragocjen doprinos cjelovitoj prezentaciji zavičajne baštine kao temelja identiteta i vrijednosti lokalne zajednice.

Zadaća hrvatskih narodnih knjižnica je da očuvaju nacionalni i lokalni identitet kroz zavičajnu zbirku, trajno čuvati izvore za proučavanje materijalne i duhovne kulture zavičaja kako bi se korisnicima omogućio istraživački rad o svim aspektima života zavičaja.

Efemerna građa (razglednice npr.) pomažu interpretaciji lokalne povijesti, očuvanju identiteta i izuzetan su potencijal kulturnog turizma. Razglednice mogu biti vizualna podloga za prezentaciju virtualne ili klasične priče. One mogu bacati eksplicitno svjetlo na povijest, dajući ne samo činjenične detalje nego i atmosfersku i evokativnu poveznicu na prošlost. Razglednice govore o kulturi vremena u kojem je nastala, o mjestima koje prikazuje, načinu života, uvjerenjima određenog mjesta i vremena.



Slika 6. Razglednica grada Zlatara

7.5. DIGITALIZACIJA KULTURNE BAŠTINE

U kontekstu globalizacije, korisnik digitalne baštine je cijeli svijet.

Informacijska i komunikacijska tehnologija može učiniti veliku stvar za europsko kulturno bogatstvo, u smislu očuvanja i posredovanja za učenje, za razvoj turizma i ekonomski razvoj. Digitalizacija kulturnog nasljeđa i korištenje weba može doprinjeti marketingu kulturnih institucija i privući više posjetitelja. Narodne knjižnice moraju potpuno iskoristiti tehnologije kako bi promovirale i upotpunile usluge.

Lokalno znanje je ključ kulturnog turizma. Jedinstvenost područja više predstavlja nego nacionalni teritorij. Lokalni katalog s repertoarom digitalnih sadržaja više predstavlja nego opći nacionalni katalog, a digitalne zbirke postaju kulturni promotori kraja.

Motivacija za posjet nekog mjesta može biti edukacija u polju kulturnog nasljeđa, koje može biti uspješnije korištenjem digitalizirane kulturne baštine.

„Digitalizacija zavičajne građe jedan je vid promocije zavičajne i kulturne baštine, promocija lokalne zajednice putem zavičajne građe, koja pruža veću otvorenost, vidljivost, prezentaciju građe i popularizaciju zavičajnog fonda.“³⁷

Nacionalnim projektom digitalizacija kulturne baštine, cilj je stvoriti digitalne zbirke od nacionalnog značaja i prepoznatljivosti. Vidljivost projekta ostvarena je portalom „Hrvatska kulturna baština“, središnjim mrežnim mjestom koji omogućava pristup i pretraživanje.

„Na taj se način povećava komunikacija ustanova u kulturi, lokalnih zajednica i države na nacionalnoj i internacionalnoj razini, ostvaruje se dodatni pristup znanju i prezentiranju identiteta. Knjižnica kao prva, pristupna, a u nekim lokalnim zajednicama i jedino informatičko i kadrovski opremljeno mjesto, u turističkoj orijentaciji Republike Hrvatske predstavlja nezaobilazan, nedovoljno iskorišten potencijal.“³⁸

Digitalizacija kulturne baštine može se promatrati u funkciji zaštite izvornih objekata ili dokumenta baštine kao i u funkciji osiguravanja i poboljšavanja pristupa znanju sadržanom u različitim vrstama izuzetno vrijedne građe. Digitalizacija bi trebala unaprijediti znanstveno-istraživački rad te na kreativan način predstaviti zbirke vrijedne građe i širem krugu korisnika, ne isključujući pri tome stvaranje novog proizvoda i ponude. Digitalizacija kulturne baštine jedna je od bitnih sastavnica učenja o nama samima u okviru lokalne zajednice, regije, države, kao i učenja o nama i nas o drugima na internacionalnoj razini.

Pothvati digitalizacije kulturne baštine kao što su slike, skulpture, stari rukopisi i vrijedne knjige, glazbala, povijesni namještaj, umjetnička fotografija, sve se to može digitalizirati i učiniti virtualno dostupnim milijunima potencijalnih korisnika. Bitna su pitanja kako sadržaje

³⁷ Špoljarić Kizivat, Marijana. Op. cit., str. 27.

³⁸ Seiter-Šverko, Dunja. Digitalizacija kulturne baštine: mogućnosti promocije. // Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova: 2. međunarodni stručni skup Knjižnica- središte znanja i zabave / urednik Nada Eleta. Karlovac: Gradska knjižnica Ivan Goran Kovačić, 2007., str. 27.

pretočiti na web, odnosno kako ih ispričati pa da svojom izvornošću i atraktivnošću privuku pozornost posjetitelja.³⁹

Knjižnice nisu, u lokalnom smislu, samo sakupljači zavičajnih zbirki, one su uklopljene u lokalne zajednice u osiguravanju pristupa svim korisničkim skupinama. Stoga svojim digitalnim sadržajima knjižnice samo trebaju nastaviti djelovati u skladu sa svojim poslanjem, i taj sadržaj znati predstaviti.

Digitalne su zbirke virtualno putovanje koje, bez obzira pristupate li mu preko portala turističke zajednice, privatne turističke agencije, knjižnice, muzeja, arhiva ili nekog drugog, ima za cilj što veći broj korisnika takovog putovanja, koje bi ih trebalo motivirati na stvarno putovanje.

U promociju kulturnog nasljeđa lokalne zajednice se narodne knjižnice uspješno uključuju sa zavičajnim zbirka. One su najbolji izvori kod posredovanja informacija o povijesti, kulturi i životu nekog kraja. Digitalna zavičajna zbirka s novim tehnologijama širi lokalne granice, lokalni sadržaji postaju zanimljivi za sve širi krug ljudi. Digitalne zbirke postaju vrijedna turistička ponuda.

Zadaća knjižnice je utvrditi da li neka ustanova ima vrijednu zbirku (galerija, muzej, crkva) i utvrditi potrebu za digitalizacijom radi zaštite, popularizacije, upoznavanja javnosti i turističke promidžbe. Takve zanimljive lokalne sadržaje potrebno je učiniti brzo i jednostavno dostupnim s jednog mjesta- portala. Kao primjer navodi se slovenski portal KAMRA.

Regionalni portal KAMRA je mrežni informacijski sistem, koji ujedinjuje informacije iz različitih područja koje na tradicionalan način skupljaju i daju na korištenje knjižnice i druge lokalne kulturne i obrazovne ustanove. S koordiniranim sudjelovanjem partnerskih institucija unutar regije, informacije su dostupne na jednom mjestu, kreirane od institucija koje su najkompetentnije za navedena područja. Portal na jednom mjestu omogućava dostupnost do digitalnih sadržaja, informacija, programa i projekata, a s time i pojednostavljeno i ciljano traženje podataka. S uspostavljanjem različitih partnerstava na regionalnom nivou (kultura, druge javne službe, turizam, nevladine organizacije) jača se povezanost regije. U oblikovanje priče se uključuju različite ustanove (knjižnice, arhivi, muzeji, privatne zbirke, škole, turistička društva), a uskoro će se i korisnici moći aktivno uključiti, komentirati objavljene sadržaje te doprinjeti svojim vlastitim.

KAMRA dopunjava sadržaje turističkih portala koji su usredotočeni na materijalnu kulturnu ostavštinu, dodaje sadržaje nematerijalne ostavštine. Na portalu se nalaze dokumenti, priče, odlomci iz literalnih djela, preko njega je moguća veza s bibliografskom bazom i tako pogled u knjižnična literalna i neliteralna djela, koja govore o nekom području.⁴⁰

³⁹ Pšenica, Davorka. Mrežne stranice u promicanju kulturnog turizma. // 4. Seminar Arhivi, knjižnice, muzeji: mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske infrastrukture / uredile Mirna Willer i Tinka Katić. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2001., str. 242.

⁴⁰ Karun, Breda; Resman, Simona. Kako lokalno je lokalno? // Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova: 2. međunarodni stručni skup Knjižnica- središte znanja i zabave / urednik Nada Eleta. Karlovac: Gradska knjižnica Ivan Goran Kovačić, 2007., str. 42.- 43.

8. OSNOVNI PROBLEMI NARODNIH KNJIŽNICA

Prvenstveno treba riješiti radno vrijeme narodnih knjižnica, web stranice, nepotpune kataloge, edukaciju zaposlenika, financiranje.

Osnovni problem stranica naših knjižnica: međusobno su nedovoljno povezane (nedostaju srodne i korisne veze), nedostaje mogućnost interakcije, nedostaje originalnost u pristupu, stranice nisu indeksirane metapodacima. Stranica mora biti osobna i prepoznatljiva, sadržaji moraju biti prikazani atraktivno i zanimljivo, izbjegavati statične sadržaje, odnosno razvijati sadržaje koji će zahtijevati aktivno nadogradnju i razvoj čime se potiče korisnika da češće svraća na stranicu kako bi saznao novine.

Pretežno su to pretražive baze podataka knjižničnih fondova i fotogalerije kulturno-animacijskih manifestacija, te najave budućih događaja.

Od 12 knjižnica Krapinsko-zagorske županije, svih 12 posjeduju web-poslužitelje. No, stranice knjižnica su samo na hrvatskom jeziku što čini ograničeni prostor za međunarodnu komunikaciju u virtualnom prostoru. Stoga se ne može govoriti o utjecaju web-stranica knjižnica na razvoj šireg turističkog tržišta.

Brojni su interaktivni sadržaji koji se svojom tematikom mogu usmjeriti na turiste: virtualne šetnje, video i audiozapisi o kulturnim ustanovama, interaktivne mape grada i sl. Mrežne stranice knjižnice mogu se uspješno koristiti za povećanje transparentnosti ustanove i učinkovito komuniciranje s javnosti.

Moramo se riješiti i ideje knjižničara koji sjedi iza svog pulta/ stola i odaje dojam osobe kojoj se ni ne smiješ približiti i stvoriti ideju „lutajućeg knjižničara“.

Čest problem je nedostatak financijskih sredstava, ali tada u prvi plan iskaču entuzijazam, vještina i snalažljivost knjižničara.

Knjižničari moraju prijaviti ideje na projekte EU ili Ministarstva turizma, gospodarstva, poduzetništva i osigurati sredstva za realizaciju projekata.

Problemi s kojima se susreću knjižnice i ostali kulturni sektori tiču se i loše signalizacije kulturnih objekata, loše infrastrukturne opremljenosti lokaliteta, neadekvatne distribucije te neodgovarajuće prezentacije i prodaje nematerijalnih kulturnih dobara, vremenske nepristupačnosti, nepristupačnosti osobama s ograničenom pokretljivošću, slabe ponude popratnih sadržaja, loše distribucije promidžbenog materijala, otpora stjecanju novih znanja samih djelatnika, usmjerenost samo na lokalno te djelomično na regionalno tržište. Problemi su brojni i složeni, a njihovo rješavanje zahtijeva čitav niz inicijativa i postupaka.

Za ilustraciju, realno turisti teško mogu doći do informacija o knjižnicama, što se može vidjeti pogleda li se primjerice Program priredaba Turističke zajednice grada Zagreba, gdje se za turiste donose razne informacije o kazališnim predstavama, muzejskim i galerijskim izložbama, dvoranskim i klupskim događanjima, sportskim manifestacijama, donose se

korisne informacije o radnom vremenu i kontaktima pojedinih službi, međutim nema ni spomena o knjižnicama.

Kako običaji i tradicija ne bi ostali zaboravljeni potrebna je edukacija za udruge u kulturi, turističke djelatnike, lokalne proizvođače autohtonih proizvoda i turističke ponuđače. Potrebno je podići razinu znanja o upravljanju projektima i razinu usluga u turizmu. Profesionalni razvoj je presudan faktor za razvijanje turizma u području knjižnica.

Javlja se i problem studija knjižničarstva- premalo tehničkih vještina, knjižničari su u nemogućnosti da se suoče s knjižničnim menadžmentom, neupućeni su u rad na projektima, nedovoljno su educirani u IT sektoru (za projekte digitalizacije).

Često su knjižničari izvrsni istraživači, ali jadni populizatori: potrebni su im novi alati i strategije komunikacije.

8.1. MARKETING

Da bi knjižnične aktivnosti usmjerene prema turističkim korisnicima bile uspješno ostvarene, bitna je uloga ljudskih resursa. U tom je smislu nužna primjena neprofitnog marketinga kao značajnog modela upravljanja. Cilj upravljanja marketingom u knjižnici je prilagoditi knjižničnu uslugu korisnicima i njihovim potrebama, poštujući temeljnu koncepciju marketinga s korisnikom u središtu interesa.

Predstavnici kulturnih institucija, pa tako i knjižnica smatraju da je privlačenje turista prevelik napor u odnosu na očekivanu korist, drže da im ne treba dodatno obrazovanje iz područja turizma i marketinga.

No, ukoliko pretpostavimo da postoje uistinu dobri proizvodi u knjižnicama, kao osnovni problem u stvaranju imidža knjižnice nameće se slabo ili nedovoljno poznavanje menadžerskih vještina i znanja. Osnovni potencijali u koncepciji takvog upravljanja su stručni djelatnici čija su znanja i sposobnosti temelji infrastrukture u kulturno-turističkoj ponudi.

Upravljanje knjižnicom podrazumijeva niz vještina koje prelaze okvire stručnih knjižničarskih znanja. Stoga se stručna knjižničarska znanja trebaju nadopunjavati znanjima iz područja marketinga, ekonomije i menadžmenta općenito. Ta se znanja stječu i nadograđuju na stručnim usavršavanjima te su, uz temeljna znanja o knjižničarstvu, jednako važna za uspjeh na lokalnoj razini i održivo poslovanje knjižnica. Na žalost, korištenje alata i tehnika koji se u svrhu promocije redovito primjenjuju u poslovnom okruženju još uvijek u knjižnicama nisu uobičajeni.

Marketing ulazi u neprofitni sektor mijenjajući uvriježeno mišljenje kako se ustanove u kulturi moraju zadovoljiti proračunskim novcem ne čineći ništa za svoju promidžbu i poziciju u društvu.

Želite da vas uoče vaši stvarni i potencijalni korisnici, financijeri, osobe koje vas mogu podržati na raznim razinama i iz različitih razloga? Želite da vas prepoznaju kao ustanovu koja nudi bolje uvjete uživanja od neke druge, sadržajno mjesto koje je potrebno vidjeti, posjetiti, ustanovu jedinstvenog kulturnog bogatstva, zanimljiviju i različitu od drugih? Marketing osigurava daleko vidljiviju i važniju poziciju.

Knjižničari moraju postati menađeri, promotori kulturnog nasljeđa. Promidžba i vidljivost uključuje osmišljavanje vizualnog identiteta, izrada informativnih materijala, višejezične internetske stranice. Prostor knjižnice potrebno je opremiti sustavom interaktivnih zidnih i podnih elemenata, ekranima osjetljivih na dodir, legendi na Brailleovom pismu, a putokaze za knjižnicu postaviti na glavnim gradskim prometnicama.

8.2. SURADNJA

Ljudi u Zagorje dolaze da bi vidjeli, spoznali, doživjeli kulturu, povijest i svakodnevni doživljaj. Knjižnica se vrlo dobro uklapa u koncept informacijskog središta, koja slučajnim istraživačima nudi širok spektar informacija o okolini u kojoj se nalaze kao turisti. Pri tome je nužna sveza knjižnice s institucijama, turističkim i srodnim društvima i drugima koji se sustavno profesionalno ili amaterski bave s turističkom ponudom svoga mjesta i s njegovom prepoznatljivošću izvan lokalnih granica.

Osnovni problem je što integracija između muzeja, arhiva i knjižnica, baš kao i integracija knjižnica s drugim institucijama u turizmu, ne postoji. Svaka ustanova radi za sebe, ignorirajući pristup orijentacije na korisnika.

Potrebna je stalna suradnja s turističkim agencijama, umjetnicima, školama, građanskim udrugama, Muzejom, Kazalištem, Crkvom. Potrebna je i podrška lokalnih medija- tisak, internet, radio, TV. Sve su to partnerske veze kojima povećavamo resurse, izbjegavamo dupliranje programa i smanjujemo troškove.

Za ilustraciju, u Seattle Public Library, dječji kutak je sponzorirao Starbucks. Knjižnice moraju pokušati pronaći lokalne obrte koji njeguju iste vrijednosti da ih podupiru.

Turističke agencije i uredi trebali bi Knjižnicu uvrstiti u redovni program posjeta zainteresiranih turista, a knjižničare treba zainteresirati u turizmu. Informacije o radnom vremenu knjižnice, Internet adresi i uslugama trebale bi se naći na različitim punktovima u gradu i na Web stranici grada. Treba poboljšati kooperaciju i integraciju između turističkog i kulturnog sektora, različitih kulturnih institucija i između privatog i javnog sektora.

Brojni su primjeri moguće suradnje određenih institucija i knjižnica. Ukoliko muzej ili galerija održava neku izložbu, u knjižnici se može staviti promotivni materijal muzeja ili galerije (plakati, leci, katalogi), uz to, može se izložiti gradu koja bi tematski bila podudarna s temom izložbe, možda pripremiti i predavanje na tu temu. Ukoliko se u muzeju održava

izložba umjetnika, može se kreirati virtualna tura u muzeju s linkom na katalog knjižnice kako bi se skinule bibliografije.



Slika 7. Studio Galerije Antuna Augustinčića

Knjižnice mogu organizirati akcije „Potražimo muzej“ ili „Potražimo galeriju“- predstavimo nekoliko muzeja ili galerija iz udaljenih mjesta našim korisnicima. Promotivnim materijalima koje nam pošalju galerije ili muzeji pozivamo korisnike da posjete izložbe, a u prostorima knjižnice organiziramo predavanja, radionice na kojima i oni sudjeluju tako da je to na jedan način reklama navedenih kulturnih ustanova. Mi predstavljamo njih, oni nas.

Knjižničari i arhivisti trebali bi raditi skupa, pogotovo kod proučavanja starih dokumenata ili povijesnih radionica. Nakon proučavanja lokalnih dokumenata o gradu, stvaraju se nove turističke ture, turistički vodiči...

9. KAKO POBOLJŠATI SVOJE NARODNE KNJIŽNICE

IFLA navodi deset načina kako poboljšati svoje narodne knjižnice.

„1. Zgrade narodnih knjižnica proširiti u prostor zajednice i kulturni prostor, a ne samo fizičko mjesto skladištenja znanja.

2. Proširiti svoje usluge korištenjem World Wide Weba 2.0 te gledati prema Webu 3.0 i 4.0.

3. Povezati se sa svojim zajednicama i gdje je potrebno obrazovati i obučavati ljude. Knjižničari i informacijski stručnjaci mogu obrazovati i savjetovati, a ne samo biti čuvari ključeva ili vratari interneta.

4. Razvijati svjetsku mudrost („world wide wisdom“) - globalno znanje i razumijevanje stvaranjem kulturnih puteva na webu.

5. Međunarodno djelovati na rušenju barijera i cenzure istovremeno poštujući sve kulture.
6. Podržavati osoblje kontinuiranim usavršavanjem i ohrabivanjem da budu proaktivni.
7. Razvijati digitalne zbirke i znanja - hibridne knjižnice – znanje, obrazovanje i informacije u različitim oblicima.
8. Poboljšati dostupnost kataloga i baza podataka, posebno za korisnike s problemima vida.
9. Ustanoviti nacionalne i međunarodne standarde za internetsko okruženje.
10. Narodne knjižnice kao kulturna skladišta – „živa“ okolina za onu „zabilježenu“ - kombinacija arhiva, muzeja, knjižnice i kulture : „kombinirana knjižnica“.⁴¹

Knjižničari narodnih knjižnica Krapinsko-zagorske županije trebali bi uzeti u obzir ove preporuke o poboljšanju stanja u narodnim knjižnicama. Svaka od navedenih preporuka korak je i k jačanju uloge knjižnica u turizmu.

9.1. MALI KORACI U SAMOJ KNJIŽNICI

Narodne knjižnice su same po sebi turističke destinacije, ponajprije zbog sadržaja koje čuvaju i nude, zbog djelatnosti koju izvode, a zanimljive su i zbog arhitekturnog vidika.

No knjižničari ne smiju stati samo na tome. Budući su knjižnice smještene u samom središtu grada i tako nezaobilazne svakom gostu, moraju dati sve od sebe da zadovolje potrebe i očekivanja turista. Knjižnica mora biti žarište kroz koje se mjesto reklamira u svom punom sjaju i životopisnošću i jedan od informativnih punktova i servisa za turiste.

Knjižnice moraju stvoriti dobar imidž, te kvalitetan i zanimljiv program, koji neće izazvati samo trenutno oduševljenje, već će izazvati želju za ponovnim posjetom. Ponuda knjižnice, kao kulturne ustanove, mora zadovoljiti uvjete poput atraktivnosti i kvalitete, s krajnjim cijem poduke. Bitno je osmisliti dobre usluge, no bitno je i približiti ih korisnicima i upoznati ih s njima.

Kod korištenja interneta, 56% osoba koristi ga za zadovoljavanje kulturnih potreba. Shodno tome, kulturne institucije trebale bi prilagoditi svoju prezentaciju na internetu, odnosno ponudu za turiste.

Narodnoj knjižnici je potreban adekvatni servisi koji će građanima omogućiti lak pristup informacijama, kulturi i znanju, potrebna joj je web stranica na kojoj bi bile dostupne sve informacije o knjižnici, također i na engleskom jeziku, virtualna šetnja knjižnicom, zanimljiva priča- povijesna crtica, pretraživanje baze podataka s posebnim naglaskom na zavičajnu zbirku, dostupne sve informacije o kulturnim događanjima u knjižnici s linkovima na web stranice grada, županije, turističkih ureda, ugostiteljskih objekata i turističkih agencija.

⁴¹ IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. Op. cit., str. 119.

U knjižnici se u svakom trenutku trebaju moći dobiti kulturne, turističke i druge informacije. Ona mora zauzimati važno mjesto na oglasnoj ploči turističke zajednice te mora biti uvrštena u sve turističke prospekte i planove, mora postati nezaobilazna u turističkoj ponudi mjesta i regije.

Ukoliko u knjižnici ima prostora, bilo bi poželjno urediti jedan udoban turistički info kutak s kaučom ili foteljom s malim stolom namijenjen turistima s pouzdanim informacijama „iz prve ruke“ o gradu, o biljnom i životinjskom svijetu područja, obavijesti o običajima, specifičnim zakonskim propisima, kulturnim događanjima te svemu što ih zanima. Pokušati uspostaviti koncept dnevne sobe s ugodnim dijelom za čitanje. Knjižnica bi trebala postati informativni servis za turiste, informativni pult gostima grad, gdje se osim informacije o kulturnim spomenicima i kulturnim događanjima nudi i sadržaj koji ih upoznaje s običajima i svakodnevnim životom mjesta, s poviješću, kulturom i specifičnostima kraja. Knjižnica mora biti mjesto gdje mogu posuditi knjige, pročitati dnevni tisak, koristiti internet, pogledati trenutnu izložbu, mjesto gdje se mogu pronaći prijevodi hrvatskih autora na svjetske jezike, stručna literatura, posebice iz područja turizma, ugostiteljstva, hotelijerstva, posluživanja u ugostiteljstvu, pravna i druga stručna literatura o turističkom poslovanju, slikovnice, stripovi, serijske publikacije, audiovizualna i multimedijalna građa, društvene igre i muzikalije, digitalizirana građa i zvučne knjige, mjesto gdje im se nudi mogućnost skeniranja, ispisa i fotokopiranja. Na vidljivo mjesto trebalo bi izložiti skroman broj knjiga i časopisa na stranim jezicima, fotomonografije, biltene turističke zajednice, informativne letke o knjižnici, o uslugama i radnom vremenu, poklon stranicnike vezane uz knjižnicu, razglednice, kalendare, suvenire, CD-ROMove o Zagorju, turističke vodiče, prospekte i karte, turističke brošure, vozne redove, adresare. Bilo bi poželjno izdvojiti policu s djelima domaćih autora, publikacije sa životopisima lokalnih autora. Turistima bi trebalo omogućiti turistički upis na određeni period, a ukoliko postoji mogućnost knjižnica bi trebala imati osposobljenog informatora s poznavanjem stranog jezika. Za bolje upoznavanje mjesta knjižnice bi trebale organizirati tematske izložbe iz fonda knjižnice- vodiči kroz gradove i mjesta županije, kuharice, izložbe zavičajne tematike koje oživljavaju baštinu kraja.



Slika 8. Izložba „Zlatar nekad i danas“

Također bi se trebali organizirati obilasci knjižnice, učiniti dostupnim i promovirati građu. Obilazak je koristan za turiste iz više razloga. Turisti tako upoznaju građu lokalnih autora i zavičajnu zbirku, saznaju korisne informacije o novostima i događanjima, kulturnim lokacijama (muzeji, galerije, crkve, prirodne i druge zanimljivosti) vrijednim posjeta koje pomažu u daljnjem istraživanju mjesta.

Brojne su priče koje možemo ispričati našim gostima. Možda mjesto na kojem je knjižnica ima svoju priču, ili zgrada u kojoj se nalazi knjižnica. Možda je knjižnica smještena u kuću poznate ličnosti tog mjesta s originalnim namještajem, možda posjeduje privatnu obiteljsku knjižnicu, ostavštinu uglednih građana, biste zavičajnika. Možda knjižnica posjeduje građu bivših ustanova, društava, knjižnice vlastelinskih obitelji, zbirke nacrti, diploma, kartografske zbirke, tiskovine, povijesne predmete, bibliofilsku i raritetnu građu, rijetka i zabranjena izdanja, iznimne primjerke, tzv. divot izdanja, posvete. Možda knjižnica ima rijetke, stare i dragocjene knjige, zbirke rukopisa, korespondencija, inkunabula, libreta. Možda su se oko prostora knjižnice i u mjestu održavale u prošlosti važne bitke, prve predstave, snimao kakav film, spot ili slično, možda postoji kakva anegdota ili legenda o bivšim vlasnicima i zgradi. Sve su to stvari koje turista zanimaju, a knjižničar ih mora moći ispričati, jer poznato je da u turizmu nije čak toliko važno imati najkvalitetniji proizvod, koliko je bitno znati dobro ga prezentirati.

Navesti ću kratak opis iz knjige Slavka Batušića koji bi se mogao iskoristiti za prepričavanje povijesti knjižnice u Zlataru. Vjerujem da bi turisti bili očarani tako jednostavnim, a opet dubokim i posebnim opisom knjižnice te bi bili ponukani za daljnjim istraživanjem mjesta. “Ali u našem je gradiću postojala i prava pravcata čitaonica s knjižnicom. Znao sam da u svratištu K lipi ima posebna soba u kojoj se nalazi ormar s knjigama... Doznao sam i to, da čitaonica ima ipak i svog knjižničara. To je gospodin Šandor s imanja, onaj poznati gospodin s crnom bradom i u haveloku, koji uvijek nosi kapu s kožnim obodom, a ne šešir kao ostali mještani... U čitaonici je mrak. Gospodin Šandor nešto mrmlja u svoju bradu, a onda ide do prozora, podiže zastore, otvara ih širom. Soba se rasvijetli. Odmah ugledam pred sobom između dva prozora onaj ormar, veliki ormar. Osim njega, stoji u sredini sobe glomazan biljar s nogama poput klavira, njegova je zelena čoha na mnogo mjesta prošupljena i poderana. Naokolo je par stolića s mramornim pločama i nekoliko stolica. Na jednom zidu visi u potamljenoj zlatnoj rami Ljudevit Gaj, naš prosvjetitelj, u bijeloj dolini i s velikom zavintom sabljom, a na drugom zidu plakat s reklamom za kiselu vodu. I ništa više.”⁴²

Knjižnica može surađivati i u izradi turističkih brošura i info-vodiča, mjesečnika događanja.

Knjižničari bi trebali pripremiti materijale za knjižničare, nastavnike i druge srodne profesionalce u prolazu, koji će reklamirati knjižnicu povratkom u svoje mjesto.⁴³

Potrebno je omogućiti online pristup digitaliziranim materijalima, arhivima, filmu, audio zapisima, elektronskim izvorima o osobama, lokacijama ili predmetima.

⁴² Batušić, Stanko. *Laterna magica*. Zora: Zagreb, 1958., str. 217-222.

⁴³ Božić, Andrea. *Op. cit.*, str. 171-172.

Ideja, želja i planova je puno, no osnovna tri problema nas koče u realizaciji: prostor, sredstva i osoblje.

Ukoliko su ipak ovi uvjeti bar minimalno zadovoljeni i ukoliko postoji unutar knjižnice prostor za potrebe zajednice knjižnice bi trebale organizirati priredbe, književne večeri, predavanja, prezentacije. Neke od ideja su još i izložba knjiga važnih muškraca i žena kraja uz stručno vođenje, prodajna galerija likovnih i drugih djela umjetnika i amatera, pričanje lokalnih priča i legendi, izrađivanje tradicionalnih predmeta- izvornog suvenira korištenjem tradicijskih tehnika i materijala- edukacija, promicanje i prenošenje tradicije, različiti vođeni putevi po mjestu: literarni put, „Po kom se imenuje ulica?“.

Bezbrojni su načini kako se još knjižnica može uključiti u turizam. U tjednu turizma može održati neko predavanje- edukacija u turizmu, specifični oblici turizma: sport i ekologija, izvorni zagorski suveniri. Knjižnice bi se trebale baviti izdavaštvom: antologija ljudskih priča iz naše općine, izdavanje publikacija vezane za povijest i kulturnu baštinu grada i okolice, te prijevod istih na strane jezike, sudjelovati na danima kulturne baštine i u međunarodnim projektima. Knjižnice bi mogle sudjelovati na festivalima s putujućom knjižnicom- kombi s prilagođenom zbirkom obogaćenom građom iz zavičaja i informativnim letcima o mjestu i okolici. S foto klubom može se napraviti projekt koji bi obuhvaćao zbirku tonskih i video zapisa, fotografija određenog područja. Za posjetitelje knjižnice može se napraviti izabrana slikovna građa, pripremljena u PowerPointu, kojom se pozivaju na obilazak zagorskog kulturnog nasljeđa, može se razviti računalna aplikacija koja će voditi turiste na knjižnim putevima, organizirati međunarodni festival knjiga, gastronomski događaji vezani uz knjigu, stvoriti virtualni književni putevi. Uloga je knjižničara da organizira kulturne susrete među svojim kolegama, pa onda i šire, da vodi goste knjižnice, svoje kolege i druge posjetitelje u obilazak grada.

„U želji za očuvanjem kulturne i znanstvene povijesti, kulturne baštine, ljudi svoja materijalna, a i duhovna ostvarenja pohranjuju u baštinskim ustanovama pa tako i knjižnicama. Poseban medij s pomoću kojeg knjižnice komuniciraju, prenoseći znanja o prošlosti, a vezane uz mjesnu znanstvenu i kulturnu povijest jesu izložbe.“⁴⁴

One postaju izvorištem znanja i informacija te kao takve postaju kvalitetan kulturni i turistički proizvod dostupan svima. Specifičnošću izložbe kao medija brišu se jezične barijere jer ona izravno komunicira s posjetiteljem.

Izložbe moraju biti valjano promišljene kako bi približile baštinu. Moramo ponuditi kvalitetnu kulturno-povijesnu priču, utemeljenu na stručnom i valjanom promišljanju građe, te njezinu prezentaciju.

Izložbama zavičajnog karaktera može se uz predavanja ispričati priču o gradu i njegovim stanovnicima tijekom duge povijesti. Izložbe se mogu bogato opremiti tekstem, fotografijama i popratnom građom te kao takve biti kvalitetni kulturni proizvod i pokazatelj postojanja

⁴⁴ Špoljarić Kizivat, Marijana. Op. cit., str. 30.

snažnoga kulturnog naslijeđa i baštine, npr. izložba o zagorskim književnicima, Zlatar u riječi i slici, izložba digitaliziranih izvornika i prateći edukativni plakati o projektu digitalizacije.

To je način kako se knjižnica može uključiti u turizam, kako na kvalitetan način promovira svoju djelatnost, građu i istodobno lokalno okruženje.

Poanta je da knjižnice pokušaju probuditi zanimanje za sebe jer nude posebno znanje, informacije o okolini, predstavljaju ljude, posebnosti, građu i sebe na specifičan način.

Da zaključimo, brojni su programa koje knjižnica može ponuditi turistima- promocija vlastite zemlje i njezinih kulturnih dobara, osnovne informacije o užem i širem zavičaju, multimedijaska predstavljanja svojih zbirki, predstavljanje knjižnice kao kulturnog spomenika. Na djelatnicima je knjižnice zadatak da osmisle sadržaje kojima bi animirali goste i omogućili im da unutar te ustanove ugodno provedu vrijeme.

9.2. PRIMJERI DOBRE PRAKSE

Na državnoj bi razini, uz dobru koordinaciju, prateći primjenu dobre prakse, knjižnice zajedničkom politikom djelovanja i uz primjenu istih ili sličnih alata u prezentaciji kulturnih dobara, uštedile trud, vrijeme i resurse uz bolje ili iste rezultate.

CHIMER je međunarodni projekt, u kojem su sudjelovala djeca iz različitih europskih država (Češka, Litva, Njemačka, Nizozemska, Španjolska i Slovenija). Prenosnim telefonima, digitalnim foto aparatima i kamerama su slikali i zabilježili kulturno nasljeđe svojih krajeva i preko računala i interneta ih posredovali svojim vršnjacima. Projektom je na domišljati način probuđeno zanimanje za kulturno nasljeđe. U radionici su sudjelovali knjižničari i djeca. Projektom CHIMER željelo se uspostaviti slobodno dostupnu međunarodnu mrežu djece, škola i knjižnica, pomoću koje bi razvili i i oblikovali multimedijски mnogojezični digitalni arhiv kulturnopovijesne ostavštine, koji bi dugoročno mogao biti korišten za europske baze kulturnopovijesnih podataka.⁴⁵

„Internet Culturale“ je internetski portal talijanske nacionalne knjižničarske službe koji omogućava pristup digitalnim izvorima i katalozima knjižnica, arhiva i drugih kulturnih institucija. Korisnici mogu pretraživati u različitim katalozima (bibliografije, digitalni sadržaji, digitalne zbirke, talijanske knjižnice) i istraživati kulturne rute (izložbe, kulturno-turističke rute, 3D rute, tekstualne rute). Primjeri ruta: Ruta vina i hrane, Talijansko dvadeseto stoljeće- Laziova povijesno-kulturna ruta, Znanstvena ruta u Tuscany, hodočasnički put Via Francigena s linkovima na karte, Google earth i galerijom slika, te mnogo turističkih

⁴⁵ Kolman Finžgar, Božena. Projekt Chimer: dediščina skozi oči otrok. // Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova: 2. međunarodni stručni skup Knjižnica- središte znanja i zabave / urednik Nada Eleta. Karlovac: Gradska knjižnica Ivan Goran Kovačić, 2007., str. 70.

informacija na nekoliko jezika. No, prisutan je nizak stupanj interoperabilnosti s drugim izvorima, odsutnost direktnih linkova na turističke izvore.⁴⁶

Knjižnice grada Zagreba organizirale su ciklus izložaba i događanja „Svijet u Zagrebu“ s ciljem predstavljanja korisnicima i cjelokupnom građanstvu pojedinu zemlju, njezinu kulturu, turističke zanimljivosti, te dodirne točke Hrvatske i predstavljene zemlje. U tri tjedna predstavlja se zemlja nizom predavanja, koncerata, izložbi, održavaju se promocije knjiga, projekcije filmova, recitali, radionice nove likovne tehnike, egzotične kuhinje. Sa svakom predstavljenom zemljom nastavlja se suradnja. Uspostavlja se most među zemljama te se ujedno promovira Hrvatska u svijetu. Obogaćuje se turistička ponuda i suradnja dovodeći goste predavače. Na taj način promovira se i popularizira hrvatska kultura, jer se zahvaljujući ovom programu javljaju slični programi kao odgovor u zemljama koje su se predstavljale Zagrebu.⁴⁷

U globalizacijskom procesu vrlo je važno sudjelovanje i uključivanje u međunarodne projekte, ali i razvijanje vlastitih multikulturalnih projekata kojima će knjižnica popularizirati svoju djelatnost i nametnuti se kao nezaobilazno kulturno središte.

Primjer dobre prakse je i projekt „Kulturna putovanja u regiji Segedina i Subotice“ u organizaciji Gradske biblioteke u Subotici i Z.a.d. „DEAK“ iz Segedina. Projekt je u znaku putovanja i kulturne razmjene. Sudionici su učenici iz gradova u Srbiji i Mađarskoj. Sudionici rješavaju zadatke vezane uz roman „Ševa“ Dežea Kostolanjina tako što po tragovima knjige i stare mape grada trebaju pronaći određene ulice u Subotici i na taj način bolje upoznati grad. Drugog dana sudionici iz Srbije posjete Segedin gdje posjete trgovu, muzej, optički laboratorij, slušaju predavanja o povijesti grada. Cilj projekta je putovanje između regija i kulturna suradnja.⁴⁸

Bookmark project- suradničko spajanje škola iz Popovca, škole iz Australije i škole iz Rumunjske. Cilj projekta je izrada straničnika koji bi se razmjenjivali. Škola iz Popovca poslala je licitarska srca, paketiće lavande, kartu Hrvatske, multimedijalne CD-e na engleskom jeziku o Hrvatskoj i promidžbeni katalog Baranje na engleskom jeziku. Rumunjski učenici su poslali razglednicu, CD sa slikama grada i lutke izrađene od vune koje su ukrašene njihovim nacionalnim bojama. Australci su poslali svoj školski godišnjak i službene straničnike. U Popovcu je postavljena izložba gdje su predstavljene zemlje partneri i njihovi straničnici.⁴⁹

Poduzetnica Kata Barišić osmislila je aplikaciju za turistički obilazak zagrebačke povijesti, s poznatim ženama i književnim likovima kao vodičima. Kako bi se upoznale znamenitosti i tajne grada, Barišić je osmislila aplikaciju virtualnog turističkog putovanja kroz vrijeme, s

⁴⁶ Bovero, Elisabetta. Cultural tourism and libraries: new learning needs for information professionals.

⁴⁷ Sabljak, Ljiljana. Ciklus izložaba i događanja „Svijet u Zagrebu“. // Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova: 2. međunarodni stručni skup Knjižnica- središte znanja i zabave / urednik Nada Eleta. Karlovac: Gradska knjižnica Ivan Goran Kovačić, 2007., str. 18-19.

⁴⁸ Tenodi, Marijana; Omerović, Helena. Op. cit., str. 80-82.

⁴⁹ Kuna, Marijana. Školski projekti u turističkom promicanju kulturne baštine lokalne zajednice. // Knjižnice i kontinentalni turizam: zbornik radova / uredile Marija Kretić i Renata Benić. Beli Manastir: Gradska knjižnica Beli Manastir, 2016., str. 154-155.

oživljenim događajima i povijesnim likovima. Autorica aplikacije je prije projekta obišla sve turističke ture kako bi njena bila drugačija, a cijelo vrijeme je surađivala s turističkim vodičima i povjesničarima. Željela je i da posjetitelji Zagreba ponesu uspomene na posjet gradu, za što im je dovoljan tablet unajmljen u njenoj agenciji, koji služi kao vremeplov s 13 označenih lokacija na karti. Na Manduševcu se na zaslonu tableta pojavi Manda sa svojom videopričom o tome kako je Zagreb dobio ime, a uređaj vibrira dok Slava Šenoa, supruga književnika Augusta Šenoe, pripovijeda o razornom potresu 1880. Na Krvavom mostu pojavljuje se najpoznatija zagrebačka copernica Barica Cindek, grička vještica Marije Jurić Zagorke, a na Kamenitim vratima progovara čedna Dora Krupićeva iz Šenoina „Zlatarova zlata“.

Ovdje su prisutni elementi gamifikacije pa će tako turisti postati igračima koji skupljaju bodove rješavajući povijesne pitalice i zagonetke te rješavajući izazove uz interakciju s lokalnim stanovništvom.⁵⁰

U Ogulinu je Ivana Brlić-Mažuranić pronašla inspiraciju za pisanje „Priča iz davnina“ te se zahvaljujući toj činjenici Ogulin sustavno razvijao kao turistička destinacija, koristeći ovaj baštinski i kulturni resurs. Uz projekt „Ogulin, zavičaj bajke“, turistima se nudi Ogulinski festival bajke, Tematska kulturna ruta bajke, multimedijalni i interaktivni Centar za posjetitelje Ivanina kuća bajke. Ivanina kuća bajke otvorena je 2013. godine, a smještena je u renesansnom Frankopanskom kaštelu. Posjetitelje sa stalnom izložbom uvodi u svijet bajke kroz čarobnu šumu, začarane hodnike dvorca, ognjište, čarobno zrcalo, tajanstvenu odaju i bajkovitu biblioteku. Centar aktivno djeluje i putem svoje internetske stranice s virtualnom bazom bajki i online knjižnicom. Oraniziraju se programi u području pripovijedanja, literarnog i likovnog izraza, filma, predstavljačkih i primjenjenih umjetnosti i dizajna, za djecu i odrasle. Ivanina kuća bajke znatno pridonosi inovativnoj i kreativnoj interpretaciji hrvatske baštine, promiče značenje Ivane Brlić-Mažuranić za hrvatsku povijest, istodobno utemeljenoj na činjenicama i originalnosti.⁵¹

Marina Krpan-Smiljanec je ispričala priču o jednom od hrvatskih velikana, Antunu Mihanoviću, koristeći se samo nekolicinom razglednica. Priča može poslužiti kao predložak za turističku virtualnu izložbu i kao pomagalo turističkom vodiču u turi po Hrvatskom zagorju pod naslovom npr. „Zagorskim putevima Antuna pl. Mihanovića Petropoljskog.“⁵²

Važne su i inicijative i strategije kao europska digitalna knjižnica, odnosno portal Europeana koja osigurava pristup europskoj kulturnoj baštini pohranjenoj u knjižnicama građanima Europske unije i ostalima diljem svijeta. Portal je pokrenut 2004. i razvija se unatoč problemima svih vrsta (od tehničkih, preko organizacijskih do pravnih). Realizacijom tog plana, knjižnice dobivaju mogućnost da se njihova uloga u turizmu učini „vidljivijom“ i da se adekvatno valorizira njihov doprinos.

⁵⁰ Zamoda, Jagoda. Virtualna šetnja kroz vrijeme. // Gloria, 1191 (2017), str. 40-41.

⁵¹ Dečak, Hrvoje. Op. cit., str. 80.

⁵² Krpan-Smiljanec, Marina. S efemernom građom: Mihanovićevim zagorskim stazama. // Knjižnice i kontinentalni turizam: zbornik radova / uredile Marija Kretić i Renata Benić. Beli Manastir: Gradska knjižnica Beli Manastir, 2016., str. 199.

10. ZAKLJUČAK

Narodne knjižnice su kao informacijske, obrazovne i kulturne ustanove važno mjesto u suvremenom životu zajednice u kojoj djeluju. One igraju važnu ulogu u širenju informacijske pismenosti, tolerancije prema različitim i drugačijima, u očuvanju lokalne kulture i kulturnog identiteta zajednice, ali su i mjesto gdje lokalno stanovništvo može upoznati druge kulture. IFLA u svojoj Izjavi o knjižnicama i razvitku ističe da „knjižnice pružaju priliku svima, da osnažuju ljude u njihovom osobnom razvoju, da pružaju pristup svjetskom znanju, da sudjeluju u društvu s drugim sudionicima, da knjižničari pružaju stručnu pomoć i vodstvo, te da knjižnice moraju biti prepoznate u okvirima razvojnih planova.“⁵³ Stoga u zaključku Izjave IFLA potiče donositelje odluka da svaki razvojni plan nakon 2015. godine „prepozna i prizna ulogu pristupa informacijama kao temeljni element koji podupire razvoj; prepozna i prizna ulogu knjižnica i knjižničara kao čimbenika razvoja te potakne države članice Ujedinjenih naroda da daju potporu informacijskim planovima koji podupiru razvoj izgradnjom mreža te osiguravanjem informacijskih i ljudskih resursa, kao što su knjižnice i druge ustanove od javnoga interesa“⁵⁴.

Povod ovome istraživanju bio je stav kako su narodne knjižnice Krapinsko-zagorske županije prisutne i sudjeluju u turizmu i to na različitim razinama, međutim njihova uloga u turizmu nije prepoznata ni adekvatno valorizirana ni od strane društva, ni od strane turističkog sektora, pa ni od strane samih knjižnica. Provedeno istraživanje pokazalo je da narodne knjižnice Krapinsko-zagorske županije u značajnoj mjeri pridonose turizmu, i to kako slijedi.

Prva hipoteza ovog rada pretpostavlja da knjižnice sudjeluju u turizmu i to na više načina: kroz svoju informacijsku funkciju, kroz svoju obrazovnu funkciju, kulturnu funkciju te se u turizmu mogu pojaviti i kao atrakcija. Naime, pored obavljanja svoje informacijske funkcije prema svim vrstama svojih korisnika (aktivnim i potencijalnim), prema knjižnicama se pojavljuju turisti kao nova vrsta korisnika koja do sada nije definirana, a možemo ju nazvati privremeni korisnici. U turizmu se knjižnica javlja i kao informacijska podrška istraživačima i profesionalcima turizma. Kao središte kulturnog života lokalne zajednice, knjižnica u turizmu preuzima ulogu mjesta interkulture interakcije između posjetitelja i lokalnog stanovništva. Ona svjedoči o kulturnoj baštini svojeg mjesta, omogućuje pristup umjetničkim djelima te promiče svijest o kulturnom identitetu, a s druge strane, lokalnu zajednicu upoznaje s globalnim kulturnim dostignućima. Obrazovna funkcija knjižnica u turizmu pretpostavlja pružanje pristupa znanju koje je pohranjeno u fondu knjižnice, suradnju s drugim ustanovama, prikupljanje, pohranu i davanje na korištenje građu svim korisnicima, pa tako i turistima. Knjižnica se kao turistička atrakcija može pozicionirati u nekoliko vidova, a i sama zgrada knjižnice može se pojaviti kao atrakcija zbog svojih arhitektonskih, spomeničkih, umjetničkih, povijesnih ili drugih osobina.

⁵³ IFLA-ina Izjava o knjižnicama i razvitku, str. 1.

<http://kdr.hr/wp-content/uploads/2017/01/IFLA-ina-Izjava-o-knji%C5%BEnicama-i-razvitku.pdf> (27.02.2020.)

⁵⁴ Ibid, str. 2.

Prema drugoj hipotezi, ta prisutnost i uključenost knjižnica u turizmu nije prepoznata ni valorizirana. Provedeno istraživanje potvrdilo je obje glavne hipoteze, te se stoga u ovom radu predlaže model uključenosti knjižnica u turizam, budući da knjižnice sa stajališta svake od svojih funkcija daju svoj doprinos turizmu.

Knjižnice kao većinom javne ustanove koje pripadaju neprofitnom sektoru u interaktivnom su odnosu prema turizmu kao izrazito profitabilnom sektoru i djelatnosti te pomažu u izgradnji turizma kao složenog multidisciplinarnog i interdisciplinarnog fenomena. Ovim istraživanjem interaktivnog odnosa knjižnica i turizma želi se ukazati na obuhvat i ukupnost uključenosti knjižnica u turizam. S druge strane, činjenica je da aktivnosti knjižnica u turističkom smislu uglavnom nisu adekvatno valorizirane. Naime, u javnosti se knjižnice ne vide kao ustanove koje bi mogle biti povezane s kontekstom turizma, te se posljedično tome niti njihove aktivnosti usmjerene prema turizmu ne prepoznaju kao takve. Međutim, stvarno stanje i djelovanje knjižnica daleko je šire od onog koje se u javnosti vidi. Kako nema adekvatnog okvira, te djelatnosti ostaju „nevidljive“.

Stoga se na osnovi holističkog uvida dobivenog i na temelju odgovora samih knjižničara o uključenosti njihovih knjižnica u turizam, u ovom radu zaključuje da iako šira javnost ne percipira knjižnice kao dio turističke ponude ili kao dio infrastrukturnih resursa važnih za razvoj turizma, da knjižnice svejedno na različite načine sudjeluju u razvoju turizma.

Doprinos ovoga rada znanosti ogleda se u jedinstvenoj cjelovitosti uvida i produbljenim općim spoznajama o ulozi knjižnica Krapinsko-zagorske županije u turizmu.

U uvjetima tranzicije očekuje se prestrukturiranje svih vidova života. U tom kontekstu prostor kulture i prostor turizma nužno će morati pronaći zajednički interes i osmisлити prostor mogućeg zajedničkog djelovanja. To je i ključno pitanje budućnosti Krapinsko-zagorske županije u čije će se rješavanje morati uključiti i narodne knjižnice.

Naša lokalna posebnost, kulturna ostavština, lokalna povijest, nije zanimljiva i važna samo za naše okruženje, već sastavlja mozaik cjelokupne nacionalne i europske kulturne ostavštine i identitet. Tako treba gledati i narodnu knjižnicu i njenu ulogu u budućnosti: skupljanje informacija i daljnje posredovanje.

Posjedujemo veliko kulturno i povijesno nasljeđe, no usprkos tim potencijalima, ni infrastruktura, tehnologija, promocija i marketing ne nude turistički proizvod. Ovdje nastupa knjižnica. Svojim kulturnim sadržajima (izložbe, promocije, predavanja,...) narodna knjižnica obogaćuje cjelokupnu ponudu turizma svoga kraja. „Knjižničar napušta pasivnu ulogu „čuvara znanja“ i postaje kreativni promotor turističke ponude lokalne zajednice. Pruža usluge, a upućenost u prilike lokalne zajednice omogućeno je stalnim prisutstvom u javnosti, gdje prati kulturna događanja, sudjeluje u njima i inicira ih. U cilju realiziranja kvalitetnih aktivnosti surađuje sa brojnim vanjskim suradnicima- turističkim agencijama, muzejima, različitim organizacijama iz vladinog i nevladinog sektora. Knjižnica se pretvara iz centra znanja u centar za kulturu i informacije, a primjenom novih tehnologija čini kulturnu baštinu i

aktualna događanja dostupna svima, tako da postaje most između turista i lokalne kulturne baštine.“⁵⁵

Narodna knjižnica sa svojim pričama tvori cjelinu na karti turizma Grada. Knjižnica postaje turističkom destinacijom koja poštuje svoje običaje, kulturu, identitet i upravo to nudi gostima kao glavni turistički proizvod. Sa svojom zavičajnom zbirkom i izložbama autohtona je, autentična i vjerodostojna priča. To je priča koju moramo ispričati i to treba biti naš glavni turistički proizvod.

⁵⁵ Petrić, Dragana. Zavičajni odjel – promotor kulturnog turizma // Knjižnice i kontinentalni turizam: zbornik radova / uredile Marija Kretić i Renata Benić. Beli Manastir: Gradska knjižnica Beli Manastir, 2016., str. 121.

11. LITERATURA

1. Bartluci, M. *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva: turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu*. Zagreb: Školska knjiga, 2013.
2. Batušić, S. *Laterna magica*. Zagreb: Zora, 1958.
3. Bovero, E. *Cultural tourism and libraries: new learning needs for information professionals*. 2009. URL: <http://conference.ifla.org/pastwlic/2009/192-bovero-en.pdf> (15.07.2019.)
4. Božić, A. Održivi kulturni turizam- spas za knjižnice? U: Kretić, M.; Benić, R., ur., *Knjižnice i kontinentalni turizam: zbornik radova*. Beli Manastir: Gradska knjižnica Beli Manastir, 2016., str. 161-175.
5. Dečak, Hrvoje. Kako interpretirati hrvatsku baštinu. *Meridijani*, 197(2017.), str 80-83.
6. Demonja, D. Uloga Uprave za sustav turističkih zajednica i selektivne oblike turizma Ministarstva mora, turizma, prometa i razvitka Republike Hrvatske (MMTPR RH) u kulturnom turizmu. U: Eleta, N., ur. *Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova: 2. međunarodni stručni skup Knjižnica- središte znanja i zabave*. Karlovac: Gradska knjižnica Ivan Goran Kovačić, 2007., str. 9-15.
7. Dragičević, G. Ljeto u knjižnici ili kako knjižnica može obogatiti turističku ponudu. U: Willer, M.; Katić, T., ur. *4. seminar Arhivi, knjižnice, muzeji : mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske infrastrukture*. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2001., str. 230-232.
8. *Hrvatska opća enciklopedija* Knjižnica (biblioteka). Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 1999. Sv. 6. 2004.
9. *IFLA-ina izjava o knjižnici i razvitku*. 2017. URL: <http://kdr.hr/wp-content/uploads/2017/01/IFLA-ina-Izjava-o-knji%C5%BEnicama-i-razvitku.pdf> (27.02.2020.)
10. Jelinčić, D. A. *Abeceda kulturnog turizma*. Zagreb: Meandarmedia : Meandar, 2008.
11. Karun, B.; Resman, S. Kako lokalno je lokalno? U: Eleta, N., ur. *Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova: 2. međunarodni stručni skup Knjižnica- središte znanja i zabave*. Karlovac: Gradska knjižnica Ivan Goran Kovačić, 2007., str. 40-46.
12. Kolman Finžgar, B. Projekt Chimer: dediščina skozi oči otrok. U: Eleta, N., ur. *Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova: 2. međunarodni stručni skup Knjižnica- središte znanja i zabave*. Karlovac: Gradska knjižnica Ivan Goran Kovačić, 2007., str. 70.
13. Koontz, C., Gubbin, B. (ur.) *IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice*, Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011.

14. Krpan Smiljanec, M. S efemernom građom: Mihanovićevim zagorskim stazama. U: Kretić, M.; Benić R., ur. *Knjižnice i kontinentalni turizam: zbornik radova*. Beli Manastir: Gradska knjižnica Beli Manastir, 2016., str. 176-200.
15. Kuluz, Ž. Knjižnica kao sadržajna infrastruktura turizma 21. stoljeća knjižnica u turističkom središtu. U: Willer, M.; Katić, T., ur. *4. seminar Arhivi, knjižnice, muzeji : mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske infrastrukture*. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2001., str. 233-238.
16. Kuna, M. Školski projekti u turističkom promicanju kulturne baštine lokalne zajednice. U: Kretić, M.; Benić R., ur. *Knjižnice i kontinentalni turizam: zbornik radova*. Beli Manastir: Gradska knjižnica Beli Manastir, 2016., str. 141-160.
17. *Master plan razvoja turizma za razdoblje od 2016. do 2025. godine*. 4.4.2017. URL: <http://www.kzz.hr/master-plan-razvoja-turizma> (26.02.2020.)
18. Petrić, D. Zavičajni odjel– promotor kulturnog turizma. U: Kretić, M.; Benić R., ur. *Knjižnice i kontinentalni turizam: zbornik radova*. Beli Manastir: Gradska knjižnica Beli Manastir, 2016., str. 121-130.
19. *Predstavljeni turistički rezultati KZZ za 2018*. 16.1.2019. URL: <http://m.kzz.hr/turisticki-rezultati-kzz-2018> (26.02.2020.)
20. Pšenica, D. Mrežne stranice u promicanju kulturnog turizma. U: Willer, M.; Katić, T., ur. *4. seminar Arhivi, knjižnice, muzeji : mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske infrastrukture*. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2001., str. 241-245.
21. Sabljak, Ljiljana. Ciklus izložaba i događanja „Svijet u Zagrebu“. U: Eleta, N., ur. *Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova: 2. međunarodni stručni skup Knjižnica-središte znanja i zabave*. Karlovac: Gradska knjižnica Ivan Goran Kovačić, 2007., str. 18-19.
22. Seiter-Šverko, D. Digitalizacija kulturne baštine: mogućnosti promocije. U: Eleta, N., ur. *Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova: 2. međunarodni stručni skup Knjižnica-središte znanja i zabave*. Karlovac: Gradska knjižnica Ivan Goran Kovačić, 2007., str. 27-30.
23. *Strategija razvoja Krapinsko-zagorske županije do 2020. godine*. 6.12.2016., str. 19. URL: http://www.kzz.hr/sadrzaj/dokumenti/strategija-razvoja-2020/KZZ_Strategija_Razvoja_do_2020_godine.pdf (27.02.2020.)
24. *Strategija razvoja kulturnog turizma „Od turizma i kulture do kulturnog turizma“*. Zagreb, 2003. URL: <http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/Strategij-Razvoja-Kulturnog-Turizma.pdf> (27.02.2020.)
25. Špoljarić Kizivat, M.; Krpeljević, Lj.; Petković, S. Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek – knjižnica s pričom. U: Kretić, M.; Benić R., ur. *Knjižnice i kontinentalni turizam: zbornik radova*. Beli Manastir: Gradska knjižnica Beli Manastir, 2016., str. 17-37.

26. Tenodi, M.; Omerović, H. Kulturni turizam grada Subotice kroz biblioteku. U: Kretić, M.; Benić R., ur. *Knjižnice i kontinentalni turizam: zbornik radova*. Beli Manastir: Gradska knjižnica Beli Manastir, 2016., str. 77-85.
27. Tokić, K. *Uloga knjižnica u hrvatskom turizmu*. Doktorski rad. Zagreb: Institut za turizam, 2015.
28. Vidak, I. Knjižnica kao dio ponude kulturnog turizma. *Zbornik radova Visoke škole za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici*, 2(2010.), str. 127-132.
29. Zamoda, J. Virtualna šetnja kroz vrijeme. *Glorija*, 1191(2017.), str. 40-41.

12. POPIS SLIKA

Slika 1. Knjižnica Sveučilišta Trinity, Dublin (Izvor: osobna zbirka)

Slika 2. Logo Krapinsko-zagorske županije (Izvor: <https://www.visitzagorje.hr/>)

Slika 3. Putokaz za Gradsku knjižnicu u Zaboku (Izvor: osobna zbirka)

Slika 4. Gradska knjižnica u Trinidadu, Kuba (Izvor: osobna zbirka)

Slika 5. Zavičajna zbirka Gradske knjižnice u Krapini (Izvor: <http://www.gkkr.hr/index.php/zavijajna-zbirka>)

Slika 6. Razglednica grada Zlatara (Izvor: <http://www.knjiznica-zlatar.hr/foto/?go=foto&gal=24>)

Slika 7. Studio Galerije Antuna Augustinčića (Izvor: <https://www.visitzagorje.hr/objekt/studio-galerija-antuna-augustincica>)

Slika 8. Izložba „Zlatar nekad i danas“ (Izvor: <http://www.knjiznica-zlatar.hr/foto/?go=foto&gal=16>)

13. PRILOZI

ANKETNI UPITNIK

A) Knjižnica – opći podaci

1. Naziv

2. Adresa

B) Knjižnica i turizam

I. Informacijska funkcija knjižnice u turizmu

1. Fond knjižnice

a) Sadrži li knjižnica građu o turizmu (znanstvena i stručna literatura, statističke publikacije – korisno za istraživače turizma ili turističke djelatnike)? DA NE

b) Sadrži li knjižnica građu zanimljivu turistima (turistički prospekti, informacije o kulturnim, političkim, gospodarskim obilježjima i atrakcijama mjesta, plan grada, raspored kulturnih i turističkih događanja i slično)? DA NE

c) Sadrži li knjižnica građu zanimljivu istraživačima (povjesničarima, kritičarima, teolozima,...) pri proučavanju i razumijevanju gospodarske, političke i kulturne scene vašeg mjesta, npr. dokumente, knjige, razglednice, članke? DA NE

d) Neki drugi oblik na koji fond pridonosi informacijskoj funkciji knjižnice vezano u turizmu, navedite koji:

2. Informacijska aktivnosti knjižnice u funkciji turizma

Na skali od 1 (nimalo), 2 (slabo), 3 (srednje), 4 (prilično) do 5 (izrazito) ocijenite informacijsku aktivnost knjižnice u funkciji turizma:

a) informiranje turista: 1 2 3 4 5

b) informiranje djelatnika u turizmu: 1 2 3 4 5

c) informiranje i stručna podrška u samostalnom istraživačko-projektom radu u sklopu turizma: 1 2 3 4 5

d) informativni materijali na stranim jezicima: 1 2 3 4 5

e) nešto drugo, navedite što: _____ 1 2 3 4 5

3. Neka druga informacijska uloga, navedite koja:

II. Kulturna funkcija knjižnice u turizmu

Na skali od 1 (nimalo), 2 (slabo), 3 (srednje), 4 (prilično) do 5 (izrazito) ocijenite:

4. Posjećenost kulturnih događanja u vašoj knjižnici: 1 2 3 4 5

5. Smatrate li da je Vaša knjižnica nositelj kulturne ponude mjesta u kojem djeluje? DA NE

6. Imaju li turisti mogućnost upoznati lokalnu/nacionalnu kulturu u knjižnici? DA NE

Ako DA, je li to kroz:

a) literaturu / građu

b) izložbe

c) manifestacije

d) radionice

e) pjesničke večere

f) nešto drugo, navedite što:

7. Nudi li knjižnica neke druge kulturne sadržaje turistima? DA NE

Ako DA, navedite koje:

III. Obrazovna funkcija knjižnice u turizmu

8. Nudi li knjižnica neke od obrazovnih sadržaja za turiste DA NE

Ako DA zaokružite koji(e):

a) Posudba građe turistima

b) Organizacija edukativnih izložbi ili događanja, rekonstrukciju života u zajednici, zavičajnih izložbi s ciljem upoznavanja publike s zavičajnom baštinom lokaliteta i njenim običajima, poviješću mjesta i njenim stanovnicima, kulturnom specifičnošću lokaliteta

c) Mogućnosti za dulji istraživački rad u knjižnici, npr. znanstvenici, studenti

d) Nešto drugo, navedite što:

IV. Knjižnica kao turistička atrakcija

Na skali od 1 (nimalo) 2 (slabo) 3 (srednje) 4 (prilično) 5 (izrazito) ocijenite:

9. Koliko je vaša knjižnica turistički atraktivna: 1 2 3 4 5

10. Ako je knjižnica turistički atraktivna, je li to zbog:

I. Zgrade u kojoj je knjižnica smještena a koja ima

- a. kulturno-spomeničku (umjetničku) vrijednost
 - b. povijesnu vrijednost (u zgradi se zbio povijesno značajan događaj ili slično)
 - c. arhitektonsku vrijednost
 - d. nešto drugo (kuća poznate ličnosti ili slično), navedite što:
-

II. Fonda (zavičajna zbirka, privatne knjižnice poznatih zavičajnika, ostavština znamenitih osoba iz mjesta, stara građa, samostanska knjižnica i slično) koji je:

- a) etabliran kao turistička atrakcija
 - b) ima potencijal da postane turistička atrakcija
 - c) nešto drugo, navedite što:
-

III. Drugih sadržaja:

a) Organizacija događanja, npr. literarne večeri, književni susreti, javne trbine, prezentacije, projekcije filmova, izložbe, koncerte, predstave, radionice, likovnih kolonija, predstava, navedite što:

C) Uključenost knjižnice u turističku ponudu

11. Trebaju li se po vašem mišljenju knjižnice uključiti u turizam? DA NE

12. Posjećuju li turisti Vašu knjižnicu? DA NE

Ukoliko DA, što mislite iz kojih razloga:

- a) upoznavanje lokalne kulture
- b) pristup internetu
- c) čitanje novina
- d) nešto drugo, navedite što: _____

Ukoliko NE, što mislite iz kojih razloga:

a) nismo dovoljno vidljivi u medijima i drugim promotivnim materijalima

b) knjižnica nema što ponuditi turistu

c) turisti općenito ne posjećuju knjižnice na svojim putovanjima

d) nešto drugo, navedite što: _____

13. Radno vrijeme prilagođeno potrebama turista DA NE

Ako DA, je li to:

a) produženo radno vrijeme

b) rad vikendom

c) nešto drugo, navedite što: _____

14. Je li knjižnica uključena u neke lokalne turističke događaje: DA NE

15. Ako DA, tko ju angažira:

a) knjižnica je inicijator

b) turistička zajednica

c) netko drugi _____

16. Ako DA, u kojem smislu je knjižnica angažirana:

a) kao organizator

b) kao atrakcija

c) kao mjesto događanja

d) informacijska podrška (u pripremi i organizaciji, radi podataka i sl.)

e) uključeni knjižničari

17. Neki drugi oblik uključenosti knjižnice u turističku ponudu, navedite koji:

Na skali od 1-5 ocijenite tvrdnju:

18. Knjižnica mora biti kreativni promotor turističke ponude lokalne sredine 1 2 3 4 5

19. Smatrate li da je Vaša knjižnica prepoznata kao turističko odredište od strane lokalne zajednice i turističke zajednice? DA NE

20. Da li je Vaša knjižnica uvrštena u turističku ponudu mjesta? DA NE

Na skali od 1 (nimalo), 2 (slabo), 3 (srednje), 4 (prilično) do 5 (izrazito) ocijenite:

21. Smatrate li da Vaša knjižnica daje svoj maksimum u kulturno-turističkoj ponudi mjesta?
DA NE

Ukoliko NE, koji je glavni razlog tome?

- a) nedovoljan broj zaposlenih
- b) nedostatak financijskih sredstava
- c) manjak prostora u knjižnici
- d) nedovoljna edukacija zaposlenih iz područja marketinga, ekonomije, menadžmenta
- e) nešto drugo, navedite
što _____

22. Da li se Vaša knjižnica promovira na neki način i da li je vidljiva kroz

- a) medije
- b) digitalnu građu
- c) informativne materijale i promotivne letke
- d) oglase u medijima
- e) plakate
- f) smeđe turističke signalizacije
- g) internetske stranice grada
- h) društvene mreže
- i) nešto drugo, navedite što _____

D) Način financiranja aktivnosti povezanih s turizmom

23. Postoje li namjenska sredstva za takve aktivnosti? DA NE

24. Ako da, kolika su?

_____ kn

25. Izvor financiranja

E) Suradnja s drugim ustanovama

26. Na skali od 1 (nimalo), 2 (slabo), 3 (srednje), 4 (prilično) do 5 (izrazito) ocijenite stupanj suradnje s:

- a) školama 1 2 3 4 5
- b) muzejima 1 2 3 4 5
- c) turističkim agencijama 1 2 3 4 5
- d) galerijama 1 2 3 4 5
- e) lokalnom samoupravom 1 2 3 4 5
- f) građanskim udrugama 1 2 3 4 5
- g) drugim knjižnicama 1 2 3 4 5

Narodne knjižnice Krapinsko-zagorske županije i turizam

Sažetak

Knjižnice odavno nisu samo mjesto koje obavlja svoju temeljnu ulogu sakupljača i daljnjeg prenositelja informacija. S promjenama i razvojem društva, mijenja se i uloga knjižnica. Narodne knjižnice Krapinsko-zagorske županije su informacijske i obrazovne točke svojih lokalnih zajednica, ključni kulturni centri u široj društvenoj zajednici. Turizam je važna gospodarska grana kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj, pa onda i u Krapinsko-zagorskoj županiji. Na Danima hrvatskog turizma županija je proglašena najuspješnijom turističkom destinacijom kontinentalne Hrvatske, a iz godine u godinu bilježi rast u dolasku i noćenjima gostiju. Danas su na sceni „novi turisti“ koji teže različitosti, traže individualiziranu ponudu, osjećaje i jedinstveno iskustvo. Cilj istraživanja je ispitivanje sveobuhvatnog odnosa između turizma i narodnih knjižnica Krapinsko-zagorske županije. Korištena su istraživanja i iskustva drugih istraživača, anketa među knjižničarima narodnih knjižnica, te vlastiti uvid u teoriju i praksu turizma i knjižničarstva. Narodne knjižnice Krapinsko-zagorske županije zadovoljavaju informacijsku, obrazovnu i kulturnu ulogu u turizmu, same su turistička atrakcija, no njihova uloga nije prepoznata ni adekvatno valorizirana. Zbog navedenog, navodi se model uključenosti knjižnica u turizam kao i brojni primjeri dobre prakse.

Ključne riječi: knjižnica, knjižni turizam, Krapinsko-zagorska županija, turistička ponuda, turizam

Krapina-Zagorje County Public Libraries and Tourism

Summary

Since long ago, libraries have been more than just a place to perform its fundamental role of gathering information and transmitting them further. With the changes and development of society, the role of libraries has also been changing. The public libraries of Krapina-Zagorje County are information and educational points of their local communities, and a key cultural center in the wider local community. Tourism is an important economical part globally and in Croatia, therefore also in Krapina-Zagorje County. During the "Days of Croatian tourism" event, Krapina-Zagorje County was declared the most successful tourist destination of continental Croatia, and every year there is an increase of arrival and overnight stay of guests. Today we have „new tourists“ in the scene, who seek diversity, they want an individual offer, feelings, and unique experience. The main objective of the research is to examine the comprehensive relations between tourism and public libraries of Krapina-Zagorje County. Research and experiences of other researchers has been used, as well as questionnaires of public libraries' librarians and author's insight into the theory and practice of public libraries' work and tourism. Public libraries of Krapina-Zagorje County meet the informational, educational, and cultural role in tourism, they are a tourist attraction itself, but their role is not recognized or adequately valorized. Due to all of the above, the model of involvement of public libraries in tourism has been given, as well as numerous examples of good practice.

Key words: library, book tourism, Krapina-Zagorje County, tourist offer, tourism