

Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet u Zagrebu
Odsjek za informacijske i komunikacijske znanosti

**Uloga zavičajnih zbirki narodnih knjižnica u lokalnoj turističkoj
ponudi**

Diplomski rad

Mentorica: Dr. sc. Ivana Hebrang Grgić, doc.

Studentica: Martina Juraga

Zagreb, 2017.

SADRŽAJ

1. Uvod.....	1
2. Narodne knjižnice.....	2
3. Zavičajna zbirka narodne knjižnice.....	6
3.1. Građa zavičajne zbirke	6
3.2. Nabava, obrada, smještaj i zaštita građe zavičajne zbirke.....	9
4. Kulturni turizam	11
4.1. Kulturna baština kao turistički proizvod	13
4.2. Turisti i narodne knjižnice.....	15
5. Zavičajne zbirke kao dionici kulturnog turizma lokalne zajednice	19
5.1. Izlaganje građe zavičajne zbirke	20
5.2. Nakladništvo.....	22
5.3. Digitalizacija i novi mediji	23
5.4. Suradnja s kulturnim ustanovama i ostalim institucijama u turizmu.....	25
5.5. Marketing i ljudski potencijali.....	26
6. Neki primjeri uključenosti narodnih knjižnica u kulturni turizam	28
7. Uključenost narodnih knjižnica Republike Hrvatske i njihovih zavičajnih zbirki u turizam lokalne zajednice.....	31
7.1. Narodne knjižnice koje su sudjelovale u istraživanju	31
7.2. Metode i instrumenti istraživanja	31
7.3. Cilj istraživanja.....	32
7.4. Rezultati istraživanja	32
7.5. Zaključak istraživanja.....	42
8. Zaključak.....	45
Literatura	46
Prilozi	50
Popis priloga i grafikona	54
Sažetak	55
Summary	55
Životopis.....	56

1. Uvod

Narodne knjižnice u svojoj lokalnoj sredini djeluju kao središta obrazovanja, opismenjivanja, informiranja, kulture i jedinstvena su sredina koja svojim korisnicima dostupnošću brojnih izvora građe, raznovrsnošću usluga i stručnošću knjižničnih službi pruža nesmetane mogućnosti za osobni razvoj, a time i zajednice u cjelini.

Kao nositeljica kulturnog razvoja u svojem zavičaju, narodna knjižnica ispunjava jednu od svojih osnovnih i važnih zadaća – izgradnju zavičajne zbirke koja predstavlja sliku sredine o kojoj govori i čuva svjedočanstva o njezinu sveukupnom napretku, govori o njezinim korijenima, ljudima, običajima, povijesti, kulturi, o svemu onome što sačinjava njezin identitet i mnogo više od toga. Zavičajna zbirka nekog kraja dio je cjelokupne nacionalne kulturne baštine, posebna je, jedinstvena i specifična u odnosu na druge zavičajne zbirke što nudi mogućnost knjižnicama njezina populariziranja u zajednici kroz razne oblike promidžbe. Jedan od tih načina je i uključivanje zavičajnih zbirki u kreiranje lokalne turističke ponude i oblikovanje zbirki kao turističkog proizvoda koje će svojom vrijednošću i atraktivnošću obogatiti kulturnoturističku ponudu kraja o kojem govori. Stoga ovaj diplomski rad govori o tome kako u turizmu, jednoj od najvažnijih gospodarskih grana, i knjižnice svojim zavičajnim zbirkama mogu dati vrijedan doprinos.

U prvome poglavlju opisana je narodna knjižnica, njezino poslanje te osnovne zadaće kojima ispunjava svoju informacijsku, obrazovnu i kulturnu ulogu u društvu. Iduće poglavlje govori o odlikama zavičajnih zbirki, istaknuta je njihova definicija, specifičnosti vezane uz građu, njezinu nabavu, obradu, smještaj i zaštitu, iza kojeg slijedi poglavlje o kulturnom turizmu te nude uvod u glavni dio rada u kojem se kulturna baština tumači kao turistički proizvod, u što spadaju i zavičajne zbirke narodnih knjižnica. U nastavku rada govori se o zavičajnim zbirkama i njihovoj participaciji u lokalnoj kulturnoturističkoj ponudi te su opisani razni načini njihova uključivanja u turistički život zajednice.

U završnom teorijskom dijelu rada predstavljene su aktivnosti nekih hrvatskih narodnih knjižnica koje su dio turističke ponude u svojem mjestu, a koje mogu poslužiti kao primjer i poticaj drugim narodnim knjižnicama.

U drugom dijelu rada bit će predstavljeni rezultati istraživanja, provedenog putem ankete, o uključenosti narodnih knjižnica Republike Hrvatske i njihovih zavičajnih zbirki u lokalnu kulturnoturističku ponudu.

2. Narodne knjižnice

Knjižnice su od samih početaka ljudske civilizacije i pojave pismenosti prisutne u društvu. Ljudi su oduvijek imali potrebu bilježiti svoja znanja, spoznaje, dostignuća, no tek u 20. stoljeću knjižnice dobivaju svoju prepoznatljivu sliku i ulogu. One su temelj kulturnog, informacijskog, obrazovnog napretka društva, svim članovima zajednice osiguravaju pristup znanju, informacijama, cjeloživotnom učenju i djelima mašte pomoću niza izvora i službi, bez obzira na njihovu rasu, nacionalnost, dob, spol, religiju, jezik, invaliditet, ekonomski i radni status te obrazovanje.¹

Narodne knjižnice u sredini u kojoj su osnovane djeluju kao pristupna točka svim oblicima znanja i informacija, te stoga svojim korisnicima omogućuju da se nesmetano razvijaju prema svojim potrebama. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice navode kako su glavne djelatnosti narodne knjižnice pružanje usluga i osiguravanje građe na različitim medijima radi zadovoljavanja raznolikih potreba korisnika – obrazovnih i informacijskih potreba, potreba za osobnim razvojem, razonodom te potreba vezanih uz slobodno vrijeme.² Narodne knjižnice svoju djelatnost zasnivaju na demokratskim načelima i vjerojatno niti jedna organizacijska struktura ne pruža toliko slobode i potpore razvoju zajednice kojoj služi.

Knjižnica se najčešće definira kao „kulturna i informacijska ustanova koja, slijedeći općeprihvaćene ciljeve društva i načela stručnog rada, odabire, nabavlja, obrađuje, u fizičkome i obavijesnom smislu sređuje te čuva i daje na korištenje knjižničnu građu, a preko organiziranih službi pruža raznolike usluge aktivnim i potencijalnim korisnicima.“³ U ovoj definiciji knjižnice sadržani su svi osnovni zadaci knjižnične djelatnosti, dok UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice, koji je definirao temeljna načela knjižničnog djelovanja, te zadatke nadopunjuje ključnim zadaćama vezanim uz obavješćivanje, opismenjivanje, obrazovanje i kulturu koje moraju biti jezgrom službi narodne knjižnice:

1. stvaranje i jačanje čitalačkih navika kod djece od rane dobi;
2. podupiranje osobnog obrazovanja za koje se odlučuje pojedinac, kao i formalnog obrazovanja na svim razinama;
3. stvaranje mogućnosti za osobni kreativni razvoj;

¹IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice / uredile Christie Koontz i Barbara Gubbin. 2. hrv. izd. (prema 2. izmijenjenom izd. izvornika). Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011. Str. 15.

²Isto.

³Tadić, K. Rad u knjižnici. Opatija: Naklada Benja, 1994. Str. 14.

4. poticanje mašte i kreativnosti djece i mladih ljudi;
5. promicanje svijesti o kulturnom nasljeđu, uvažavanju umjetnosti, znanstvenih postignuća i inovacija;
6. osiguranje pristupa kulturnim izvedbama svih izvođačkih umjetnosti;
7. gajenje dijaloga među kulturama i zastupanje kulturnih različitosti;
8. podupiranje usmene tradicije;
9. osiguranje pristupa građana svim vrstama obavijesti o svojoj zajednici;
10. pružanje primjerenih obavijesnih službi mjesnim poduzećima, udrugama i interesnim skupinama;
11. olakšavanje razvitka obavijesnih vještina i kompjuterske pismenosti;
12. podupiranje i sudjelovanje u programima razvijanja pismenosti namijenjenima svim dobnim skupinama i iniciranje takvih programa, kad je potrebno.⁴

Kako bi uspješno provodila ove zadatke, knjižnica mora osiguravati službe i usluge koje će svim korisnicima omogućiti nesmetan pristup i korištenje knjižničnih izvora u svim dostupnim oblicima, poštujući osnovna načela slobode pristupa i informiranja, isključene iz bilo kakvog oblika cenzure. Njezine službe i usluge moraju biti planirane u skladu sa stvarnim potrebama korisnika u lokalnoj zajednici. Knjižnice moraju ići ukorak s brojnim društvenim promjenama kako bi na vrijeme i spremno na njih odgovorile i time postale nezaobilazno obavijesno i komunikacijsko središte u zajednici.

IFLA-ine smjernice navode neke od ključnih usluga narodnih knjižnica kao što je posudba knjiga i druge građe, korištenje knjiga i druge građe u prostoru knjižnice, pružanje obavijesti u tiskanom i elektroničkom obliku, informacijska služba i usluge rezervacije, informacijske usluge o zajednici, obrazovanje korisnika za korištenje knjižnice uključujući i podršku programa opismenjivanja, organiziranje raznih programa i događanja te suvremene

⁴UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Dostupno na: http://dzs.ffzg.unizg.hr/text/UNESCOv_manifest_za_narodne_knjiznice.htm [citirano 10.11.2016.]

komunikacijske alate kao što su blogovi, sms poruke i društvene mreže za referentne usluge i i odnose s javnošću.⁵

U skladu sa službama i uslugama koje nudi narodna knjižnica, i njezina građa i zbirke koje daje na korištenje moraju biti jasno oblikovane, sveobuhvatne, aktualne, vrijedne, čime podupire svekoliki napredak društva. Iako većinu građe u knjižnici čine tradicionalni, tiskani oblici informacija, važno je da se zbirke nadopunjavaju i građom u suvremenim, digitalnim oblicima. U Manifestu za narodne knjižnice navedeno je da „sve dobne skupine moraju naći građu za svoje potrebe. Zbirke i službe moraju, uz tradicionalnu građu, obuhvaćati i sve odgovarajuće vrste nositelja obavijesti i suvremene tehnologije. Visoka kvaliteta i primjerenost mjesnim potrebama i uvjetima od temeljne su važnosti. Građa mora odražavati tekuća kretanja i društveni razvitak te biti pamćenjem ljudskih stremljenja i mašte.“⁶

Svaka narodna knjižnica sa svojim vrijednim resursima doprinosi kulturnom razvitku lokalne zajednice, u njoj se odražava kulturni identitet zajednice i svojim nastojanjima brine da se taj identitet njeguje i promiče. Važno je da knjižnice surađuju sa zajednicom, da uvažavaju njezine raznovrsne potrebe i želje. Narodne knjižnice doživljavaju se kao mjesta susreta članova zajednice, pa je važno da su ciljevi knjižnice usklađeni sa specifičnim potrebama lokalne zajednice. Knjižnica treba biti blizu ljudima prema kojima je i usmjerila svoje ciljeve pa je stoga i vjerojatnije da će je više koristiti, podupirati i zagovarati vrijednost njezinih usluga.⁷

Budući da svaka zajednica brine o svojem povijesnom i kulturnom naslijeđu i vrednotama, narodna knjižnica trebala bi na sebe preuzeti važnu ulogu u prikupljanju, brizi, razvoju, promidžbi i osiguranju dostupnosti raznih izvora u kojima se ogleda slika lokalne zajednice. Upravo je prikupljanje dokumenata koji svjedoče o geografskoj, kulturnoj, ekonomskoj, političkoj, društvenoj, povijesnoj situaciji na nekom području značajno za promicanje svijesti o pripadnosti određenoj društvenoj sredini. „Za neke usluge se može pretpostaviti da će biti važne u svakoj zajednici. Tu spadaju usluge koje odražavaju lokalnu kulturu, kao lokalne povijesne zbirke, zbirka materijala na lokalnim jezicima, izložbe, pričanje priča, objavljivanje publikacija od lokalnog značaja ili izrađivanje programa na

⁵IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice / uredile Christie Koontz i Barbara Gubbin. 2. hrv. izd. (prema 2. izmijenjenom izd. izvornika). Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011. Str. 43.

⁶UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Dostupno na: http://dzs.ffzg.unizg.hr/text/UNESCOv_manifest_za_narodne_knjiznice.htm [citirano 10.11.2016.]

⁷Gill, P. Putovi u budućnost : IFLA-ine i UNESCO-ove smjernice za narodne knjižnice. // Hrvatske narodne knjižnice u svjetlu IFLA-inih smjernica : zbornik radova / Prvo savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj, Split, 2.-3. lipnja 2003. / urednice Tihana Pavičić, Jadranka Slobodanac. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica, 2004. Str. 18.

lokalne teme.“⁸ Lokalna kulturna baština predstavlja iznimnu vrijednost za predstavnike zajednice, a knjižnice svojim aktivnostima mogu doprinijeti njezinoj promociji na razne načine – suradnjom s odgovarajućim lokalnim i regionalnim organizacijama, pružanjem prostora za kulturne aktivnosti, organiziranjem kulturnih programa i brigom da kulturni interesi budu zastupljeni u fondu knjižnice.⁹

Čuvanje i promicanje lokalne baštine narodne knjižnice najčešće čine održavanjem zavičajnih zbirki koje imaju ulogu čuvarica povijesti određene sredine i njezinih stanovnika, ali dokumentirajući i sadašnje stanje, uz aktivno i sustavno prikupljanje zavičajne građe. Zavičajna zbirka neke knjižnice predstavlja važan izvor za izučavanje materijalnog i duhovnog stvaralaštva neke zajednice, dok bi se njezina građa na razne načine mogla iskoristiti za popularizaciju kako knjižnice, tako i same građe i onoga što ona sadrži među lokalnim stanovništvom i šire, a koja često bude nedovoljno promovirana u lokalnoj sredini. Važno je naglasiti da bi narodne knjižnice trebale što više isticati svoje zavičajne zbirke kao jedan od načina na koji bi lokalna zajednica mogla obogatiti svoju kulturnu turističku ponudu, dok bi time zavičajne zbirke dobile zasluženu pažnju.

⁸Isto, str. 18.

⁹IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice / uredile Christie Koontz i Barbara Gubbin. 2. hrv. izd. (prema 2. izmijenjenom izd. izvornika). Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011. Str. 20.

3. Zavičajna zbirka narodne knjižnice

Brigom o zavičajnoj zbirci narodne knjižnice pokazuju koliku kulturno-povijesnu vrijednost i važnost za lokalnu zajednicu ona posjeduje. To je jedna od temeljnih djelatnosti knjižnica i njome se njeguje i štiti od zaborava sveukupan tijek razvoja društva i život jedne sredine. Izraz su njezina identiteta i povezanosti sa zavičajem jer „bogat i dobro uređen fond zavičajne zbirke daje uvid u povijesno bogatstvo kulturnog stvaralaštva kao i cjelokupnog razvitka regije.“¹⁰

Zavičajna zbirka može se definirati kao „zbirku odabrane, prikupljene, sređene i obrađene građe bilo koje vrste koja se svojim sadržajem odnosi na određeno zemljopisno područje“¹¹, a slično objašnjenje zavičajne zbirke sadržava i definicija koja govori da nju čini „prikupljena, sređena i obrađena tiskana građa i ostali nosioci informacija koji se svojim sadržajem odnose na određenu geografsku, političku, etničku, povijesnu, kulturnu i ekonomsku sredinu.“¹² Budući da je karakteristika svake takve zbirke zavičajnost, napori u njezinoj izgradnji usmjereni su isključivo prema onim publikacijama koje su objavljene u zavičaju, publikacije autora zavičajnika, a objavljene bilo gdje i sve što je objavljeno o zavičaju ili njegovu pučanstvu (ili samo o pojedincima), bez obzira na mjesto objavljivanja.¹³

S obzirom na obuhvat, ali i shvaćanje pojma zavičaja, zavičajne zbirke mogu biti lokalne ili mjesne, subregionalne (obuhvaćaju mjesto i širu okolicu) i regionalne (obuhvaćaju cijelo administrativno područje), a izbor je najčešće prepušten samim knjižnicama ili u dogovoru sa susjednim knjižnicama.¹⁴

3.1. Građa zavičajne zbirke

Svaka narodna knjižnica mora izgradnji svoje zavičajne zbirke pristupiti s osobitom pažnjom. Ona od stručnog knjižničnog osoblja zahtjeva profesionalan i kontinuiran angažman

¹⁰Tošić-Grlač, S. Uloga zavičajne zbirke u promociji lokalne zajednice. // Hrvatski znanstveno-stručni skup o menadžmentu u turizmu 1, 1(2010), str. 307-314. Dostupno i na: <http://hrcak.srce.hr/55005> [citirano 11.11.2016.]

¹¹Tošić Grlač, S., Hebrang Grgić, I. Zavičajne zbirke u hrvatskim narodnim knjižnicama. // Zavičajne zbirke u narodnim knjižnicama: zbornik radova. / 7. savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj / uredila Jelica Leščić. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2011. Str. 52.

¹²Vuković-Mottl, S. Zavičajna zbirka. // Bjelovarski učitelj: časopis za odgoj i obrazovanje 7, 2-3 (1998). Str. 10.

¹³Tadić, K. Rad u knjižnici. Opatija: Naklada Benja, 1994. Str. 20.

¹⁴Tošić Grlač, S., Hebrang Grgić, I. Zavičajne zbirke u hrvatskim narodnim knjižnicama. // Zavičajne zbirke u narodnim knjižnicama: zbornik radova. / 7. savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj / uredila Jelica Leščić. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2011. Str. 53.

i veliku posvećenost u popunjavanju zavičajnog fonda novim izdanjima, ali i nabavom stare i rijetke građe kako bi se ostvario jedan od specifičnih ciljeva izgradnje zavičajne zbirke, a to je postizanje njezine cjelovitosti. Samo će se na taj način moći oblikovati potpuna slika određenog zavičaja, njegove prošlosti i sadašnjosti i pružiti dragocjeni izvor za istraživanje i upoznavanje razvoja materijalnih i nematerijalnih dobara jednog kraja, kao i ponuditi podatke za istraživanja o prirodnim osobinama prostora, demografska istraživanja, istraživanja o životu, običajima i vjerovanjima, gospodarskom razvoju, istraživanja političke, kulturne i socijalne povijesti te istraživanja potrebna za sve oblike umjetničkog stvaralaštva.¹⁵

Što će se uključiti u fond zavičajne zbirke ovisi o svakoj knjižnici pojedinačno, i dok neke prikupljaju sve što je ikad bilo tiskano na području zavičaja, neke se odlučuju za drugi pristup – neprikupljanje građe tiskane nakon 1945. godine, budući da je do tada postojanje tiskare u nekom području bio znak visokog stupnja kulturnog razvoja pa je stoga i ta građa kulturno i povijesno vrlo vrijedna i od nacionalnog značaja. No nakon te godine tiskarstvo se komercijalizira pa prestaju biti pokazatelj kulturnog razvoja neke sredine, a i uvođenje obveznog primjerka i izrada nacionalnih bibliografija potakla je neke knjižnice da odbace kriterij tiskarstva u izgradnji zavičajne zbirke.¹⁶

Težnja svake narodne knjižnice je da svoju zavičajnu zbirku obogati sa što više izvora koji će pružiti uvid u baštinu određenog kraja. Stoga je i građa zavičajne zbirke vrlo raznolika i od voditelja zbirke zahtjeva da uloži iznimne napore u njezinoj izgradnji, koji će svoje znanje, snage i potencijale usmjeriti u nabavu građe, razvrstavanje, obradu, adekvatan smještaj i na kraju u njezinu promociju u zajednici.¹⁷ Pritom bi se u tom iscrpnom poslu trebali oslanjati na zakone, standarde i preporuke i druge dokumente (Zakon o knjižnicama¹⁸, Standardi za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj¹⁹, Preporuke za ustroj zavičajne zbirke u narodnim knjižnicama i drugim knjižnicama (ustanovama) koje prikupljaju knjižničnu zavičajnu građu) koji se odnose na narodne knjižnice, a koji nude potporni okvir stručnom radu knjižničara. Međutim, zbog nepoštivanja zakonskih odredbi o obveznom primjerku na

¹⁵Preporuke za ustroj zavičajne zbirke u narodnim knjižnicama i drugim knjižnicama (ustanovama) koje prikupljaju knjižničnu zavičajnu građu. Hrvatsko knjižničarsko društvo. Dostupno na: <http://www.hkdrustvo.hr/clanovi/Preporuke.pdf> [citirano 11.11.2016.]

¹⁶Tošić Grlač, S., Hebrang Grgić, I. Zavičajne zbirke u hrvatskim narodnim knjižnicama. // Zavičajne zbirke u narodnim knjižnicama: zbornik radova. / 7. savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj / uredila Jelica Leščić. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2011. Str. 53.

¹⁷Pejić, I. Zavičajna zbirka u kontekstu novih društvenih promjena. // Bjelovarski učitelj: časopis za odgoj i obrazovanje, 7, 2-3(1998). Str. 8.

¹⁸Zakon o knjižnicama. Zakon: pročišćeni tekstovi zakona. Dostupno na: <http://www.zakon.hr/z/745/Zakon-o-knji%C5%BEnicama> [citirano 11.11.2016.]

¹⁹Standardi za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj. Narodne novine. Dostupno na: <http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/270810.html> [citirano 11.11.2016.]

temelju kojih sve matične županijske knjižnice izgrađuju zavičajne zbirke, zatim nedostatka prostora, djelatnika, financijskih sredstava i slično, većini knjižnica teško je na jednom mjestu okupiti, obraditi i zaštititi svu zavičajnu građu.²⁰

Vrste građe koje se prikupljaju i tvore zavičajnu zbirku vrlo su raznovrsne i opsežne. Upravo zbog nastojanja da ona na jednom mjestu okupi sve što govori o zavičaju, u Preporukama za ustroj zavičajne zbirke građa je podijeljena u 8 osnovnih skupina.²¹ Najveći dio zavičajne građe čine tiskane publikacije u koje spadaju *monografske publikacije* koje djelomično (enciklopedije, bibliografije, putopisi itd.) ili u potpunosti govore o zavičaju ili sadržavaju samostalne priloge o zavičaju, poput zbornika. Zavičajnu zbirku čine i one monografske publikacije koje ne govore o zavičaju, a to su uglavnom djela tiskana prije 1945. godine i djela znamenitih ljudi koji potječu iz zavičaja.

Serijske publikacije kao što su novine, časopisi i godišnjaci također predstavljaju izvor informacija o zavičaju koji su u potpunosti i samo nekim svojim priložima njemu posvećeni, a koje je nužno uvrstiti u zbirku.

Posebnu skupinu unutar zbirke čini i *sitni tisak*. Plakati, letci, programi pojedinih priredaba, pozivnice, ulaznice, posjetnice koje se odnose na politički, društveni, gospodarski kulturni i sportski život zajednice doprinose cjelovitosti zavičajne zbirke.

Dio zavičajne zbirke čini i *rukopisna građa*, bilješke, korespondencija, predmeti znamenitih pojedinaca koji su obogatili kulturni, znanstveni i društveni život svoje zajednice i predstavlja važan izvor za buduća istraživanja.

Polupublikacije, interni dokumenti, u koje spadaju društveno-političke publikacije (materijali sa sjednica, zapisnici, proračuni...) i polupublikacije pojedinih trgovačkih društava, ustanova i gospodarskih udruženja (katalozi, prospekti, programi...) također se selektivno uključuju u zavičajnu zbirku, odnosno samo ako nose trajniju vrijednost.

Zavičajnu zbirku čine i posebne vrste građe poput *kartografske* građe (sve vrste geografskih i tematskih karata koje se odnose na zavičaj), *notne* građe, *audio* (glazbena i govorna), *vizualne* (grafike, crteži, portreti, slike, fotografije, razglednice, čestitke) i *audiovizualne* građe (dokumentarni filmovi, emisije, snimke na videokaseti i DVD-u).

²⁰Tošić-Grlač, S. Uloga zavičajne zbirke u promociji lokalne zajednice. // Hrvatski znanstveno-stručni skup o menadžmentu u turizmu 1, 1(2010), str. 307-314. Dostupno i na: <http://hrcak.srce.hr/55005> [citirano 11.11.2016.]

²¹Preporuke za ustroj zavičajne zbirke u narodnim knjižnicama i drugim knjižnicama (ustanovama) koje prikupljaju knjižničnu zavičajnu građu. Hrvatsko knjižničarsko društvo. Dostupno na: <http://www.hkdrustvo.hr/clanovi/Preporuke.pdf> [citirano 11.11.2016.]

Podatci o zavičaju mogu biti pohranjeni i u *elektroničkom obliku*, a u zbirku se uključuje i *preformatirana* građa, odnosno građa čiji se sadržaj kopiranjem, mikrofilmiranjem ili digitalizacijom prenio u drugi format.

3.2. Nabava, obrada, smještaj i zaštita građe zavičajne zbirke

I sama nabava građe koju želimo uključiti u zavičajni fond iziskuje razrađen i jasno definiran pristup. To zahtjeva od voditelja zavičajne zbirke kontinuirano istraživanje i praćenje tiskarske i izdavačke produkcije te održavanje dobrih kontakata s raznim ustanovama i pojedincima, praćenje kataloga, bibliografija i drugih izvora informacija.²² To je složen posao u kojem do izražaja dolaze komunikativnost i organizacijske vještine knjižničara koji mora naći ravnotežu između nastojanja da se zbirka što bolje upotpuni i opasnosti da se ona preoptereti nepotrebnom i suvišnom građom.

Kupnja, dar i zamjena najčešći su načini nabave kojima se nastoji doći do aktualnih naslova, ali i do stare i rijetke građe. Zato je potrebno da knjižnice vode popis deziderata, a popunjavanju fonda umnogome će pomoći oglašavanje u medijima o kupnji stare građe, kao i suradnja s raznim pojedincima, ustanovama, organizacijama putem kojih se može doći do željene građe.

Pravilna i temeljita obrada zavičajne građe preduvjet je njezine dostupnosti i transparentnosti, a to uključuje vođenje posebne knjige inventara i za svaku vrstu građe, klasifikaciju uz dublju razradu građe, predmetnu obradu i katalogizaciju uz najpotpuniji kataložni opis.²³

Građom zavičajne zbirke treba rukovati s posebnom pažnjom s obzirom na rijetkost građe i njezin značaj u zajednici. Stoga se moraju poduzeti posebne mjere opreza u svrhu njezine zaštite kako se pri korištenju građa ne bi oštetila ili uništila te narušio njezin originalni oblik. To se postiže posebnim uvjetima čuvanja, odvajanjem od općeg fonda u posebnim prostorijama ili ormarima, korištenjem samo u prostoru knjižnice i drugim mjerama zaštite.

Pomnom brigom o zavičajnoj zbirci, podizanjem svijesti o nužnosti održavanja i razvijanja zbirke u kojoj se zrcali slika određene društvene sredine sa svim njezinim specifičnostima i nastojanjima da se ona na razne načine promovira i popularizira u lokalnoj sredini, zavičajna zbirka dobiva još više na važnosti i vrijednosti. Ona nije samo važna za zavičaj o kojem ona svjedoči, niti samo za one koji se njome bave i koji je izučavaju. Ona je

²²Isto.

²³Isto.

dio sveukupne kulturne baštine jednog naroda. Njezin potencijal je velik, a njezina jedinstvenost i posebnost trebale bi biti poticaj da se nađu novi načini njezina smisljena iskorištavanja u lokalnoj zajednici. Jedan od tih načina je prezentacija zavičajne zbirke kao atraktivnog turističkog proizvoda, o čemu će se detaljnije govoriti u idućim poglavljima.

4. Kulturni turizam

Kultura i kulturno naslijeđe određene turističke destinacije može predstavljati privlačan i kvalitetan turistički proizvod, a budući da svaka kultura ima svoje specifične, individualne i autentične karakteristike, ona može na razne kreativne načine zadovoljiti ljudske potrebe za različitim kulturnim iskustvom i traženjem mogućnosti za povećanjem kulturne razine, znanja, iskustva i susreta.²⁴ Iako možda kultura nije često primaran motiv putovanja, ona određenu destinaciju čini posebnijom i privlačnijom, njezin je nezaobilazan i nezamjenjiv dio pa dolaskom u određenu sredinu ne može se izbjeći doticaj s lokalnim stanovništvom i njegovom kulturom i čini integralni dio svih ostalih oblika turizma.²⁵

U literaturi se kulturni turizam definira kao jedan od oblika alternativnog ili selektivnog turizma, specifična turistička forma koja je orijentirana prema aktivnostima koje privlače manji broj turista i zadovoljava njihove posebne interese i potrebe.²⁶ Bez obzira na brojnost definicija ovog pojma, kulturni turizam može se svesti na neke opće karakteristike kao što je korištenje kulture i kulturnog naslijeđa kao kulturnih resursa u svrhu zadovoljavanja turističkih potreba²⁷; konceptualno, shvaća se kao putovanja osoba izvan mjesta stalnog boravka s ciljem prikupljanja novih informacija i doživljaja kojima zadovoljavaju svoje kulturne potrebe, a tehnička definicija podrazumijeva posjete kulturno-povijesnim znamenitostima, muzejima i galerijama, glazbeno-scenskim događanjima i predstavama, festivalima, crkvama i samostanima te tematskih ruta i puteva te kreativnih odnosno interaktivnih radionica.²⁸

Pojam kulturnog turizma objedinjava i onu praktičnu i duhovnu dimenziju – putovanje, razgledavanje, posjećivanje kulturnih ustanova i sudjelovanje u kulturnim zbivanjima, a sve to treba pružiti doživljaj novog načina življenja i mišljenja koji će u turistu,

²⁴Eleta, N. I turisti kao korisnici knjižničnih usluga. // Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova / 2. međunarodni stručni skup Knjižnica: središte znanja i zabave, Karlovac, 14. i 15. rujna 2006. / urednik Nada Eleta. Karlovac : Gradska knjižnica "Ivan Goran Kovačić", 2007. Str. 50.

²⁵Zadel, Z. Uloga kulturnog turizma u jačanju konkurentne prednosti turističke destinacije: doktorska disertacija. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2011. Str. 1.

²⁶Dujmović, M. Tourism, culture, cultural tourism. // Cultural tourism and destination impacts / ed. by Jasmina Gržinić, Ksenija Vodeb. Pula : Juraj Dobrila University of Pula, 2015. Str. 4.

²⁷Eleta, N. I turisti kao korisnici knjižničnih usluga. // Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova / 2. međunarodni stručni skup Knjižnica: središte znanja i zabave, Karlovac, 14. i 15. rujna 2006. / urednik Nada Eleta. Karlovac : Gradska knjižnica "Ivan Goran Kovačić", 2007. Str. 50.

²⁸Tomljenović, R., Boranić Živoder, S. Akcijski plan razvoja kulturnog turizma: radni materijal. Zagreb: Institut za turizam, 2015. Str. 9. Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocImages/150629_askijski_kulturni-turizam.pdf [citirano 13.11.2016.]

sudioniku pobuditi osjećaj pripadanja posjećenoj lokaciji korištenjem svim dostupnih kulturnoturističkih resursa sredine i proživljavanje istinskog i autentičnog iskustva.

Procjenjuje se da oko 40% svih međunarodnih turističkih putovanja ima predznak kulture.²⁹ Kao i svaka usluga, i one koje pruža kulturni turizam usmjerene su prema njegovim korisnicima, a sve je veći broj turista čiji su zahtjevi u skladu s njihovom sve većom obrazovanošću i informiranošću. „Zbog toga je spektar aktivnosti koji uključuje komponentu kulture sve širi što dovodi do daljnje segmentacije ovoga tržišta pa tako danas možemo govoriti o tri podsegmenta:

1) putovanja motivirana upoznavanjem kulturne baštine koja se odnose na upoznavanje prošlosti te obuhvaćaju kulturna događanja, atrakcije i tradicijsku kulturu;

2) putovanja motivirana prisustvovanjem kulturnom događanju koja se odnose na uprizorenje nekih zbivanja iz prošlosti ili su suvremenog karaktera pa čine popularnu kulturu, i

3) putovanja motivirana kreativnim kulturnim aktivnostima koja se odnose na aktivnosti koje su sačuvane iz prošlih vremena poput učenja glagoljice, tradicijskih vještina, suvremenu praksu kulture života ili suvremenu umjetničku produkciju.“³⁰

Turisti žele biti uključeni, žele prisvojiti lokalni stil življenja, biti u dodiru s domaćom tradicijom i običajima, stoga svi u sudionici u turističkom i kulturnom sektoru moraju raditi u sinergiji kako bi stvorili jedinstven kulturni proizvod, bilo da se radi o predmetu ili iskustvu samome. Sve ono što čini kulturu određene zajednice, materijalno i nematerijalno naslijeđe koje svojom atraktivnošću privlači pažnju i pobuđuje interes turista, ima svoju veliku i nemjerljivu vrijednost, a turizam tu neopipljivu vrijednost pretvara u stvarnu, materijalnu, ekonomsku vrijednost.³¹ Dadić navodi pet ključnih procesa kojim se neki resurs kulturne baštine uspješno može transformirati u turistički proizvod³²:

- stvaranje priče – stvaranje konteksta koji tu materijalnu i nematerijalnu baštinu oživljuje i daje joj značenje;

- „oživljavanje“ resursa kulturne baštine – pričanje zanimljivih priča čime se povijest „oživljuje“;

- omogućavanje sudjelovanje turistima u kulturnim iskustvima – aktivnim sudjelovanjem povećava se zadovoljstvo turista i produbljuje njegovo zanimanje za kulturni proizvod;

²⁹Isto, str 10.

³⁰Isto.

³¹Dadić, M. Istraživanje kulturnog turizma: kontekst, metode, koncepti. Split: Redak, 2014. Str. 60.

³²Isto, str. 76.

- relacijski odnos između znanja i iskustva turista – kulturne atrakcije moraju biti relevantne osobi koja ih konzumira i u skladu s njezinim znanjem, turistički proizvod mora biti prilagođen različitim tipovima posjetiteljima, prema tome i različitim željama i očekivanjima,

- fokus na kvaliteti i autentičnosti kao najvažnijim karakteristikama. Kulturom motivirani turisti, koji su vrlo dobro informirani, obrazovani te su kulturno osviješteni vrlo će lako prepoznati loše prezentiranu kulturnu atrakciju, bez obzira na to je li njihovo znanje o nekom resursu ili kulturi limitirano.³³

Svaka se zajednica identificira sa svojom kulturnom baštinom i dio je cjelokupnosti njezina identiteta. Pretvaranjem kulturnih dobara u proizvod lokalno stanovništvo može to doživjeti kao komercijalizaciju i eksploataciju njihova materijalna i duhovna bogatstva. Stoga je važno da i lokalno stanovništvo bude uključeno u kreiranje turističke ponude njihova mjesta. Nužno je da lokalna zajednica bude dobro informirana i senzibilizirana kako bi se izbjegao otpor i ostvarilo jačanje njezina identiteta, ponosa i zadovoljstva uz očuvanje baštine, a što će pridonijeti pozitivnu turističkom iskustvu.³⁴ Kulturni resursi lokaliteta prvenstveno se razvijaju i/ili štite zbog dobrobiti lokalnog stanovništva. Lokalne vrijednosti poput povijesti, umjetnosti, običaja potrebno je poznavati kako bi se mogle podržavati, razvijati i financirati jer bi njihovim zanemarivanjem i nestajanjem nestao i duh naroda i njegova opstojnost i izgubila veza s prošlošću.³⁵

4.1. Kulturna baština kao turistički proizvod

Kulturna baština nedjeljiv je dio osobnosti nekog lokaliteta i zajednice koja na njemu obitava, u njoj je sadržana sva njezina prošlost, ona definira njezin identitet i stvara mogućnosti za njezin razvoj u budućnosti. Kulturna baština neke sredine odlikuje se svojom raznolikošću i posebnosti u odnosu na baštinu drugih zajednica i upravo se u toj specifičnosti ogleda njezina velika vrijednost i ljepota, a ujedno otkriva potencijal za promociju zavičaja, upotpunjavanje domaće turističke ponude i povećavanje njezine vrijednosti.

³³Rudan, E. Menadžment u funkciji razvoja kulturnog turizma destinacije: doktorska disertacija. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2011. Str. 178.

³⁴Zadel, Z. Uloga kulturnog turizma u jačanju konkurentne prednosti turističke destinacije: doktorska disertacija. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2011. Str. 2.

³⁵Rudan, E. Menadžment u funkciji razvoja kulturnog turizma destinacije: doktorska disertacija. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2011. Str. 112, 114.

Vrtiprah naglašava kako se „samo posjetom turističke destinacije u njezinu prirodnom okruženju mogu vidjeti, osjetiti i u potpunosti spoznati regionalna i nacionalna prošla i sadašnja kulturna kreativnost, raskoš folklor, izobilje kulturnog i umjetničkog bogatstva u muzejima, povijesnim gradovima i građevinama koje odišu spomeničkim i mitskim duhom. Originalnost, raznovrsnost i obilje takvih kulturnih resursa određuje razinu kvalitete turističkih atrakcija, što povećava vrijednost sveukupne turističke ponude svake destinacije i zemlje.“³⁶

Prema zakonu o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara³⁷ ona se dijele na *nepokretna* kulturna dobra koja mogu biti gradovi, sela ili neki njegovi dijelovi, povijesna i krajobrazna arhitektura, lokacije, spomenici, kao i arheološka nalazišta, *pokretna* kulturna dobra od umjetničkog, povijesnog, paleontološkog, arheološkog, antropološkog i znanstvenog značaja (arhivska građa, umjetnička djela, etnografski predmeti, arheološki predmeti, uporabni, kao i znanstveni i tehnološki predmeti i dr.), u što spada i zbirka predmeta pohranjena u knjižnicama, arhivima i muzejima te *nematerijalna* kulturna dobra u raznim oblicima i pojavama duhovnog stvaralaštva poput usmene predaje, jezika, govora, folklornog stvaralaštva uključujući glazbu, ples, obrede, igre, običaje te tradicijskih obrta i umijeća.

Kulturni resursi, u svim svojim oblicima, predstavljaju cijeli niz mogućih segmenata ponude na kojima se turizam može dalje razvijati³⁸, i osnova su daljnjeg razvoja turističke destinacije. Nešto što dotada nije bilo prepoznato kao mogući turistički proizvod otvara mogućnosti za nove i originalne načine prezentiranja javnosti i pojačava zanimanje za otkrivanjem kulture posjećene destinacije, ali i zanimanje lokalnog stanovništva.

Važno je pritom da se kulturnoturistički proizvod oblikuje na način da proizvede istinski kulturni događaj i izazove emocije, te omogući turistu da osjeti „povijest“ znamenitosti i uživa u posjetu.³⁹

Kao što je već spomenuto, uspješno kreiran turistički proizvod jest onaj koji svojim konzumentima „priča priču“ koja pobuđuje zanimanje i zadovoljstvo, a turisti mogu aktivno sudjelovati u kulturnom iskustvu i postati dio te priče. Vrtiprah navodi da je određenu temu koja prenosi doživljaj kulturne atrakcije i stvara imidž destinacije moguće razviti na temelju

³⁶Vrtiprah, V. Kulturni resursi kao činitelji turističke ponude u 21. stoljeću. // *Ekonomika misao i praksa*, 2(2006). Str.284. Dostupno i na: <http://hrcak.srce.hr/10683> [citirano 14.11.2016.]

³⁷Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara. Zakon: pročišćeni tekstovi zakona. Dostupno na: <http://www.zakon.hr/z/340/Zakon-o-za%C5%A1titi-i-o%C4%8Duvanju-kulturnih-dobara> [citirano 14.11.2016.]

³⁸Rudan, E. Menadžment u funkciji razvoja kulturnog turizma destinacije: doktorska disertacija. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2011. Str. 110.

³⁹Vrtiprah, V. Kulturni resursi kao činitelji turističke ponude u 21. stoljeću. // *Ekonomika misao i praksa*, 2(2006).Str. 288. Dostupno i na: <http://hrcak.srce.hr/10683> [citirano 14.11.2016.]

istraživanja koja će pružiti informacije kako posjetitelji doživljavaju atrakciju i tema je osnova za pozicioniranje atrakcije. Kulturnu baštinu moguće je promovirati kroz različite teme, npr. legende, znamenite osobe, obljetnice povijesnih događaja, književnost, trgovinu i sl., uvođenjem vođene ture, kostime, pisane vodiče itd. Također naglašava da je potrebno razvijati i nove kulturne atrakcije, osmisliti ulične priredbe s povijesnim temama, glazbene ili filmske festivale, organizirati kulturne priredbe, tradicionalne svečanosti itd.⁴⁰

Knjižnice čuvaju pisanu baštinu nekog kraja i time štite od blijeđenja autentične slike određene zajednice. U knjižnicama je na jednom mjestu okupljena brojna informativna građa o lokalnoj sredini, njezinim društvenim i kulturnim tokovima i upravo stavljanjem na raspolaganje svojim korisnicima sve vrsta informacija ostvaruje jednu od svojih temeljnih zadaća kao „centar slobodnog i neograničenog pristupa znanju, misli, kulturi i obavijestima“.⁴¹ I u turističkom sektoru knjižnice mogu dati svoj značajan doprinos – knjižnice se u turizmu pojavljuju i kao mjesto interkulture interakcije između turista i domaćina dolaskom turista u knjižnicu i pomaganjem knjižnice u oblikovanju kulturnog identiteta lokalne zajednice.⁴² U knjižnicama turisti mogu na neposredan način iskusiti domaću kulturu otkrivanjem djela lokalnih autora i drugih djela duhovnog i materijalnog stvaralaštva zajednice, u komunikaciji s lokalnim stanovništvom i na brojne druge načine.

Svaki turistički proizvod mora nositi neku priču koja će mu udahnuti duh i kulturnu baštinu učiniti jednim od turističkih aduta mjesta. Pintarić naglašava kako i gradske knjižnice mogu svojim izvorima pričati tu priču i zauzeti važno mjesto u kreiranju i promociji turističke ponude, kulturnog identiteta ili imidža mjesta u kojem se nalaze.⁴³

4.2. Turisti i narodne knjižnice

U osnovi turističkih putovanja želja je za doživljavanjem novih iskustava i spoznaja, otkrivanja nečeg novog i uzbudljivog, „potrebe za proširivanjem postojećih znanja, otkrivanje i upoznavanje drugih krajeva, ljudi i kulture, potrebe za druženjem, avanturizmom, estetskim doživljajem, promjenom, slobodom, opuštanjem i željom da se putuje.“⁴⁴ U suvremenom turizmu ponuda mora obuhvaćati raznovrsne, originalne, privlačne sadržaje kako bi privukao

⁴⁰Isto, str. 290.

⁴¹UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Dostupno na: http://dzs.ffzg.unizg.hr/text/UNESCOv_manifest_za_narodne_knjiznice.htm [citirano 15.11.2016.]

⁴²Tokić, K. Uloga knjižnica u hrvatskom turizmu: doktorski rad. Zagreb: Filozofski fakultet, 2015. Str. 88.

⁴³Pintarić, V. Gradske knjižnice u turističkoj ponudi: magistarski znanstveni rad. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2009. Str. 166.

⁴⁴Isto. Str. 143.

što veći broj posjetitelja i odgovorio na brojne zahtjeve koji su pred pružatelje turističkih usluga postavljeni. I profil turista se s razvojem turizma mijenjao i razvijao, danas je turist informiran, angažiran, zahtjevan, tehnološki obrazovan pojedinac koji traži jedinstvenost i atraktivnost sveukupnog turističkog iskustva.

Kada se govori o kulturom motiviranim turistima, oni se identificiraju kao gosti više platežne moći, koji su obrazovani i stimuliraju kulturne aktivnosti u destinaciji.⁴⁵ Bolji životni standard i globalizacijski procesi na turističkom tržištu mijenjaju stavove i raspoloženje turističkih potrošača prema kvaliteti, iskusniji su pa stoga i traže sadržajnija turistička iskustva kojima će optimalno zadovoljiti svoje potrebe.⁴⁶ Grković kulturne turiste definira kao specifične grupe ljudi ili *niche travelers* (pojam *niche* označava specijalizirani segment tržišta za određenu vrstu proizvoda ili usluga⁴⁷) koje karakterizira ekološka svijest, odsustvo političkih i drugih predrasuda, znatiželja i otvorenost prema različitom. Visoko su obrazovani pa je i njihov pristup prema kulturnoj baštini odgovoran, putuju u manjim grupama, a odlikuju se i istančanim osjećajem za kvalitetu. Također smatra kako su oni najozbiljniji i vrlo kompetentni promicatelji kulturnog imidža odabrane turističke destinacije.⁴⁸

Knjižnice bi stoga trebale iskoristiti pozitivan stav ove specifične grupe turista prema kulturnoj baštini i u njima pronaći saveznike koji će ju promovirati kao kulturno vrijedan izvor informacija i istaknuti se kao ravnopravan sudionik u izgradnji lokalnog kulturnog turizma. „Knjižnica kao obavijesni centar zajednice može ujediniti sve dionike u kulturnom turizmu, a povećanim zanimanjem turista podizati svijest lokalnog stanovništva o održavanju i očuvanju tih bogatstava kod domaćina i gostiju. Pored toga, može utjecati i na razvijanje imidža pojedine destinacije.“⁴⁹

Iako narodne knjižnice često ostaju u pozadini turističkih zbivanja u sredini u kojoj djeluju, one se kao kulturno i obavijesno središte svojim zbirkama, službama i uslugama mogu nametnuti kao nezaobilazna točka informiranja turista te kako bi postale vidljivije i prepoznatljivije u zajednici. Knjižnice imaju mogućnost da preoblikuju ili osmisle nove usluge

⁴⁵Tomljenović, R., Boranić Živoder, S. Akcijski plan razvoja kulturnog turizma: radni materijal. Zagreb: Institut za turizam, 2015. Str. 10. Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocImages/150629_askijski_kulturni-turizam.pdf [citirano 15.11.2016.]

⁴⁶Vrtiprah, V. Kulturni resursi kao činitelji turističke ponude u 21. stoljeću. // *Ekonomski misao i praksa*, 2(2006). Str. 280. Dostupno i na: <http://hrcak.srce.hr/10683> [citirano 15.11.2016.]

⁴⁷Niche. // *Oxford Dictionaries*. Mrežno izd. Oxford: Oxford University Press, 2016. Dostupno na: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/niche> [pristup 15.11.2016.]

⁴⁸Grković, S. Turizam i kultura: Što je to „kulturni turizam“?! // *Turistička medicina i zdravstveni turizam* 5, 17(2000). Str. 6.

⁴⁹Jelinčić, D. A., Zović, I. „Knjižnice u turizmu: Shhhh, Quiet please! Nein, herzlich willkommen! Si accomodi!“ // *Liburna: međunarodni znanstveni časopis za kulturu, turizam i komuniciranje* 1,1(2012). Str. 38. Dostupno i na: <http://hrcak.srce.hr/118643> [citirano 15.11.2016.]

kulturnog, obavijesnog i obrazovnog značaja čime bi potakli turiste da posjećuju knjižnicu i koriste se svim dostupnim izvorima znanja i informacija. Knjižnice mogu zadovoljiti potrebu za informacijama, uslugama i kulturnim sadržajima zahvaljujući raznovrsnošću i bogatstvom svojeg fonda i razvijenošću svojih usluga i što joj ujedno otvara brojne mogućnosti za uključivanje u turistički život mjesta. Sabolović-Krajina, Janeš-Žulj i Šabarić razlog tomu vide u suvremenom konceptu narodnih knjižnica kao mjesnog obavijesnog središta, a ne samo mjesta za posudbu knjiga, koji prevladava u mnogim, pretežno ekonomski razvijenim zemljama, u kojima se mogu dobiti najrazličitije informacije pa stoga nije rijetkost da turisti navikli na takve usluge u svojoj knjižnici prvo vraćaju u lokalnu knjižnicu u potrazi za potrebnim informacijama.⁵⁰ Narodne knjižnice trebale bi iskoristiti svoje potencijale i pretvoriti ih u prednost u odnosu na ostale sudionike lokalnog kulturnog turizma.

U literaturi na temu narodnih knjižnica i turizma autori nude razna rješenja i ideje kako to postići. Pintarić navodi kako narodne knjižnice mogu turistima ponuditi sve vrste informacija o mjestu u kojem se nalaze, kao i o užem i širem okruženju, a one se mogu odnositi na knjižnične zbirke stare i rijetke građe, neknjižnu građu, planove grada, karte, stare razglednice, digitaliziranu građu, s osobitim naglaskom na kulturni i informativni značaj zavičajnih zbirki. Osim knjižne građe, turistima treba ponuditi i korištenje interneta, referalne usluge, razne kulturne programe i događanja. Turiste bi trebalo obavještavati o zbivanjima u okolici, događanjima u ostalim kulturnim ustanovama, nuditi im građu na stranim jezicima.⁵¹ Knjižnice bi trebale oblikovati svoju ponudu tako da se turisti u njoj osjećaju ugodno i „kao kod kuće“ čime gradi svoj pozitivan imidž kao otvorene, suvremene, svima dostupne ustanove.

Tokić naglašava i mogućnosti koje knjižnica može ponuditi znanstvenicima i stručnjacima. S jedne strane, nudi informacije koje im mogu pomoći u izradi stručnih dokumenata, planova, analiza, omogućavanjem dostupnosti raznih zakona, propisa i uputa vezanih uz turizam, a i sama građa koju posjeduje može biti predmet istraživanja domaćih i stranih znanstvenika, od filologa, lingvistica, povjesničara i drugih stručnjaka. Osmišljavanje kulturnih sadržaja (izložbe, predstave, izlaganja građe i drugo) također proširuje turističke mogućnosti narodnih knjižnica. Zaključuje kako knjižnice u turizmu sudjeluju

⁵⁰Sabolović-Krajina, D., Janeš-Žulj, M., Šabarić, A. Potencijali narodnih knjižnica u promociji kontinentalnog kulturnog turizma: primjer Koprivničko-križevačke županije. // Hrvatske narodne knjižnice u svjetlu IFLA-inih smjernica : zbornik radova / Prvo savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj, Split, 2.-3. lipnja 2003. / urednice Tihana Pavičić, Jadranka Slobodanac. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica, 2004. Str. 117.

⁵¹Pintarić, V. Gradske knjižnice u turističkoj ponudi: magistarski znanstveni rad. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2009. Str. 156-157.

zadovoljavanjem svojih osnovnih knjižničnih funkcija – informacijske, obrazovne i kulturne. Informacijska podrazumijeva ostvarivanje prava turista da bude obaviješten, da knjižnica pruža sve informacije koje su mu potrebne, 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 sluzenju informacijskom i komunikacijskom tehnologijom, a kulturna funkcija 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.⁵²

Da bi knjižnice mogle zauzeti istaknutu poziciju u lokalnoj turističkoj ponudi, potrebno je prevladati neke nedostatke koji ih koče u njihovu turističkom razvoju – prije svega, to je lociranje same knjižnice u prostoru, stoga bi trebalo označiti knjižnicu kao važno informativno središte raznim putokazima ili promidžbenim materijalima i turiste i lokalno stanovništvo usmjeravati ka knjižnicama, ali i prilagoditi radno vrijeme turističkim potrebama. Važno je da knjižnice idu ukorak sa suvremenim informatičkim trendovima pa će osmišljavanje kvalitetne internetske stranice s brojnim korisnim informacijama, interaktivnim sadržajima, digitalnim izvorima, ali i prisutnost na aktualnim društvenim platformama privući željenu publiku i prije dolaska u samu destinaciju. Najčešće se kao prepreka pokazuje nedostatak vještina knjižničnog osoblja koje nadilaze stručna knjižničarska znanja stoga se ona 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.⁵³

Drugim vrstama promocije knjižnice kao što su dijeljenje promidžbenih materijala, izdavačka djelatnost, uvođenje suvremene tehnologije u rad knjižničara i osmišljavanje inovativnih digitalnih i multimedijalnih sadržaja, knjižnice preobražavaju svoju sliku nenametljive i pritajene ustanove i uspješno se uključuju u suvremene turističke tokove.

⁵²Tokić, K. Uloga knjižnica u hrvatskom turizmu: doktorski rad. Zagreb: Filozofski fakultet, 2015. Str. 91-93.

⁵³Jelinčić, D. A., Zović, I. "Knjižnice u turizmu: Shhhh, Quiet please! Nein, herzlich willkommen! Si accomodi!". // Liburna: međunarodni znanstveni časopis za kulturu, turizam i komuniciranje 1,1(2012). Str. 45. Dostupno i na: <http://hrcak.srce.hr/118643> [citirano 16.11.2016.]

5. Zavičajne zbirke kao dionici kulturnog turizma lokalne zajednice

Potrebe za kulturnim sadržajima narodne knjižnice u potpunosti mogu zadovoljiti brojnošću i kvalitetom svojih usluga i slobodnim pristupom svim vrstama i oblicima informacija koje nudi korisnicima, a u kontekstu kulturnog turizma to su i sami turisti željni novih kulturnih iskustava. Knjižnice su nedjeljive od kulture, a veliku vrijednost i značaj za kulturni identitet zajednice čine zavičajne zbirke narodnih knjižnica u kojima se ističe lokalna posebnost i specifičnost. Bišćan ističe kako je popularizacija zavičajne zbirke, odnosno čuvanje i promocija lokalne kulture jedan od načina podizanja svijesti o vrijednosti vlastitog kulturnog nasljeđa, a to potiče i razumijevanje i poštivanje drugih kultura. Stoga upravo zavičajne fondove vidi kao osnovu za afirmaciju naše kulturne baštine u okviru interkulturnog dijaloga.⁵⁴ Whitman u privlačenju turista u knjižnice vidi kao globalnu mogućnost koja se može jedino ostvariti partnerstvom između knjižnica, ministarstva kulture i turističkih zajednica koje će onda rezultirati dubljim, potpunijim i autentičnijim doživljajem lokalne kulture.⁵⁵

Kao što je više puta naglašeno, zavičajne zbirke se među svim ostalim zbirkama koje knjižnice posjeduju nameću kao nezaobilazan izvor za proučavanje i duhovne i materijalne kulture zavičaja koji se onda može i iskoristiti u turističke svrhe. Rezultat toga bilo bi povećanje broj posjetitelja knjižnici, što bi ujedno predstavljao poticaj knjižničnim djelatnicima za proširivanjem i obogaćivanjem svojih usluga, ali i pozitivan pomak ka većoj afirmaciji knjižnice u zajednici.

Oblikovana kao kulturnoturistički proizvod, aktivnosti oko zavičajne zbirke usmjerene su prema prezentaciji kulturno-povijesne baštine destinacije, a informacije koje ona nudi idealan su materijal za stvaranje „priče“ o posjećenoj destinaciji i kreiranje uspješne kulturne atrakcije.⁵⁶

⁵⁴Bišćan, F. Obogaćivanje zavičajne zbirke kroz nakladništvo. // Zavičajne zbirke u narodnim knjižnicama: zbornik radova. / 7. savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj / uredila Jelica Leščić. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2011. Str. 267.

⁵⁵Whitman, J. R. Libraries and Tourism. UNESCO. Dostupno na: http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=13678&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html [citirano 18.11.2016.]

⁵⁶Rudan, E. Menadžment u funkciji razvoja kulturnog turizma destinacije: doktorska disertacija. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2011. Str. 316.

5.1. Izlaganje građe zavičajne zbirke

U preoblikovanju građe zavičajne zbirke u turistički proizvod ključnu ulogu imaju knjižničari – voditelji tih zbirki čijim se radom, stručnošću i predanošću zavičajna zbirka može približiti zajednici, dok se svojim dobrim poznavanjem prošlosti i sadašnjosti kraja i velikom angažiranošću u skupljanju građe o zavičaju i stvaranjem mreže poznanika i suradnika može zbirka promovirati u lokalnoj sredini i svojim sadržajem zaintrigirati širu publiku. Komunikativnost je njihova jača strana i najvažnija osobina budući da u raznim prilikama moraju komunicirati s užom i širom društvenom zajednicom, pojedincima i u različitim prigodama, bilo da se radi o usmenoj ili pisanoj komunikaciji, putem različitih medija, ali time oni i njihov rad postaju prepoznatljivi i cijenjeni u zajednici što pomaže u valorizaciji kulturne baštine očuvane u zavičajnoj zbirci.⁵⁷

Zavičajne zbirke u sebi kriju brojne zanimljive, ponekad i kontroverzne priče, crtice iz bogate prošlosti, fotografije i druge dokumente koji prizivaju u sjećanje neka zaboravljena vremena i ljude, a sve se to uspješno može prezentirati kao atrakcija. Tu nastupa uloga knjižničara koji je upućen u sadržaj zbirke pa svoje znanje može iskoristiti u stvaranju novih kulturnih sadržaja vezanih uz zavičaj, a koji bi bili zanimljivi domaćim i stranim turistima. S druge strane, suradnjom s drugim kulturnim ustanovama, turističkom zajednicom i drugim organizacijama uključenim u turizam, knjižnica uspješno može nadopuniti i obogatiti njihov kulturnoturistički sadržaj i pokazati se kao relevantan izvor informacija o zavičaju.

Povezanost knjižnica i turizma može se postići isticanjem informacijske funkcije zavičajne zbirke koja „uz dobru informacijsku podršku daje knjižnici široke mogućnosti za pružanje usmenih i pismenih informacija o različitim temama iz zavičaja, ali i za organiziranje različitih promidžbenih aktivnosti“⁵⁸, čime podcrtava i njezin kulturni značaj.

Izlaganje građe zavičajne zbirke putem izložbi, predavanja, književnih susreta, predstavljanja djela značajnih za lokalnu kulturu, predstava potiče se interes publike i popularizira fond. U Preporukama za ustroj zavičajne zbirke predlažu se neke od tema koje bi mogle biti predmet izlaganja, poput obljetnica povijesnih osoba ili suvremenika značajnih za kulturni, znanstveni ili društveni život zavičaja ili lokalnih udruga, ustanova i organizacija, godišnjice važnih događaja iz različitih područja života u zavičaju, obilježavanje suvremenih

⁵⁷Pejić, I. Zavičajna zbirka kao jedan od oblika djelovanja knjižničara u društvenoj zajednici. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 34, 1-2(1996). Str. 113.

⁵⁸Preporuke za ustroj zavičajne zbirke u narodnim knjižnicama i drugim knjižnicama (ustanovama) koje prikupljaju knjižničnu zavičajnu građu. Hrvatsko knjižničarsko društvo. Dostupno na: <http://www.hkdrustvo.hr/clanovi/Preporuke.pdf> [citirano 22.11.2016.]

događaja, nove akvizicije i posebnosti jedinica knjižnične zavičajne građe (ex libris, marginalije, uvezi i sl.)⁵⁹, dok se za Vuković-Mottl zavičaj može promovirati kroz manifestacije posvećene rodnom kraju uz prigodan program, predavanja o zavičaju iz povijesti, geografije, etnografije, kulture itd., te književne večeri uz sudjelovanje književnika iz zavičaja.⁶⁰

Inovativnost i originalnost u osmišljavanju događanja važni su za izazivanje željene pozornosti i privlačenja korisnika u knjižnicu. U organiziranje manifestacija poput izložbi treba uložiti puno truda i vremena te traži od knjižničara vještinu u odabiru i rasporedu građe, često treba sročiti i tekst uz građu, vizualno oblikovati prostor izložbe i tehnički urediti i njezin katalog, a da se ne naruši njezina sustavnost i doradenost.⁶¹ Zasigurno će pomno planirano te sadržajno i vizualno privlačno izlaganje odjeknuti u zajednici kao kulturno vrijedno događanje. Ipak treba imati na umu da niti jedna manifestacija, pa tako ni ona u organizaciji knjižnice, neće postići svoju svrhu bez dobre promidžbe i suradnje s drugim kulturnim institucijama, s turističkom zajednicom, odgojno-obrazovnim institucijama ili drugim ustanovama, udrugama i pojedincima iz okruženja ili suradnjom s medijima.⁶² Tada će ona izaći iz okvira lokalnog zanimanja te će pronaći svoj put i prema široj, turističkoj publici. Knjižnice bi trebale iskoristiti i mogućnosti manifestacija na nacionalnoj razini poput Mjeseca hrvatske knjige ili Noći knjige te drugih datuma značajnih za knjižnicu, i općenito kulturu, kada su upravo one u središtu pozornosti te tu pažnju iskoristiti u promociji zavičajne zbirke, ali i ostatka fonda. Jelinčić i Zović zaključuju: „Izložbe u knjižnici, ovisno o koncepciji, mogu biti dinamični i privlačni programi za sve dobne strukture korisnika. Redefiniranjem uvriježenih elemenata standardnih izložaba i orijentacijom na posjetitelje kroz različite metode i tehnike približava se posjetiteljima kultura i mogućnost kreativnog samoizražavanja. Organizacija izložaba kao i drugih raznovrsnih događaja i manifestacija jedna je od mogućnosti knjižnice u participaciji kulturnog turizma, čiji se učinci ne mjere ekonomskim učinkom, već kulturnim učincima.“⁶³

⁵⁹Isto.

⁶⁰Vuković-Mottl, S. Zavičajna zbirka. // Bjelovarski učitelj: časopis za odgoj i obrazovanje 7, 2-3 (1998). Str.16.

⁶¹Pejić, I. Zavičajna zbirka kao jedan od oblika djelovanja knjižničara u društvenoj zajednici. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 34, 1-2(1996). Str. 115.

⁶²Tošić-Grlač, S. Uloga zavičajne zbirke u promociji lokalne zajednice. // Hrvatski znanstveno-stručni skup o menadžmentu u turizmu 1, 1(2010), str. 307-314. Dostupno i na: <http://hrcak.srce.hr/55005> [citirano 22.11.2016.]

⁶³Jelinčić, D. A., Zović, I. “Knjižnice u turizmu: Shhhh, quiet please! Nein, herzlich willkommen! Si accomodi!”. // Liburna: međunarodni znanstveni časopis za kulturu, turizam i komuniciranje 1,1(2012). Str. 40. Dostupno i na: <http://hrcak.srce.hr/118643> [citirano 22.11.2016.]

5.2. Nakladništvo

Nakladnička djelatnost narodne knjižnice također je još jedan od oblika promocije zavičajnog fonda. Tematske ili osobne bibliografije, zavičajne monografije, bilteni prinova, razni vodiči samo su neki od oblika predstavljanja zavičajne građe koji se mogu upotrijebiti u jačanju turističke ponude knjižnica. Nakladništvo je dodatni izvor informacija za sve one koji dolaze u neki kraj, a monografije ili lokalne novine koje opisuju njegovu prošlost i sadašnjost ili pak mrežno dostupna digitalizirana zavičajna građa izvrstan su način promocije knjižničnih resursa koji turistima i svima zainteresiranima pružaju uvid u kulturnu povijest mjesta prije samog dolaska.⁶⁴

Nakladnička djelatnost knjižnice može se prema vrsti građe podijeliti na:

- sitni tisak, što uključuje bibliografije, kataloge izložbi, biltene prinova,
- pretiske,
- monografske publikacije i
- digitaliziranu građu.⁶⁵

Izdavanje pretiska vrijednih i rijetkih jedinica fonda ili zavičajnih monografija, najčešće kvalitetnih i vizualno bogato opremljenih izdanja, također pridonose raznolikosti i obogaćivanju kulturnoturističke ponude jer se dostupnošću takve građe, posudbom ili kupnjom, pruža uvid u kulturnopovijesni aspekt mjesta, nude informacije, a i takav proizvod predstavlja vrijedan suvenir koji turisti mogu ponijeti sa sobom.

Pretiscima starih razglednica, karata ili kalendara također se obogaćuje suvenirska ponuda knjižnice.⁶⁶

Zavičajna zbirka pružanjem raznovrsnih izvora daje veliki doprinos i za objavljivanje monografija, fotomonografija, likovnih monografija, spomenica, kulturno-povijesnih i povijesno-turističkih vodiča koji obrađuju razne zavičajne teme u suradnji s drugim srodnim ustanovama⁶⁷, dok bi turističke zajednice i druge institucije i organizacije vezane uz turizam trebale iskoristiti mogućnosti koje narodne knjižnice nude bogatstvom zavičajnih tema za uređivanje svojih turističkih brošura, vodiča i drugih promotivnih materijala.

⁶⁴Biščan, F. Obogaćivanje zavičajne zbirke kroz nakladništvo. // Zavičajne zbirke u narodnim knjižnicama: zbornik radova. / 7. savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj / uredila Jelica Leščić. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2011. Str. 275.

⁶⁵Isto, str. 270.

⁶⁶Preporuke za ustroj zavičajne zbirke u narodnim knjižnicama i drugim knjižnicama (ustanovama) koje prikupljaju knjižničnu zavičajnu građu. Hrvatsko knjižničarsko društvo. Dostupno na: <http://www.hkdrustvo.hr/clanovi/Preporuke.pdf> [citirano 23.11.2016.]

⁶⁷Isto.

Digitalizacija zavičajne građe i omogućavanje pristupa digitalnom gradivu putem mreže ili u prostoru knjižnice sjajan je način promoviranja zavičaja, njegove kulturne i povijesne baštine i drugih aspekata života lokalne zajednice na lokalnoj, nacionalnoj i globalnoj razini. Očuvanje od oštećivanja i uništavanja i osiguranje dostupnosti većem broju korisnika zaštićene zavičajne građe primarni su motivi njezine digitalizacije, no od toga prednost imaju svi oni uključeni u lokalni turizam jer njome narodne knjižnice šire svoje granice i osvježavaju kulturnu ponudu.

5.3. Digitalizacija i novi mediji

Knjižnice su odavno prevladale ulogu samo posudbenih centara. Danas one moraju biti suvremena središta u kojima će se moderna tehnologija, otvorenost prema promjenama, novim oblicima rada, pružanja usluga i oblikovanja zbirke ispreplitati s tradicionalnom ulogom knjižnica. Digitalizacija i novi digitalni mediji nameću se kao relativno nov i nezaobilazan dio u promociji knjižnice te se izgradnjom kvalitetnih i vrijednih digitalnih zbirki „unaprjeđuje znanstveno-istraživački rad te na kreativan način predstavlja zbirke vrijedne građe i širem krugu korisnika, ne isključujući pri tome stvaranje novog proizvoda i ponude.“⁶⁸

Narodne knjižnice digitalizacijom zavičajne građe prenose sve aspekte života lokalne zajednice u raznim povijesnim razdobljima van lokalnih granica i predstavljaju kulturnu baštinu svojega kraja globalno umreženoj zajednici. S aspekta kulturnog turizma, digitalizacija zavičajne zbirke predstavlja još jedan oblik promocije zavičajne kulturne baštine, ali pruža i mogućnost izgradnje digitalnog repozitorija zavičaja s otvorenim pristupom u čijem bi stvaranju mogle bi sudjelovati sve institucije kulture, zajedno s turističkom zajednicom. Repozitorij sa sadržajno različitom građom na mreži pružao bi mogućnost prezentiranja zavičaja u svim njegovim segmentima⁶⁹, što bi zasigurno potaknulo na posjet samoj turističkoj destinaciji.

⁶⁸Seiter-Šverko, D. Digitalizacija kulturne baštine: mogućnosti promocije. // Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova / 2. međunarodni stručni skup Knjižnica: središte znanja i zabave, Karlovac, 14. i 15. rujna 2006. / urednik Nada Eleta. Karlovac : Gradska knjižnica "Ivan Goran Kovačić", 2007. Str. 27.

⁶⁹Tošić-Grlač, S. Uloga zavičajne zbirke u promociji lokalne zajednice. // Hrvatski znanstveno-stručni skup o menadžmentu u turizmu 1, 1(2010), str. 307-314. Dostupno i na: <http://hrcak.srce.hr/55005> [citirano 24.11.2016.]

Definirajući digitalnu zbirku kao turistički proizvod, Seiter-Šverko ju promatra kao priču, na čemu se i temelji turistička ponuda, koja mora biti uključena u marketinšku strategiju i turističkih agencija i ustanova u kulturi i regije, lokalne zajednice, države.⁷⁰

Budući da zavičajna zbirka ima nemjerljiv značaj u očuvanju kulturnih i povijesnih vrijednosti nekog kraja, potpora digitalizaciji lokalne kulturne baštine važna je i nužna za njezinu turističku promidžbu, ali i za očuvanje kulturnog identiteta zajednice uopće.

Budući da je internet danas najvažniji komunikacijski medij, nužno je da narodna knjižnica bude prisutna i u virtualnom prostoru. Mrežne stranice knjižnice omogućavaju brz, jasan i stalan pristup informacijama i uslugama i približavaju ih velikom broju posjetitelja, stoga knjižnice trebaju iskoristiti potencijal mrežnih stranica i u svojem turističkom razvoju. One mogu promovirati sebe i lokalnu sredinu postavljanjem na stranice digitaliziranu građu zavičajne zbirke, dok brojni interaktivni sadržaji svojom tematikom mogu biti namijenjeni turistima: virtualne šetnje, video i audiozapisi o kulturnim ustanovama, interaktivne mape grada i sl.⁷¹ Interaktivni sadržaji koji se bave zavičajem doprinose poboljšanju kulturnoturističke slike mjesta te tako knjižnice idu ukorak s potrebama i željama tehnološki usmjerenih korisnika i osuvremenjuju svoje usluge.

Knjižnica razinu svojih usluga u turizmu može podići korištenjem prednosti društvenih mreža u svojem poslovanju. Društvene mreže poput Twittera, Facebooka, YouTubea, Instagrama, razni blogovi i portali imaju velik utjecaj na svoje korisnike i potiču komunikaciju na globalnoj razini. Prisutnošću knjižnica na nekoj od tih društvenih platformi neizravno stupaju u interakciju sa svojim postojećim, ali i potencijalnim korisnicima. Na taj se način posjetitelji društvenih stranica knjižnice mogu upoznati i s bogatstvom lokalne baštine koje knjižnica nudi u obliku svojih tradicionalnih i digitalnih zbirki te ih potaknuti, uz virtualno, i na fizičko putovanje turističkoj destinaciji i posjet samoj knjižnici.⁷²

⁷⁰Seiter-Šverko, D. Digitalizacija kulturne baštine: mogućnosti promocije. // Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova / 2. međunarodni stručni skup Knjižnica: središte znanja i zabave, Karlovac, 14. i 15. rujna 2006. / urednik Nada Eleta. Karlovac : Gradska knjižnica "Ivan Goran Kovačić", 2007. Str. 30.

⁷¹Jelinčić, D. A., Zović, I. "Knjižnice u turizmu: Shhhh, Quiet please! Nein, herzlich willkommen! Si accomodi". // Liburna: međunarodni znanstveni časopis za kulturu, turizam i komuniciranje 1,1(2012). Str. 45. Dostupno i na: <http://hrcak.srce.hr/118643> [citirano 25.11.2016.]

⁷²Kamani, P. The Role of Museums in Cultural and Heritage Tourism for Sustainable Economy in Developing Countries, kolovoz 2013. Dostupno na: http://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/statements_and_news/Reading_Corner/Cultural_and_Heritage_Tourism.pdf [citirano 25.11.2016.]

5.4. Suradnja s kulturnim ustanovama i ostalim institucijama u turizmu

Uspješno razvijanje i plasiranje kulturnoturističkih proizvoda ovisi prvenstveno o umreženosti i suradnji kulturnog sektora s turističkim. Njegovanje partnerskih odnosa i dobra komunikacija među svim akterima uključenih u kreiranje turističke ponude nužni su da bi se stvorila jedinstvena i turistima privlačna priča. Da bi i narodne knjižnice zauzele istaknutu poziciju u stvaranju turističkog identiteta mjesta važno je da se pozicioniraju kao nezaobilazan i važan sudionik turističkih kretanja. One moraju iz pasivnog promatrača postati ravnopravni „igrači“, a tome će prvenstveno pridonijeti veća vidljivost knjižnice u zajednici, suradnja s kulturnim ustanovama, turističkom zajednicom i ostalim sudionicima u turizmu, dok se poseban naglasak trebati staviti i na promidžbu i marketing kako bi se ti ciljevi mogli i ostvariti. Knjižnice trebaju stvoriti percepciju sebe kao važnog informacijskog središta bez čije bi pomoći i angažiranosti teško bilo stvoriti kvalitetan i potpun plan lokalnog turizma.

Zajedničke aktivnosti kulturnih i turističkih institucija obuhvaćaju razvoj kulturnoturističkih proizvoda, razvijanje tema i priča koje će pomoći u interpretaciji povijesnih i kulturnih lokaliteta, kvalitetna prezentacija, profesionalno promoviranje kulturnoturističkih proizvoda, praćenje plasiranja kulturnoturističkog proizvoda promotivnim aktivnostima u svrhu stvaranja imidža destinacije, koordiniranje zajedničkog marketinga kulturnoturističkih proizvoda, zajedničko planiranje, ugovaranje, promidžba, knjižnice kao turističke destinacije, suradnja s poglavarstvom, turističkom zajednicom, župnim uredom, hotelima i pojedincima.⁷³

Svaka akcija u turizmu usmjerena je prema korisničkom zadovoljstvu, stoga je potrebno povezivanje kulturnih i turističkih resursa kako bi se ostvarili zacrtani ciljevi. Niti jedan kulturnoturistički segment ne može biti u potpunosti učinkovit samostalnim djelovanjem, pa tako i knjižnice trebaju dobru poslovnu suradnju s turističkom zajednicom, hotelima, muzejima, udrugama iskoristiti za promidžbu bogate zavičajne baštine i ostatka fonda, najavu događanja u knjižnici, kao i ostalih knjižničnih usluga, odnosno svega što može pridonijeti razvoju mjesnog turizma. Prema Pintarić „djelatnost knjižnica mora biti prepoznatljiva i daleko izvan prostora knjižnice, mora se osjećati na svakom mjestu i u svakom trenutku.“⁷⁴

⁷³Pintarić, V. Gradske knjižnice u turističkoj ponudi: magistarski znanstveni rad. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2009. Str. 189.

⁷⁴Isto, str. 188.

5.5. Marketing i ljudski potencijali

IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice marketing tumače kao „prokušan i pouzdan sustavan pristup koji se zasniva na oblikovanju usluge ili proizvoda u skladu s korisničkim potrebama ili željama, a čiji je cilj zadovoljstvo korisnika, te je mnogo više od oglašavanja, prodaje, uvjeravanja ili promidžbe.“⁷⁵ U kulturnome turizmu jedan od načina postizanja konkurentnosti jest jačanje izvornosti, autohtonosti, stvaranjem prepoznatljive marke destinacije koja u sebi sadrži obećanje novoga, nepoznatog i drugačijeg, odnosno razvijanje marketinga destinacije. Ulaganjem u marketing doprinijelo bi se promoviranju prepoznatljivosti i jedinstvenosti destinacije na koju utječe prisutnost kulturnih događanja.⁷⁶

„Za uspješnu implementaciju strategije marketinga kulturnog turizma važno je oblikovati takvu organizacijsku kulturu čiji temelj je orijentacija na gosta, njegove sadašnje, ali i buduće potrebe i želje. Tu organizacijsku kulturu trebaju podržati svi zaposleni. Glavna odgovornost je na onima koji planiraju i oblikuju marketinšku strategiju, upravljaju marketingom tijekom čitavog procesa. (...) Dakle, učinkovito marketinško upravljanje kulturnim resursima kreće od poticanja interesa raznovrsnim oblicima promidžbe do stimuliranja one promidžbe koja se pokazuje najdjelotvornijom u nastojanjima stvaranja zadovoljstva posjetom destinaciji.“⁷⁷

Marketing u knjižnicama nije usmjeren na financijsku dobit, već zadovoljenje korisničkih potreba opskrbljujući ih informacijama ili uslugama, a u kontekstu kulturnog turizma predstavljanje knjižničnih proizvoda na turističkom tržištu neizostavan je i važan marketinški korak ka pozicioniranju knjižnice kao važnog turističkog partnera i postizanju uočljivosti u zajednici. Isticanjem informacijske i kulturne uloge knjižnice u turizmu rezultat će povećanjem interesa gostiju za knjižnicu i naglasiti njezin kulturnoturistički potencijal. Stoga je važno da knjižnice izgrade dobar marketinški plan i strategiju njegova ostvarivanja.

Predstavljanje javnosti knjižničnog fonda, naročito njezine zavičajne zbirke, programa i usluga raznim sredstvima usmene, pisane ili elektroničke komunikacije ključno je za lokalni turizam, ono utječe na stvaranje pozitivne slike knjižnice, privlači pažnju i uspješno

⁷⁵IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice / uredile Christie Koontz i Barbara Gubbin. 2. hrv. izd.(prema 2. izmijenjenom izd. izvornika). Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011. Str. 98.

⁷⁶Dadić, M. Istraživanje kulturnog turizma: kontekst, metode, koncepti. Split: Redak, 2014. Str. 171.

⁷⁷Demonja, D., Gredičak, T. Uloga marketinga u razvoju kulturnog turizma u Hrvatskoj. // Podravina: časopis za multidisciplinarna istraživanja, 13, 25(2014). Str.125. Dostupno i na: <http://hrcak.srce.hr/126339> [citirano 28.11.2016.]

komunicira s onima kojima su knjižnični kulturnoturistički proizvodi namijenjeni, domaćim i stranim gostima te pripadnicima lokalne zajednice.

Kao mogući problem u provođenju marketinga knjižnice ističe se nedovoljno poznavanje marketinških tehnika među knjižničnim osobljem, na čijem se znanju i sposobnostima temelji kulturnoturistička ponuda.⁷⁸ Stručno znanje knjižničara na visokoj je razini, no knjižnični kadar potrebno je i marketinški obrazovati kako bi unaprijedili svoje kompetencije i ravnopravno se uključili u stvaranje imidža knjižnice kao dijela turističke priče mjesta. Sabolović-Krajina predlaže upoznavanje s marketingom na fakultetskoj razini, uz seminare i radionice za one koji se s marketingom kao predmetom nisu susreli u redovnom knjižničarskom obrazovanju uz osvještavanje domaćih iskustava iz marketinške prakse i upoznavanje s iskustvima iz onih zemalja koje imaju dugotrajnu tradiciju primjene marketinga u zadovoljavanju korisničkih potreba.⁷⁹ Bovero u svom izlaganju na temu povezivanja kulture i turizma u okruženju novih informacijsko-komunikacijskih tehnologija ističe potrebu da knjižničari i drugi informacijski stručnjaci razviju specifične vještine i znanja poput komunikacijskih vještina, marketinških alata, upravljanje projektima, alate planiranja, upravljanje promjenama, upravljanje ljudskim potencijalima, upravljanje financijskim resursima, vještine timskog rada i rada s ustanovama poput arhiva i muzeja.⁸⁰

Imati samo dobar kulturnoturistički proizvod, a ne znati kako ga ponuditi ciljanoj publici neće ostvariti željeni rezultat, a dobar marketinški plan pomoći će pretvaranju knjižničnih resursa kulturne baštine u turistima primamljiv i zanimljiv sadržaj.

⁷⁸Jelinčić, D. A., Zović, I. "Knjižnice u turizmu: Shhhh, Quiet please! Nein, herzlich willkommen! Si accomodi". // *Liburna: međunarodni znanstveni časopis za kulturu, turizam i komuniciranje* 1,1(2012). Str. 45. Dostupno i na: <http://hrcak.srce.hr/118643> [citirano 28.11.2016.]

⁷⁹Sabolović-Krajina, D. Odnosi s javnošću: izazov knjižničarskoj struci. // *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 34, 1-2(1996). Str. 101.

⁸⁰Bovero, E. Cultural tourism and libraries. New learning needs for information professionals, 14.7.2009. // *World library and information congress, 75th IFLA general conference and council*. Str. 11. Dostupno na: <http://www.ifla.org/past-wlic/2009/192-bovero-en.pdf> [citirano 28.11.2016.]

6. Neki primjeri uključenosti narodnih knjižnica u kulturni turizam

Ovo poglavlje prikazat će kako su se neke hrvatske narodne knjižnice uključile u turističku ponudu grada ili mjesta u kojem djeluju. Pri traganju za informacijama pretraživane su mrežne stranice hrvatskih narodnih knjižnica i druge internetske izvore, ali pokazalo se da su informacije na internetu dosta oskudne ili ih nema, odnosno da se na mrežnim stranicama onih knjižnica koje ih imaju mogu u arhivi događanja pronaći vijesti koje uglavnom govore o održanim izložbama, programima, predavanjima i radionicama tijekom ljetnog turističkog perioda, ali koje također možemo shvatiti kao dio ponude namijenjene turistima, iako su prvenstveno namijenjeni lokalnom pučanstvu. Mnoge knjižnice na svojim mrežnim stranicama nude digitaliziranu građu svojih zavičajnih zbirki ili nude izdanja knjižnice, a kao nedostatak može se navesti nedostupnost stranica na stranim jezicima što otežava pristup informacijama posjetiteljima iz drugih govornih područja. Neke turističke zajednice nude informacije o narodnoj knjižnici na svojim mrežnim stranicama što pokazuje da su ih prepoznali kao turistički gradski punkt.

Uz internet, informacije o ulozi narodnim knjižnica u turizmu uglavnom sam pronalazila u literaturi korištenoj za pisanje ovog rada, zborniku radova Knjižnice u turističkoj ponudi s 2. međunarodnog stručnog skupa u Karlovcu iz 2006. godine te zborniku radova Hrvatske narodne knjižnice u svjetlu IFLA-inih smjernica, prvog savjetovanja za narodne knjižnice održanog u Splitu 2003. godine. Ovi zbornici propituju teme odnosa knjižnica i turizma, a neki od radova oslanjaju se i na konkretne primjere sudjelovanja knjižnica u turističkoj ponudi.

Hrvatska knjižnica i čitaonica Sali na Dugom otoku uspješan je primjer uključenosti male mjesne knjižnice u sveukupan društveni, pa tako i turistički život svoje zajednice. Knjižnica djeluje poput dnevnog boravka za svoje stanovnike u koji su dobrodošli turisti, a brojnošću sadržaja i raznovrsnošću građe centar je zbivanja u Salima tijekom cijele godine. Cjelokupnom ugođaju pridonosi i atraktivno uređen ambijent s udobnim foteljama i kaučima te u ljetnim mjesecima predstavlja pravu atrakciju za turiste. Građom na engleskom, njemačkom, talijanskom i slovenskom jeziku nastoje privući što veći broj stranih korisnika te je potpora i pokretač brojnih programa, događanja i manifestacija – glazbenih koncerata, filmskih i kazališnih predstava, dramskih, astronomskih radionica, škole klavira, kuhanja, informatike, tradicionalne večeri pečenja palačinki ljeti, niza tematskih večeri i brojnih drugih sadržaja. Zahvaljujući svojem entuzijazmu i posvećenosti zajednici, to su prepoznali i njezini

gosti pa se knjižnica može pohvaliti članovima iz 105 domaćih i svjetskih gradova i mjesta među kojima su i brojna poznata svjetska lica.⁸¹

Još jedna otočna knjižnica važan je kulturni subjekt u svom mjestu. Radi se o Općinskoj knjižnici „Hrvatska čitaonica“ u Bolu na Braču. Ona je organizator i suorganizator gotovo svih kulturnih događanja u Bolu, a osobito se ponosi organiziranjem manifestacije *Bolsko lito*, najvažnije kulturne manifestacije koja obuhvaća sedamdesetak glazbenih, scenskih i likovnih programa. Knjižnica izrađuje cjelokupni program i promidžbene materijale i čuva cjelokupnu arhivu manifestacije. U suradnji s Etnografskim muzejom u Splitu također je sudjelovala u rekonstrukciji narodne bračke nošnje i revitalizaciji starih bračkih plesova, kao i osnivanju folklorne družine Krejonca što je uvelike obogatilo turističku ponudu otoka i spasilo od zaborava vrijednu tradicijsku baštinu.⁸²

Gradska knjižnica i čitaonica Pula 2003. godine bila je pokrenula projekt Multimedijalne čitaonice, ogranka koji je djelovao do 2004. godine, a jedan dio čitaonice bio je namijenjen turistima koji su ondje mogli dobiti informacije o Puli, Istri, kulturnim događanjima uz pristup internetu, a danas te informacije mogu dobiti u Središnjoj knjižnici. Turistima je dostupan i tisak i druga građa na stranim jezicima te imaju pristup internetu. Kao zanimljivost ističe se činjenica da je i autobusno stajalište gradskog prijevoza nazvan prema Gradskoj knjižnici, a put do Knjižnice obilježen je prigodnim putokazom.⁸³

Gradska knjižnica Zadar također je važan dio turističke ponude grada. Ona ostvaruje svoju informacijsku ulogu nudeći turistima informacije o Zadru i okolici, upućuje ih na kulturnu baštinu kraja, prirodne ljepote kraja poput nacionalnih parkova i parkova prirode, predstavljaju posjetiteljima Knjižnicu. Brojna građa u Knjižnici Zadar prilagođena je i turistima nudeći velik broj časopisa i drugu literaturu na stranim jezicima, turističke vodiče i karte, zbirke CD-a i DVD-a o Zadru, zadarskom arhipelagu, nautičkom turizmu i turističke brošure. Turisti imaju i pristup internetu. Knjižnica organizira i razne tematske izložbe, a u svom najdugovječnijem i najstarijem programu *Morske orgulje*, tribini posvećenoj morskim

⁸¹Hrvatska knjižnica i čitaonica Sali. Knjiznica.hr. Dostupno na: <http://www.knjiznica.hr/knjiznice/?id=315> [citirano 29.11.2016.]

⁸²Općinska knjižnica „Hrvatska čitaonica“ Bol. Knjiznica.hr. Dostupno na: <http://www.knjiznica.hr/bol> [citirano 29.11.2016.]

⁸³Načinović, N. Istarske knjižnice u turističkoj ponudi. // Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova / 2. međunarodni stručni skup Knjižnica: središte znanja i zabave, Karlovac, 14. i 15. rujna 2006. / urednik Nada Eleta. Karlovac : Gradska knjižnica "Ivan Goran Kovačić", 2007. Str. 16.

temama, ugodili su brojne poznate goste.⁸⁴ Organizator je i književne manifestacije *Zadar čita, Festival dječjih klapa, Festival stripa u Knjižnici* te niza programa i aktivnosti za djecu. Jedan od novih projekta je i *Zadar Time Machine*. „Cilj pilot-projekta Zadar Time Machine je pomoć pri korištenju literature iz raznih povijesnih razdoblja. Današnji autori zavičajnih naslova iz povijesti, povijesti umjetnosti navode današnja imena ulica, ali i dalje je neizbježno korištenje literatura iz ranijih epoha kada su se ulice zvale drugačije (Petricioli, Klaić, Suić, Brunelli...). Pilot projekt prikazuje povijesne slojeve Zadra na maps.google.com i predstavlja svojevrsnu šetnju kroz njegovu povijest, prikazujući trenutni sloj (Hrvatska) i prethodne slojeve. Stoga ovaj pilot-projekt može pomoći u razumijevanju nekadašnjih naziva ulica kao "bivša ulica M. Oreškovića". Prvenstveno je namijenjen učenicima, studentima povijesti umjetnosti, povijesti, geografije i književnosti, ali i turističkim vodičima i drugima koji se bave interpretacijom baštine. Radi lakšeg snalaženja u lokalnim govornim toponimima dobar je predložak kojeg može koristiti javna uprava, građanstvo, novodoseljeni stanovnici i posjetitelji Zadra.“⁸⁵

Ovo su samo neki, ali zasigurno ne i jedini primjeri knjižnica koje su se uključile u kulturnoturističku ponudu svojih mjesta te ih zasigurno ima mnogo više, no pružaju dobar uvid u načine na koji knjižnica može postati svjetla točka lokalnog turizma i kulturnoturističko središte svoje zajednice.

⁸⁴Kamber-Kontić, D., Masar, M. Mjesto Gradske knjižnice Zadar u turističkoj ponudi Grada. // Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova / 2. međunarodni stručni skup Knjižnica: središte znanja i zabave, Karlovac, 14. i 15. rujna 2006. / urednik Nada Eleta. Karlovac : Gradska knjižnica "Ivan Goran Kovačić", 2007. Str. 36.

⁸⁵Plan i program rada za 2016. godinu. Gradska knjižnica Zadar. Str. 13. Dostupno na: http://www.gkzd.hr/sites/default/files/Plan%20i%20program%20gkzd%202016_scan.pdf [citirano 29.11.2016.]

7. Uključenost narodnih knjižnica Republike Hrvatske i njihovih zavičajnih zbirki u turizam lokalne zajednice

Istraživački dio diplomskog rada Uloga zavičajnih zbirki narodnih knjižnica u lokalnoj turističkoj ponudi bavi se prisutnošću hrvatskih narodnih knjižnica i njihovih zavičajnih zbirki u lokalnoj turističkoj ponudi. Cilj istraživanja je utvrditi koliko su i na koji način hrvatske narodne knjižnice sa svojim zbirkama i programima uključene u domaći turizam, s naglaskom na zavičajne zbirke i njihovu iskorištenost kao turistički potencijal i interes turista za informacijama o kulturnoj baštini pohranjenoj u knjižnicama. Istraživanje bi trebalo potaknuti knjižnice diljem zemlje da blaga pisane povijesti i svjedočanstva o životu zajednice u kojoj knjižnica djeluje iskoriste za promoviranje vrijednosti knjižničnih zavičajnih zbirki među domaćim stanovništvom i posjetiteljima, da prepoznaju njihove mogućnosti za turistički razvoj mjesta, ali i da se, slijedeći primjer i iskustva drugih, što veći broj knjižnica uključi u osmišljavanje lokalnih turističkih sadržaja.

7.1. Narodne knjižnice koje su sudjelovale u istraživanju

Uzorak istraživanja čine 33 narodne knjižnice Republike Hrvatske (Prilog 1.). U istraživanje se uključilo 18 knjižnica iz primorske regije Republike Hrvatske te 15 knjižnica koje prema geografskom položaju pripadaju kontinentalnoj Hrvatskoj, što će zasigurno doprinijeti potpunijoj slici o iskorištenosti zavičajnih zbirki u svrhu turizma.

Istraživanje na temu uključenosti narodnih knjižnica i njihovih zavičajnih zbirki u lokalnu turističku ponudu provedeno je metodom anketiranja. Prema podacima dostupnima na Portalu narodnih knjižnica (www.knjiznica.hr), anketa je poslana na adrese internetske pošte narodnih knjižnica diljem Republike Hrvatske, sveukupno na adrese 113 knjižnica. Tijekom razdoblja od dva tjedna, od 5. do 19. prosinca 2016., zaprimljene su 33 ispunjene ankete.

7.2. Metode i instrumenti istraživanja

Anketni upitnik (Prilog 2.) sastoji se od 25 pitanja različitog tipa, s time da se prvo pitanje odnosi na naziv knjižnice koja sudjeluje u istraživanju. U anketu su uključena pitanja s

moogućnošću jednostrukog odgovora, ukupno 13 takvih pitanja, zatim 3 pitanja s mogućnošću višestrukog odgovora i 8 pitanja otvorenog tipa te se nadovezuju na pitanja s višestrukim odgovorom. Naime, u takvim pitanjima knjižnicama je dana mogućnost da nadopune prethodne odgovore i iznesu mišljenje u vezi s predmetom postavljenog pitanja.

Anketni upitnik izrađen je korištenjem Googleova servisa Google Forms.

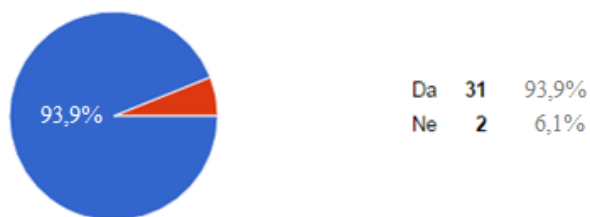
7.3. Cilj istraživanja

Cilj ovog istraživanja jest utvrditi koliku ulogu narodne knjižnice sa svojim zavičajnim zbirkama imaju na kreiranje turističke ponude u svome mjestu, ostvaruju li tu ulogu i na koji način ili su ipak još uvijek u pozadini zbivanja te jesu li knjižnice u lokalnoj sredini i među svojim posjetiteljima prepoznate kao važan i vrijedan izvor informacija o mjesnoj povijesti i sadašnjosti koji može unaprijediti kulturnoturistički život zajednice. Istraživanje bi trebalo potaknuti knjižnice na što veću angažiranost u lokalnim zbivanjima koristeći svoje bogate zavičajne zbirke, proširujući usluge i povezivanjem s ostalim sudionicima turističkih kretanja te da ostale knjižnice inspiriraju i motiviraju na aktivno sudjelovanje i osmišljavanje raznovrsnog kulturnog sadržaja.

7.4. Rezultati istraživanja

Rezultati istraživanja pratit će pitanja postavljena u anketi, osim prvog pitanja o nazivu knjižnice.

Na pitanje *Sudjeluje li Vaša knjižnica u lokalnoj turističkoj ponudi svojim aktivnostima?*, 31 knjižnica ili 93,95% ispitanika odgovorilo je potvrdno, a samo su dvije knjižnice (6,1%) odgovorile niječno.



Grafikon 1. Sudjeluje li Vaša knjižnica u lokalnoj turističkoj ponudi svojim aktivnostima?

U idućem je pitanju postojala mogućnost višestrukog odgovora gdje se pitalo knjižničare na koji način knjižnica sudjeluje u lokalnoj turističkoj ponudi. U najvećem su postotku odgovorili da organiziraju razne kulturne događaje (75,8%), zatim da nude turistima zanimljivu literaturu (72,7%), a 21 knjižnica (63,6%) informira turiste putem brošura, letaka, programa ili usmenim putem.

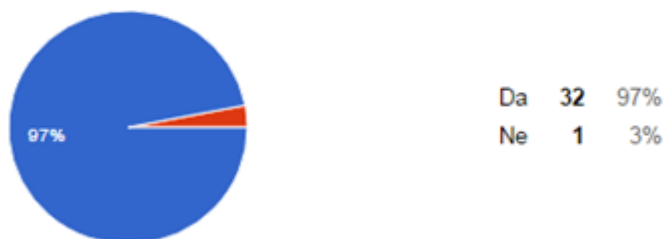


Grafikon 2. Ako da, na koji način to čini?

Iduće je pitanje otvorenog tipa, *Ako na neki drugi način Vaša knjižnica sudjeluje u lokalnom turizmu, molim ukratko opišite.*, gdje je knjižnicama dana mogućnost da opišu na

koji su još način obogatile turističku ponudu mjesta, a koji nisu obuhvaćeni prethodnim odgovorom te se pokazalo da su knjižnice aktivne i prisutne u kulturnom životu mjesta. S jedne strane knjižnice su dodatno obogatile svoju ponudu pa tako izdavačkom djelatnošću nastoje publici približiti ljude i događaje značajne za njihov kraj (Gradska knjižnica Umag izdala je književni itinerar te slikovnicu atraktivnu turistima; Gradska knjižnica Slavonski Brod tiskala je različite knjige vezane uz lokalnu povijest poput Leksikona brodskih pisaca, Brodske športske priče iz davnine), organiziraju prigodne izložbe posvećene zavičaju, održavaju u svojim prostorima koncerte klasične glazbe namijenjene turistima (Dubrovačke knjižnice Dubrovnik), a ističu i samu povijesnu i arhitektonsku vrijednost zgrade knjižnice kao turističku atrakciju (Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek smještena je u secesijsku urbanu vilu s početka 19. stoljeća te i sama predstavlja turističku znamenitost, a na ulazu u zgradu nalaze se biste zavičajnika Jagode Truhelke i Alexandera Roda Rode što dodatno privlači posjetitelje). Knjižnice su se također uključile i u razne gradske manifestacije čime su izašle iz prostora knjižnice i postale dio turističke ponude (Gradska knjižnica Crikvenica – Springfest, BookCrossing projekt, Geocaching projekt, Advent; Gradska knjižnica Krapina – u okviru Ljeta u Krapini u suradnji s TZ Grada Krapine prikazuju igrokaze za djecu i organiziraju dječje radionice; Gradska knjižnica Rijeka – Ri Gastro; Gradska knjižnica Vukovar postavila je na gradskoj plaži kućicu za knjige).

Na iduće pitanje, *Smatrate li da bi Vaša knjižnica trebala biti uključena u lokalnu turističku ponudu*, 32 knjižnice odgovorile su potvrdno, samo jedna knjižnica smatra da ne bi trebala biti uključena u lokalni turizam.

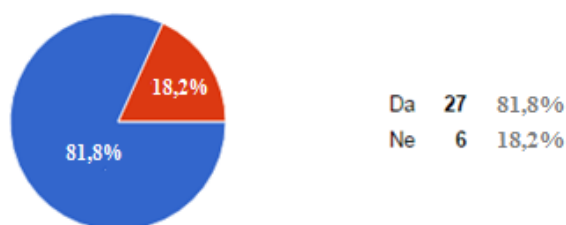


Grafikon 3. Smatrate li da bi Vaša knjižnica trebala biti uključena u lokalnu turističku ponudu?

U idućem su pitanju knjižničari iznijeli svoje mišljenje o tome na koji način bi se knjižnice mogle uključiti u turizam lokalne zajednice. Knjižnice sebe vide kao izvor kulture i

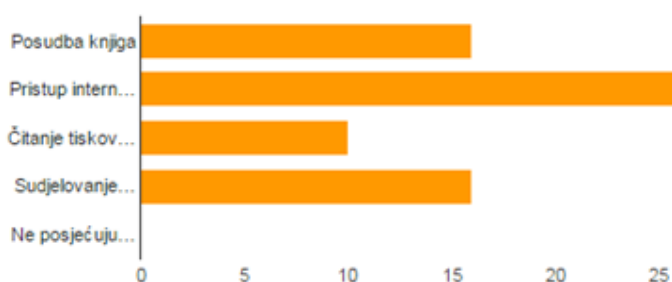
informacija pa većina odgovora odnosi se na organiziranje kulturnih programa i nuđenje informacija o lokalnoj baštini, povijesti i tradiciji. Način na koji bi knjižnice to ostvarivale su različiti, od izdavačke djelatnosti, nuđenje informacija na internetskim stranicama knjižnice ili Facebook stranici, digitalizacijom određene građe, posudbi i prezentaciji građe zavičajne zbirke i slično. Knjižničari ipak naglašavaju kako je potrebna bolja suradnja s turističkom zajednicom s obzirom na to da su knjižnice često na margini njihova interesa pa i izostaje promocija knjižnice s njihove strane.

Iduće pitanje u anketi glasi *Jesu li turisti korisnici Vaše knjižnice?* te je 27 knjižnica ili 81,8% njih odgovorilo potvrdno, dok 6 knjižnica (18,2%) tvrdi da turisti nisu njihovi korisnici.



Grafikon 4. Jesu li turisti korisnici Vaše knjižnice?

Na pitanje *Ako jesu, koji je razlog njihova posjeta knjižnici?*, knjižničarima je dana mogućnost višestrukog odgovora, pa se tako pokazalo da turisti najčešće svraćaju u knjižnicu zbog pristupa internetu (89,7%), zatim zbog posudbe knjiga (55,2%) i sudjelovanja u kulturnim događanjima (55,2%), a najmanje zbog čitanja tiskovina (34,5%).



Posudba knjiga	16	55,2%
Pristup internetu	26	89,7%
Čitanje tiskovina	10	34,5%
Sudjelovanje u kulturnim događanjima (izložbe, književni susreti...)	16	55,2%
Ne posjećuju knjižnicu	0	0%

Grafikon 5. Ako jesu, koji je razlog njihova posjeta knjižnici?

U idućem pitanju otvorenog tipa, *Ako postoji neki drugi razlog posjeta turista Vašoj knjižnici, molim navedite.*, najčešći odgovor je bio turistički obilazak knjižnice, prisustvovanje kulturnim zbivanjima (koncerti, književne manifestacije, BookCrossing), što se potvrdilo i u prethodnom pitanju, ili pak traganje za informacijama o drugim kulturnim ustanovama i zbivanjima u gradu.

Na pitanje *Posjeduje li Vaša knjižnica zavičajnu zbirku?* sve anketirane knjižnice odgovorile su potvrdno.



Grafikon 6. Posjeduje li Vaša knjižnica zavičajnu zbirku?

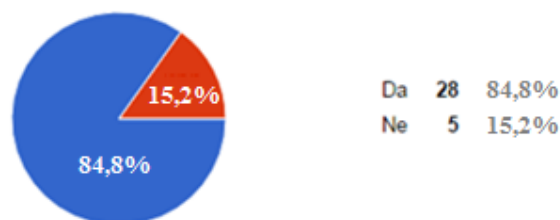
U idućem pitanju, *Nastoji li Vaša knjižnica promovirati svoju zavičajnu zbirku u lokalnoj zajednici kao turističku atrakciju,* odgovori su podijeljeni te je 17 knjižnica (51,5%) odgovorilo potvrdno, a 16 knjižnica (48,5%) niječno.



Grafikon 7. Nastoji li Vaša knjižnica promovirati svoju zavičajnu zbirku u lokalnoj zajednici kao turističku atrakciju?

Iduće je pitanje otvorenog tipa, *Ako da, na koji način to čini?*, te su knjižničari ponudili različite odgovore na pitanje o promoviranju zavičajne zbirke. Knjižnice najčešće prezentiraju svoje zavičajne zbirke putem tematskih izložbi u svojim prostorima, a ističe se i digitalizacija zavičajne građe koju zatim knjižnice nude posjetiteljima na pregled na svojim internetskim stranicama (Gradska knjižnica Slavonski Brod prezentira digitalni Zavičajni repozitorij uz izradu i nakladništvo biltena, kazala i knjiga temom vezanih uz zavičaj; Gradska knjižnica Rijeka – izgradnja i razvijanje digitalne zbirke SVEVID u kojoj su digitalizirana djela o povijesti Rijeke, stara periodika i stare razglednice; Gradska knjižnica i čitaonica Hvar – digitalizirane razglednice). Knjižnice se također bave i izdavačkom djelatnošću, organizacijom raznih programa i manifestacija čiji je predmet interesa zavičaj, a nude i informativne letke putem kojih korisnike informiraju o zavičajnoj zbirci.

Na pitanje *Ima li Vaša knjižnica mrežnu stranicu?* 28 knjižnica (84,8%) odgovorilo je da posjeduje, dok njih 5 (15,2%) ne posjeduje mrežnu stranicu.



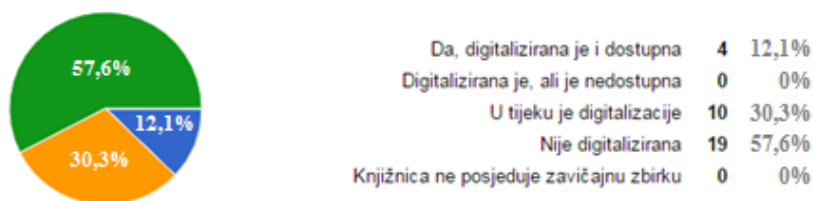
Grafikon 8. Ima li Vaša knjižnica mrežnu stranicu?

Na pitanje *Ako ima, nudi li na svojim stranicama informacije o lokalnoj baštini?* 17 knjižnica (51,5%) odgovorilo je da nudi informacije o lokalnoj baštini, dok 16 knjižnica (48,5%) ne nudi.



Grafikon 9. Ako ima, nudi li na svojim stranicama informacije o lokalnoj baštini?

Na pitanje o digitalizaciji zavičajne zbirke, *Je li zavičajna zbirka Vaše knjižnice digitalizirana i dostupna korisnicima?*, 19 knjižnica (57,6%) odgovorilo je da nije digitalizirana, 10 knjižnica (30,3%) odgovorilo je da je u tijeku digitalizacije, a 4 knjižnice (12,1%) odgovorile su da su njihove zavičajne zbirke digitalizirane i dostupne.



Grafikon 10. Je li zavičajna zbirka Vaše knjižnice digitalizirana i dostupna korisnicima?

Na iduće pitanje, *Dobiva li Vaša knjižnica od turista upite vezane uz zavičajnu zbirku?*, 23 knjižnica (69,7%) odgovorilo je potvrdno, a 10 knjižnica (30,3%) niječno.



Grafikon 11. Dobiva li Vaša knjižnica od turista upite vezane uz zavičajnu zbirku?

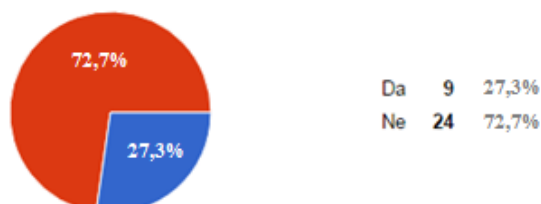
U idućem se pitanju tražio razlog upita turista, *Ako da, iz kojeg razloga?*, te je najčešći razlog interesa turista za zavičajnu zbirku upoznavanje lokalne povijesti i kulture (87,5%), zatim slijede potrebe znanstvenog istraživanja (62,5%) te traženje informacija o obiteljskim korijenima (54,2%).



Grafikon 12. Ako da, iz kojeg razloga?

Samo je jedan odgovor stigao na sljedeće pitanje u kojem se tražilo od knjižničara da navedu neki drugi razlog upita ako postoji, *Ako postoji neki drugi razlog, molim navedite.*, onaj Gradske knjižnice Vukovar. U njemu se navodi da interes za zavičajnom zbirkom nije nužno turistički, već da je nekoliko stranaca vrlo intenzivno koristilo njihovu zavičajnu građu radi znanstvenih potreba, ali da njihov boravak nije bio turističke prirode.

Na pitanje o zadovoljstvu iskazanim interesom turista za zavičajnom zbirkom, *Je li Vaša knjižnica zadovoljna iskazanim interesom turista za zavičajnom zbirkom i njezinom iskorištenošću u turističke svrhe?*, samo 9 knjižnica (27,3%) odgovorilo je potvrdno, dok je većina anketiranih knjižnica, njih 24 (72,7%) nezadovoljno iskazanim interesom.



Grafikon 13. Je li Vaša knjižnica zadovoljna iskazanim interesom turista za zavičajnom zbirkom i njezinom iskorištenošću u turističke svrhe?

U vezi s prethodnim pitanjem, sljedećim pitanjem u anketi koje glasi *Smatrate li da bi Vaša zavičajna zbirka trebala biti više iskorištena u turističke svrhe?* 23 knjižnice (69,7%) potvrdile su da bi zavičajna zbirka trebala biti bolje iskorištena u turističke svrhe, dok je niječno odgovorilo 10 knjižnica (30,3%).

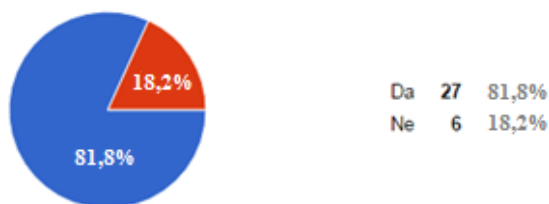


Grafikon 14. Smatrate li da bi zavičajna zbirka Vaše knjižnice trebala biti više iskorištena u turističke svrhe?

U pitanju otvorenog tipa, *Ako da, na koji način?*, zajednički nazivnik svih odgovora jest valoriziranje knjižničnih sadržaja od strane lokalnih i državnih vlasti uz financijsku potporu, stvaranje prepoznatljivog imidža u zajednici uključivanjem u turističku ponudu organiziranjem stalnih knjižničnih aktivnosti vezanih uz promociju mjesta (predavanja,

izložbe, predstave, digitalizacija zavičajnog sadržaja...), suradnja s turističkom zajednicom koja bi u svoje materijale uvrstila i knjižnice kao turističke točke i izvor korisnih sadržaja i informacija, a nekolicina knjižnica naglašava i potrebu za prikladnim prostorom za smještaj i korištenje zavičajne zbirke što bi onda pridonijelo i njezinoj iskoristivosti u turističke svrhe. U jednom od odgovora ističe se i važnost korištenja zavičajne građe od strane turističkih djelatnika koji su u prvom i neposrednom dodiru s turistima koji im tako mogu posredovati pouzdane obavijesti.

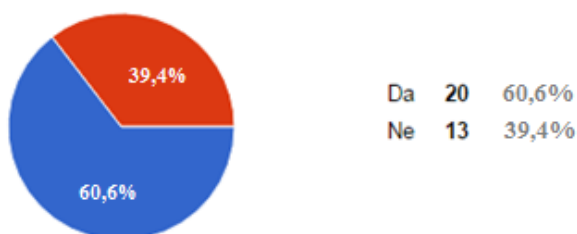
Na pitanje *Suraduje li Vaša knjižnica s ostalim kulturnim institucijama i drugim ustanovama uključenim u turizam (turistička zajednica, grad/općina, hotelijeri, privatni iznajmljivači i sl.)?* 27 knjižnica (81,8%) potvrdilo je suradnju, dok 6 knjižnica (18,2%) tvrdi da ne suraduje.



Grafikon 15. Suraduje li Vaša knjižnica s ostalim kulturnim institucijama i drugim ustanovama uključenim u turizam (turistička zajednica, grad/općina, hotelijeri, privatni iznajmljivači i sl.)?

Na pitanje *Ako suraduje, navedite na koji način to čini.*, knjižnice su ponudile vrlo slične odgovore. Prvenstveno se ta suradnja ostvaruje s turističkim zajednicama zajedničkim organiziranjem i/ili sudjelovanjem u kulturnim zbivanjima, suradnjom u obliku distribucije promotivnih materijala i objavom novosti na internetskim stranicama, upućivanjem turista u knjižnicu, preporukama o smještaju, ustupanja knjižničnih prostora za predavanja i radionice.

Iduće pitanje odnosi se na zadovoljstvo spomenutom suradnjom, *Ako da, je li Vaša knjižnica zadovoljna tom suradnjom?*, 20 knjižnica (60,6%) izrazilo je zadovoljstvo suradnjom, dok je 13 knjižnica (39,4%) nezadovoljno.



Grafikon 16. Ako da, je li Vaša knjižnica zadovoljna tom suradnjom?

U zadnjem anketnom pitanju otvorenog tipa, *Molim, ukratko obrazložite.*, knjižničari su ukratko objasnili razloge svog zadovoljstva, odnosno nezadovoljstva. Većina knjižnica kao izvor nezadovoljstva ističe nedovoljnu zastupljenost knjižnica u kulturnoturističkoj ponudi, odnosno „ignoriranje“ knjižnica kao potencijalnog turističkog partnera pa se stoga i slabo promoviraju događanja u organizaciji kulturnih ustanova. To također podrazumijeva i nedovoljna ulaganja u programski rad knjižnice i neprepoznavanje knjižničnih potencijala. Knjižničari ističu da je potrebna veća suradnja svih sudionika, od lokalnih vlasti, turističkih ureda, kulturnih ustanova te drugih institucija kako bi se ostvario kulturnoturistički napredak. Dio knjižnica ipak ističe zadovoljstvo postignutom suradnjom, premda je ona često skromnih dosega. Ona ipak postoji pa su knjižnice važan dio mjesne turističke ponude tako da se programi koje one priređuju u suradnji s muzejima, školama, turističkom zajednicom, raznim udrugama ističu kao turistički doživljaj. To sve pridonosi pozicioniranju knjižnice kao važnog čimbenika kulturne ponude u svojem mjestu.

7.5. Zaključak istraživanja

Prema provedenom istraživanju narodne knjižnice sve se više uključuju u turističku ponudu mjesta što je potvrdilo preko 90% knjižnica koje su sudjelovale u anketiranju. Knjižnice ulažu brojne napore kako bi zauzele istaknuto mjesto u zajednici pa raznim

kulturnim aktivnostima, uključivanjem u lokalne manifestacije, proširivanjem svojih usluga nastoje obogatiti mjesnu kulturnu ponudu te smatraju da je to nužno kako bi se one razvijale i postale prepoznatljiva i prva destinacija kojoj će posjetitelji gravitirati u potrazi za sadržajima koji će zadovoljiti njihove kulturne potrebe. Ipak, anketirane knjižnice također ističu kako bi suradnja s ostalim institucijama u turizmu trebala biti bolja, trebalo bi ju osnažiti, intenzivirati i ukazati na potencijale knjižnice u lokalnom turizmu. Turisti u velikom postotku posjećuju knjižnice tragajući za različitim informacijama što pokazuje kako je nužno da knjižnice budu uključene u kreiranje kulturnoturističke ponude i da ih se uvaži kao ravnopravnog partnera.

Zavičajne zbirke narodnih knjižnica nose veliku kulturnopovijesnu vrijednost budući da predstavljaju i čuvaju identitet neke zajednice i izvor su zanimljivih činjenica koje mogu činiti bazu turističkog proizvoda, ali samo polovica anketiranih knjižnica (51,5%) promovira svoju zavičajnu zbirku kao turističku atrakciju. U vrlo su malom postotku (12,1%, odnosno 4 od 33 knjižnica) njihove zavičajne zbirke digitalizirane i dostupne korisnicima za pregledavanje, a samo polovica knjižnica koje imaju mrežnu stranicu nudi na njoj i informacije o lokalnoj baštini. Trebalo bi poticati knjižnice da što više svoje zavičajne zbirke digitaliziraju i promiču kao turistima privlačan turistički proizvod. Sadržaji vezani uz zavičaj prezentirani na mrežnim stranicama knjižnice ili nekoj od popularnih društvenih mreža često su prvi dodir turista s lokalnom kulturnom baštinom mjesta koje namjeravaju posjetiti ili predstavljaju poticaj za posjet, a knjižnice polazišna točka traganja za željenim informacijama, ali i faktor privlačnosti neke destinacije.

Iako turisti pokazuju zanimanje za sadržajem zavičajnih zbirki, nezadovoljstvo iskazanim interesom ipak je prisutno među knjižničarima te prevladava mišljenje da bi one trebale biti više iskorištene u turističke svrhe. Knjižničari vide prednosti i potencijale koji se kriju među knjižničnom građom, ali sa strane turističke uključenosti te prednosti nisu dovoljno prepoznate i upotrijebljene za razvoj kulturnoturističkog imidža destinacije. Osnivači knjižnica, turističke zajednice i ostali subjekti uključeni u kreiranje turističke ponude još uvijek ne podupiru dovoljno knjižnične inicijative, potrebna je veća financijska potpora kao i prikladniji prostori za pohranu zavičajne građe. Knjižnice su zasigurno mjesta koja sadržajima koje nude mogu parirati i nadopuniti postojeće turističke programe, ali je nužna potpora zajednice. Iako velik broj knjižnica (81,8%) ostvaruje neki oblik suradnje s drugim ustanovama i organizacijama u turizmu, isto tako velik broj njih nije u potpunosti njome zadovoljno te bi ju trebalo intenzivirati na obostrano zadovoljstvo i radi uspješnog ostvarenja zacrtanih ciljeva.

Knjižnice polako, ali sigurno pronalaze svoje mjesto na turističkoj karti Hrvatske, važno je da se one potiču da razvijaju svoju kulturnu ponudu, službe i usluge, educiraju i motiviraju zaposlenike, ali i da ih drugi uvažavaju kao partnere koji može na kvalitetan, zanimljiv i suvremen način doprinijeti razvoju lokalnog turizma.

8. Zaključak

Narodne knjižnice sa svojim zavičajnim zbirkama mogu značajno doprinijeti razvoju i obogaćivanju turističke slike mjesta. Građa zavičajne zbirke posjeduje veliku materijalnu vrijednost, ali što je i važnije, od neprocjenjive su duhovne vrijednosti jer čuvaju od nestanka povijesno i kulturno nasljeđe određene sredine. Atraktivnost njezina sadržaja vrlo se uspješno može uklopiti u lokalnu turističku priču i time se turistima željnim upoznavanja domaće kulture na kvalitetan način može zadovoljiti njihove potrebe i želje. Iako se knjižnice sve više trude da se na razne načine uključe u društveni život zajednice proširujući paletu svojih usluga, pa tako i onih turističkih, čime izgrađuju imidž svestranih i modernih informacijskih i kulturnih centara, još uvijek nisu iskoristile u potpunosti svoje potencijale. To se onda ogleda i u suradnji s drugim institucijama u turizmu koje još uvijek ne doživljavaju knjižnice kao moguće partnere i podršku koji im mogu pružiti korisne informacije i pomoći u razvoju kulturnih sadržaja.

Sudjelovanjem u oblikovanju kulturnih atrakcija temeljenih na autentičnosti i jedinstvenosti određenog kraja pohranjenih u zavičajnim zbirkama, knjižnice mogu i trebaju istaknuti sebe kao neizostavnog dijela u kreiranju turističke slike mjesta i popularizirati svoju djelatnost u zajednici.

Istraživanje na ovu temu pokazalo je kako narodne knjižnice razvijaju i promiču raznovrsne usluge i programe koji obogaćuju društveni život, privlače domaće i strane turiste u knjižnicu, prezentiraju svoje zavičajne zbirke na razne načine, ali nezadovoljstvo koje je prisutno u određenom postotku među knjižničnim osobljem govori da još uvijek postoji prostora za napredak, a neprepoznavanje mogućnosti knjižnica u turizmu, njihovo nedovoljno financiranje, premala zastupljenost u turističkim promidžbenim materijalima i drugim oblicima promocije neki su od glavnih razloga nezadovoljstva.

Važno je uspostaviti suradničku mrežu u zajednici, međusobno podupiranje i uvažavanje ideja kulturnog i turističkog segmenta da bi se ostvarili zacrtani ciljevi, a knjižnice bi se u tom procesu trebale istaknuti nizom službi i usluga te kvalitetnim kadrom koji će unaprijediti postojeće stanje lokalnog turizma.

Literatura

1. Bišćan, F. Obogaćivanje zavičajne zbirke kroz nakladništvo. // Zavičajne zbirke u narodnim knjižnicama: zbornik radova. / 7. savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj / uredila Jelica Leščić. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2011.
2. Bovero, E. Cultural tourism and libraries. New learning needs for information professionals, 14.7.2009. // World library and information congress, 75th IFLA general conference and council. Dostupno na: <http://www.ifla.org/past-wlic/2009/192-bovero-en.pdf>
3. Dadić, M. Istraživanje kulturnog turizma: kontekst, metode, koncepti. Split: Redak, 2014.
4. Demonja, D., Gredičak, T. Uloga marketinga u razvoju kulturnog turizma u Hrvatskoj. // Podravina: časopis za multidisciplinarna istraživanja, 13, 25 (2014), 112-128. Dostupno i na: <http://hrcak.srce.hr/126339>
5. Dujmović, M. Tourism, culture, cultural tourism. // Cultural tourism and destination impacts / ed. by Jasmina Gržinić, Ksenija Vodeb. Pula : Juraj Dobrila University of Pula, 2015.
6. Eleta, N. I turisti kao korisnici knjižničnih usluga. // Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova / 2. međunarodni stručni skup Knjižnica: središte znanja i zabave, Karlovac, 14. i 15. rujna 2006. / urednik Nada Eleta. Karlovac : Gradska knjižnica "Ivan Goran Kovačić", 2007.
7. Gill, P. Putovi u budućnost : IFLA-ine i UNESCO-ove smjernice za narodne knjižnice. // Hrvatske narodne knjižnice u svjetlu IFLA-inih smjernica : zbornik radova / Prvo savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj, Split, 2.-3. lipnja 2003. / urednice Tihana Pavičić, Jadranka Slobodanac. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica, 2004.
8. Grković, S. Turizam i kultura: Što je to „kulturni turizam“?! // Turistička medicina i zdravstveni turizam5, 17(2000), 3-6.
9. Hrvatska knjižnica i čitaonica Sali. Knjiznica.hr. Dostupno na: <http://www.knjiznica.hr/knjiznice/?id=315>
10. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice / uredile Christie Koontz i Barbara Gubbin. 2. hrv. izd. (prema 2. izmijenjenom izd. izvornika). Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011.

11. Jelinčić, D. A., Zović, I. "Knjižnice u turizmu: Shhhh, Quiet please! Nein, herzlich willkommen! Si accomodi!". // *Liburna: međunarodni znanstveni časopis za kulturu, turizam i komuniciranje* 1,1 (2012), 37-47. Dostupno i na: <http://hrcak.srce.hr/118643>
12. Kamani, P. *The Role of Museums in Cultural and Heritage Tourism for Sustainable Economy in Developing Countries*, kolovoz 2013. Dostupno na: http://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/statements_and_news/Reading_Corner/Cultural_and_Heritage_Tourism.pdf
13. Kamber-Kontić, D., Masar, M. *Mjesto Gradske knjižnice Zadar u turističkoj ponudi Grada*. // *Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova / 2. međunarodni stručni skup Knjižnica: središte znanja i zabave, Karlovac, 14. i 15. rujna 2006.* / urednik Nada Eleta. Karlovac : Gradska knjižnica "Ivan Goran Kovačić", 2007.
14. *Manifest za narodne knjižnice*. Dostupno na: http://dzs.ffzg.unizg.hr/text/UNESCOv_manifest_za_narodne_knjiznice.htm
15. Načinović, N. *Istarske knjižnice u turističkoj ponudi*. // *Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova / 2. međunarodni stručni skup Knjižnica: središte znanja i zabave, Karlovac, 14. i 15. rujna 2006.* / urednik Nada Eleta. Karlovac : Gradska knjižnica "Ivan Goran Kovačić", 2007.
16. *Niche*. // *Oxford Dictionaries*. Mrežno izd. Oxford: Oxford University Press, 2016. Dostupno na: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/niche>
17. *Općinska knjižnica „Hrvatska čitaonica“ Bol.* *Knjiznica.hr*. Dostupno na: <http://www.knjiznica.hr/bol>
18. Pejić, I. *Zavičajna zbirka kao jedan od oblika djelovanja knjižničara u društvenoj zajednici*. // *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 34, 1-2(1996), 111-117.
19. Pejić, I. *Zavičajna zbirka u kontekstu novih društvenih promjena*. // *Bjelovarski učitelj: časopis za odgoj i obrazovanje*, 7, 2-3 (1998), 6-9.
20. Pintarić, V. *Gradske knjižnice u turističkoj ponudi: magistarski znanstveni rad*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2009.
21. *Plan i program rada za 2016. godinu*. Gradska knjižnica Zadar. Dostupno na: http://www.gkzd.hr/sites/default/files/Plan%20i%20program%20gkzd%202016_scan.pdf
22. *Preporuke za ustroj zavičajne zbirke u narodnim knjižnicama i drugim knjižnicama (ustanovama) koje prikupljaju knjižničnu zavičajnu građu*. Hrvatsko knjižničarsko društvo. Dostupno na: <http://www.hkdrustvo.hr/clanovi/Preporuke.pdf>

23. Rudan, E. Menadžment u funkciji razvoja kulturnog turizma destinacije: doktorska disertacija. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2011.
24. Sabolović-Krajina, D. Odnosi s javnošću: izazov knjižničarskoj struci. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 34, 1-2(1996), 99-102.
25. Sabolović-Krajina, D., Janeš-Žulj, M., Šabarić, A. Potencijali narodnih knjižnica u promociji kontinentalnog kulturnog turizma: primjer Koprivničko-križevačke županije. // Hrvatske narodne knjižnice u svjetlu IFLA-inih smjernica : zbornik radova / Prvo savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj, Split, 2.-3. lipnja 2003. / urednice Tihana Pavičić, Jadranka Slobodanac. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica, 2004.
26. Seiter-Šverko, D. Digitalizacija kulturne baštine: mogućnosti promocije. // Knjižnice u turističkoj ponudi: zbornik radova / 2. međunarodni stručni skup Knjižnica: središte znanja i zabave, Karlovac, 14. i 15. rujna 2006. / urednik Nada Eleta. Karlovac : Gradska knjižnica "Ivan Goran Kovačić", 2007.
27. Standardi za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj. Narodne novine. Dostupno na: <http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/270810.html>
28. Tadić, K. Rad u knjižnici. Opatija: Naklada Benja, 1994.
29. Tokić, K. Uloga knjižnica u hrvatskom turizmu: doktorski rad. Zagreb: Filozofski fakultet, 2015.
30. Tomljenović, R., Boranić Živoder, S. Akcijski plan razvoja kulturnog turizma: radni materijal. Zagreb: Institut za turizam, 2015. Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/150629_askijski_kulturni-turizam.pdf
31. Tošić-Grlač, S. Uloga zavičajne zbirke u promociji lokalne zajednice. // Hrvatski znanstveno-stručni skup o menadžmentu u turizmu1, 1(2010), 307-314. Dostupno i na: <http://hrcak.srce.hr/55005>
32. Tošić Grlač, S., Hebrang Grgić, I. Zavičajne zbirke u hrvatskim narodnim knjižnicama. // Zavičajne zbirke u narodnim knjižnicama: zbornik radova. / 7. savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj / uredila Jelica Leščić. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2011.
33. UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Dostupno na: http://dzs.ffzg.unizg.hr/text/UNESCOv_manifest_za_narodne_knjiznice.htm

34. Vrtiprah, V. Kulturni resursi kao činitelji turističke ponude u 21. stoljeću. // *Ekonomski misao i praksa*, 2(2006), 279-296. Dostupno i na: <http://hrcak.srce.hr/10683>
35. Vuković-Mottl, S. Zavičajna zbirka. // *Bjelovarski učitelj: časopis za odgoj i obrazovanje* 7, 2-3(1998), 10-16.
36. Whitman, J. R. Libraries and Tourism. UNESCO.org. Dostupno na: http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=13678&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
37. Zadel, Z. Uloga kulturnog turizma u jačanju konkurentske prednosti turističke destinacije: doktorska disertacija. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2011.
38. Zakon o knjižnicama. Zakon: pročišćeni tekstovi zakona. Dostupno na: <http://www.zakon.hr/z/745/Zakon-o-knji%C5%BEnicama>
39. Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara. Zakon: pročišćeni tekstovi zakona. Dostupno na: <http://www.zakon.hr/z/340/Zakon-o-za%C5%A1titi-i-o%C4%8Duvanju-kulturnih-dobara>

Prilozi

Prilog 1. Popis narodnih knjižnica koje su sudjelovale u istraživanju

1. Gradska knjižnica Crikvenica
2. Gradska knjižnica Pag
3. Gradska knjižnica Marka Marulića Split
4. Gradska knjižnica i čitaonica Ivana Belostenca Ozalj
5. Gradska knjižnica „Ivan Goran Kovačić“ Karlovac
6. Gradska knjižnica Umag/ Biblioteca Civica Umago
7. Gradska knjižnica Biograd na Moru
8. Narodna knjižnica Virje
9. Gradska knjižnica Beli Manastir
10. Narodna knjižnica i čitaonica Tisno
11. Narodna knjižnica „Hrvatski skup“ Pučišća
12. Gradska knjižnica i čitaonica Đakovo
13. Narodna knjižnica u Dugopolju
14. Narodna knjižnica i čitaonica Vlado Gotovac Sisak
15. Gradska knjižnica Solin
16. Gradska knjižnica Samobor
17. Narodna knjižnica Ploče
18. Gradska knjižnica Sveti Ivan Zelina
19. Gradska knjižnica Krapina
20. Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek
21. Gradska knjižnica Zadar
22. Gradska knjižnica Slavonski Brod
23. Narodna knjižnica Grad, Dubrovačke knjižnice Dubrovnik
24. Gradska knjižnica i čitaonica „Viktor Car Emin“ Opatija
25. Gradska knjižnica Samobor
26. Gradska knjižnica i čitaonica Virovitica
27. Narodna knjižnica i čitaonica Bribir
28. Narodna knjižnica i čitaonica Murter

- 29. Gradska knjižnica Rijeka
- 30. Pučko otvoreno učilište Buje – podružnica Gradska knjižnica Buje
- 31. Gradska knjižnica Velika Gorica
- 32. Gradska knjižnica i čitaonica Hvar
- 33. Gradska knjižnica Vukovar

Prilog 2. Anketni upitnik

1. Naziv knjižnice

2. Sudjeluje li Vaša knjižnica u lokalnoj turističkoj ponudi svojim aktivnostima?

- a) da
- b) ne

3. Ako sudjeluje, na koji način to čini:

- a) organiziranje raznih kulturnih događanja
- b) nudi literaturu zanimljivu turistima (knjige vezane uz povijest mjesta, turizam i sl.)
- c) informira turiste o kulturnim događanjima (knjižničari, brošure, letci, programi...)
- d) uopće ne sudjeluje

4. Ako na neki drugi način Vaša knjižnica sudjeluje u lokalnom turizmu, molim ukratko opišite.

5. Smatrate li da bi Vaša knjižnica trebala biti uključena u lokalnu turističku ponudu?

- a) da
- b) ne

6. Ako da, na koji način?

7. Jesu li turisti korisnici Vaše knjižnice?

- a) da
- b) ne

8. Koji je razlog njihova posjeta knjižnici?

- a) posudba knjiga
- b) pristup internetu

- c) čitanje tiskovina
- d) sudjelovanje u kulturnim događanjima (izložbe, književni susreti...)
- e) ne posjećuju knjižnicu

9. Ako postoji neki drugi razlog posjeta turista Vašoj knjižnici, molim navedite.

10. Posjeduje li Vaša knjižnica zavičajnu zbirku?

- a) da
- b) ne

11. Nastoji li Vaša knjižnica promovirati svoju zavičajnu zbirku u lokalnoj zajednici kao turističku atrakciju?

- a) da
- b) ne

12. Ako da, na koji način to čini?

13. Ima li Vaša knjižnica internetsku stranicu?

- a) da
- b) ne

14. Ako ima, nudi li na svojim stranicama informacije o lokalnoj baštini?

- a) da
- b) ne

15. Je li zavičajna zbirka Vaše knjižnice digitalizirana i dostupna korisnicima?

- a) da, digitalizirana je i dostupna
- b) digitalizirana je, ali je nedostupna
- c) u tijeku je digitalizacije
- d) nije digitalizirana
- e) knjižnica ne posjeduje zavičajnu zbirku

16. Dobiva li Vaša knjižnica od turista upite vezane uz zavičajnu zbirku?

- a) da
- b) ne

17. Ako da, iz kojeg razloga?

- a) upoznavanje lokalne povijesti, kulture i slično
- b) radi potreba znanstvenog istraživanja
- c) traženje informacija o obiteljskim korijenima

18. Ako postoji neki drugi razlog, molim navedite.

19. Je li Vaša knjižnica zadovoljna iskazanim interesom turista za zavičajnom zbirkom i njezinom iskorištenošću u turističke svrhe?

- a) da
- b) ne

20. Smatrate li da bi zavičajna zbirka Vaše knjižnice trebala biti više iskorištena u turističke svrhe?

- a) da
- b) ne

21. Ako da, na koji način?

22. Suraduje li Vaša knjižnica s ostalim kulturnim institucijama i drugim ustanovama uključenim u turizam (turistička zajednica, grad/općina, hotelijeri, privatni iznajmljivači i slično)?

- a) da
- b) ne

23. Ako suraduje, navedite na koji način to čini.

24. Ako suraduje, je li Vaša knjižnica zadovoljna tom suradnjom?

- a) da
- b) ne

25. Molim ukratko obrazložite.

Popis priloga i grafikona

Prilog 1. Popis narodnih knjižnica koje su sudjelovale u istraživanju.....	51
Prilog 2. Anketni upitnik.....	52
Grafikon 1. Sudjeluje li Vaša knjižnica u lokalnoj turističkoj ponudi svojim aktivnostima?	33
Grafikon 2. Ako da, na koji način to čini?	33
Grafikon 3. Smatrate li da bi Vaša knjižnica trebala biti uključena u lokalnu turističku ponudu?	34
Grafikon 4. Jesu li turisti korisnici Vaše knjižnice?.....	35
Grafikon 5. Ako jesu, koji je razlog njihova posjeta knjižnici?	36
Grafikon 6. Posjeduje li Vaša knjižnica zavičajnu zbirku?.....	36
Grafikon 7. Nastoji li Vaša knjižnica promovirati svoju zavičajnu zbirku u lokalnoj zajednici kao turističku atrakciju?	37
Grafikon 8. Ima li Vaša knjižnica mrežnu stranicu?	37
Grafikon 9. Ako ima, nudi li na svojim stranicama informacije o lokalnoj baštini?.....	38
Grafikon 10. Je li zavičajna zbirka Vaše knjižnice digitalizirana i dostupna korisnicima?	38
Grafikon 11. Dobiva li Vaša knjižnica od turista upite vezane uz zavičajnu zbirku?	39
Grafikon 12. Ako da, iz kojeg razloga?.....	39
Grafikon 13. Je li Vaša knjižnica zadovoljna iskazanim interesom turista za zavičajnom zbirkom i njezinom iskorištenošću u turističke svrhe?.....	40
Grafikon 14. Smatrate li da bi zavičajna zbirka Vaše knjižnice trebala biti više iskorištena u turističke svrhe?	40
Grafikon 15. Suraduje li Vaša knjižnica s ostalim kulturnim institucijama i drugim ustanovama uključenim u turizam (turistička zajednica, grad/općina, hotelijeri, privatni iznajmljivači i sl.)?	41
Grafikon 16. Ako da, je li Vaša knjižnica zadovoljna tom suradnjom?	42

Sažetak

Uloga zavičajnih zbirki narodnih knjižnica u lokalnoj turističkoj ponudi

Narodne knjižnice izgradnjom zavičajnih zbirki ispunjavaju zahtjevnu i za društvenu zajednicu važnu funkciju. Prikupljanjem građe koja govori o raznim aspektima života određene društvene sredine narodne knjižnice imaju odgovornost da takvu građu čuvaju, ali i da njezine vrednote prezentiraju javnosti. Jedan od načina kojima knjižnice mogu popularizirati sadržaje zavičajnih zbirki jest taj da postanu dio lokalne turističke priče, da se oblikuju tako da se stvori kvalitetan i zanimljiv kulturnoturistički proizvod koji će zadovoljiti potrebe korisnika za kulturnim sadržajima u turističkoj destinaciji.

Ključne riječi: narodne knjižnice, zavičajne zbirke, kulturni turizam, kulturnoturistički proizvod, lokalna kulturna baština

Summary

The role of public libraries' native collections in the local tourist offer

By forming native collections, public libraries fulfill a demanding and important function for local community and by collecting material that talks about its different aspects of life, public libraries have the responsibility to store and to take care of such matter, but also to present its values to public. One of the ways in which the libraries can popularize the content of native collections is that they make it part of local tourist story, the content should be formed in a way that it makes quality and interesting product of cultural tourism that can satisfy the users' needs for cultural contents in a tourist destination.

Key words: public libraries, native collections, cultural tourism, cultural tourism product, local cultural heritage

Životopis

Martina Juraga rođena je 1985. godine u Rijeci. Srednjoškolsko obrazovanje stekla je u Gimnaziji Eugena Kumičića u Opatiji nakon čega upisuje diplomski studij kroatistike na Filozofskom fakultetu u Rijeci gdje je diplomirala 2010. godine, a 2013. godine upisuje i izvanredni diplomski studij bibliotekarstva na Filozofskom fakultetu u Zagrebu. Nakon stečene diplome profesorice hrvatskog jezika i književnosti godinu dana provela je na stručnom osposobljavanju u Gradskoj knjižnici i čitaonici „Viktor Car Emin“ Opatija gdje se i zapošljava na radnom mjestu knjižničara. Područja profesionalnog interesa su zavičajne zbirke, kao i rad s djecom, mladima i osobama starije životne dobi. Članica je Knjižničarskog društva Rijeka.