

ULOGA NARODNIH KNJIŽNICA U KULTURNOM TURIZMU

**“KNJIŽNICE U TURIZMU: SHHHH, QUIET PLEASE!
NEIN, HERZLICH WILLKOMMEN! SI ACCOMODI!”**

DANIELA ANGELINA JELINČIĆ, doktorica znanosti, viša znanstvena suradnica Instituta za međunarodne odnose u Zagrebu i IRIDES ZOVIĆ, doktorica znanosti, ravnateljica Gradske knjižnice u Poreču

SUMMARY

Cultural tourism is a selective form of tourism that needs to be systematically introduced to certain aspects of the library business and is another example of underutilized potential in creating a cultural tourism policy. This paper presents results of the research, which has been conducted in 2010 in Istria on public libraries of the Istrian County with the aim to detect the state and the level of participation of public libraries in the cultural tourism services. As a response to the detected problems, the paper brings forth suggestions for further development according to which libraries can find their own growth model, while respecting different development levels and the local communities' context. Recommendations for the development of public libraries in cultural tourism are set on the basis of new library system structures, introduction of new services and cultural management. They are harmonised with the local community needs obtained through a demographic survey and analysis of the administrative-territorial structure of the County. The presented model of the County's public library development in cultural tourism can be reflected in developing new contents for digital libraries connected to publicly available catalogues through contents and services of the developed, cooperating consortium of public libraries.

Ključne riječi: kulturni turizam, knjižnice, virtualna kultura, novi modeli upravljanja, Istra

Uvod

Međuzavisnost i višestruka složenost odnosa turizma i kulture istaknuta je problematika u svjetskim razmjerima, no u Hrvatskoj se veći učinci kulturnog turizma tek očekuju pa ni u poslovanju knjižnica nije došlo do sustavnog bavljenja kulturnim turizmom. Narodna knjižnica kao javna ustanova u kulturi po svojoj definiciji predstavlja kulturno, informacijsko i obrazovno središte određene zajednice koje osigurava svim zainteresiranim korisnicima pristup do relevantnih informacija te potencijalno predstavlja jedan od važnih čimbenika u kulturnom turizmu. Ocjena trenutnog stanja i udio istarskih narodnih knjižnica u kulturnom turizmu nije zadovoljavajuća. Poznati primjeri uspješnih knjižnica u implementaciji kulturnog turizma mogu biti poticaj poboljšanju takve situacije. Tako knjižnica u Aleksandriji predstavlja turistički simbol Egipta i u pravom je smislu riječi kulturna i turistička atrakcija s prihodom od ulaznica od oko 1,4 milijuna eura godišnje od kojih su 40-60% inozemne posjete turista. Njen utjecaj vidljiv je i na ukupno turističko poslovanje grada, npr. 2000. popunjenost turističkih kapaciteta iznosila je 64%, a tri godine nakon otvaranja knjižnice bilježi se porast popunjenosti turističkih kapaciteta za 30%.

Kulturni turizam – nova paradigma razvoja

Pod pojmom kulturnog turizma podrazumijevamo vrstu selektivnog turizma gdje su odredišta turističkih posjeta kulturni događaji ili objekti koji predstavljaju spomenički lokalitet određenog područja. Važnost implementacije kulturnog turizma u Hrvatskoj i formalno je potvrđena donošenjem *Strategije razvoja kulturnog turizma* 2003. godine, čime je kulturni turizam istaknut kao jedna od prioritarnih razvojnih inicijativa. Taj dokument međutim navodi da “knjižnice i arhivi primjerice nisu prioritetni kulturni resursi u privlačenju međunarodnoga turističkog tržišta jer su uglavnom usredotočeni na nacionalnu baštinu koja se prezentira nacionalnim jezikom. Međutim njihov je potencijal izuzetno vrijedan na domaćem turističkom tržištu”¹. Potrebno je istaći kako knjižnica ima potencijala i na domaćem i na inozemnom turističkom tržištu što će se u ovom radu aktualizirati. 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.

Uloga i značaj narodne knjižnice u kulturnom turizmu

Prema IFLA2-inim i UNESCO-vim smjernicama knjižnica je kulturno i obavijesno mjesno središte i susretište svim članovima zajednice te je prepoznajemo kao važan čimbenik u promoviranju lokalnih kulturnih resursa te u pružanju informacija i obavijesti putnicima. Turistima često smatramo

1 Jelinčić, D. A., *Abeceda kulturnog turizma*, Meandarmedia, Zagreb 2008, str. 271.

2 Akronim od International Federation of Library Associations and Institutions i sinonim za vodeću međunarodnu udruhu organizacija knjižnica.

prvenstveno strance, podcjenjujući ulogu domaćih turista. Istraživanje provedeno u okviru *Strategije razvoja kulturnog turizma* pokazalo je relativno dobru turističku aktivnost domaćeg gosta te je potvrđena navika posjeta kulturnim atrakcijama tijekom putovanja. Tako se može pretpostaviti da su knjižnice značajan resurs kulturnog turizma.

Njegovanje zavičajne zbirke ima značajnu ulogu: premda služi za proučavanje određenog lokaliteta, njezina je vrijednost u kreiranju i jačanju kulturne pripadnosti građana u lokalnoj zajednici, ali i svih zainteresiranih korisnika za bolje upoznavanje određenog lokaliteta. Zavičajna zbirka je po svojoj formi i sadržaju raznovrstan fond kojemu je temeljna zadaća prikupljanje, obrada, čuvanje i popularizacija građe s teritorija zavičaja. Uvođenjem suvremenih tehnologija i *online*-prezentacijom fondova nastaju novi oblici knjižničnih službi i usluga.

Prema *Strategiji kulturnog razvitka Republike Hrvatske*, 50% turista sudjeluje u kulturnim aktivnostima pa je bitno iskoristiti internet kao sredstvo informiranja i najava kulturnih događanja. Prednost internetske komunikacije je u brzosti, ekonomičnosti i efikasnoj distribuciji informacija širokom krugu posjetitelja kao i mogućnost stalnog obogaćivanja i ispravaka *online*-informacija. *Online*-informacija ostavlja i mogućnost da pripadnici lokalne zajednice kao i turisti bilo gdje u svijetu potraže informacije kada to žele, neovisno od radnog vremena ustanove te vremenskih zona u kojima se nalaze. Stoga je uloga mrežnih stranica knjižnica u kreiranju nove vrste komunikacije neprocjenjiva i predstavlja jedan od najvažnijih potencijala knjižnice u kulturnom turizmu.

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

Sukladno *Strategiji kulturnog razvitka* izrađenoj u okviru projekta *Hrvatska u 21. stoljeću* gdje se knjižnice naziru "kao središta dostupnosti najrazličitijih vrsta informacija"³ digitalizaciju prepoznajemo kao vrijedan resurs u kulturnom turizmu kao način očuvanja i prezentacije kulturne baštine.

Izložbe su, nadalje, jedan od osobitih resursa knjižnica jer posjetiteljima prenose informacije o određenim kulturnim temama. Specifičnošću izložbe kao medija brišu se jezične barijere jer ona izravno komunicira s posjetiteljem. One su poseban oblik sadržaja putem kojih knjižnice mogu ostvariti obrazovnu i promidžbenu ulogu, no nisu dovoljno vrednovane, a ni prisutne u knjižnicama.

U segmentu kulturnog turizma posebno su značajna izlaganja građe zavičajne zbirke, a takvim se aktivnostima u značajnoj mjeri doprinosi valorizaciji lokalne kulturne baštine. To se može postići kroz raznolike programe za javnost poput predavanja, književnih susreta, kroz izložbe, pričanje

3 Hrvatska u 21. stoljeću: strategija kulturnog razvitka. <http://www.hrvatska21.hr/kultura/>. (Posjećeno: 8. 8. 2010.)

priča, izdavačkom djelatnošću djela zanimljivih lokalnoj zajednici i razvijanjem interaktivnih programa o mjesnim temama.

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.

Da bi knjižnične aktivnosti usmjerene prema turističkim korisnicima bile uspješno ostvarene, bitna je i uloga ljudskih resursa. U tom je smislu nužna primjena neprofitnog marketinga kao značajnog modela upravljanja. Cilj upravljanja marketingom u knjižnici je prilagoditi knjižničnu uslugu korisnicima i njihovim potrebama, poštujući temeljnu koncepciju marketinga s korisnikom u središtu interesa. Efikasnost tog procesa izravno ili neizravno utječe na percepciju javnosti. Ukoliko pretpostavimo da postoje uistinu dobri proizvodi u knjižnicama, kao osnovni problem u stvaranju imidža knjižnice nameće se slabo ili nedovoljno poznavanje menadžerskih vještina i znanja. Osnovni potencijali u koncepciji takvog upravljanja su stručni djelatnici čija su znanja i sposobnosti temelji infrastrukture u kulturno-turističkoj ponudi.

Istarske narodne knjižnice

U Istarskoj županiji mreža narodnih knjižnica i njihovih ogranaka kao i opseg određenih usluga i službi nejednako su razvijeni. Mreža narodnih knjižnica Istarske županije živi uglavnom teritorijalno bez koordinacije u poslovanju i osebujnije ponude u kulturnom turizmu. Sustav istarskih narodnih knjižnica⁴ čini 9 knjižnica koje se nalaze u 10 gradova te je velik teritorij Istarske županije bez organizirane knjižnične službe, i to na rjeđe naseljenim i slabo prometno povezanim mjestima s ostatkom Županije.

Mapiranjem stanja knjižničarske mreže u Istri ustanovljeno je da glede prostornih, ljudskih i financijskih resursa većina knjižnica u Istri nije dosegla postavljene standarde kao ni obuhvatom stanovništva u knjižnicama. U svrhu detekcije stanja, službi i usluga narodnih knjižnica Istarske županije u kulturno-turističkoj ponudi proveli smo istraživanje i na temelju rezultata predlažemo nove aktivnosti i smjernice u radu narodnih knjižnica u kulturnom turizmu Županije.

Istraživanje je provedeno u svim narodnim knjižnicama te u turističkim zajednicama gradova u Istri⁵. Krenulo se od pretpostavke da je moguće predložiti model, mjere, smjernice i aktivnosti za upravljanje knjižnicama u kulturnom turizmu u cilju njihova rasta i razvoja. Metodologija istraživanja

4 Prema odredbi Zakona o knjižnicama u Istarskoj županiji bi trebala postojati 41 središnja knjižnica s ograncima, stacionarima i knjižničnim stanicama, a postoji 9 središnjih narodnih knjižnica zajedno s 5 ogranaka i 2 knjižnične stanice koje čine ukupno 16 knjižničnih jedinica.

5 Buje, Buzet, Labin, Novigrad, Pazin, Poreč, Pula, Rovinj, Umag.

obuhvatila je komparativne, deskriptivne i statističke znanstvene metode. Stanje knjižničnih usluga utvrdilo se terenskim istraživanjem, anketnim upitnikom uz analitički pristup okruženju SWOT metodom.

Opsežna ispitivanja i kritička ocjena stanja i udjela u kulturnom turizmu Županije razmatrana su u odnosu na preporuke Standarda za narodne knjižnice⁶ i IFLA-inih smjernica⁷, usporednom analizom rada narodnih knjižnica u razdoblju od 2005. do 2009. godine, evaluacijom virtualnog prostora, opisom društvene i kulturne aktivnosti, istraživanjem mišljenja ravnatelja knjižnica te mišljenja direktora turističkih zajednica u gradovima Istarske županije. U ovom radu predstavljamo neke od rezultata tog istraživanja.

S ciljem mjerenja udjela digitalne kulture u narodnim knjižnicama Istarske županije, odnosno u turističkoj promociji Istre pristupilo se istraživanju virtualnog prostora. Istraživalo se prema definiranim skupinama elemenata⁸ temeljeći se na metodologiji istraživanja Instituta za međunarodne odnose iz Zagreba, *Connecting Croatia*. Istražena su tri ključna elementa: višezjezičnost predstavljenih sadržaja, interaktivni i multimedijalni sadržaji, te *online*-usluge. Od 9 narodnih knjižnica 4 knjižnice posjeduju *web*-poslužitelje, dok se za 1 knjižnicu navodi internetski poslužitelj koji nije dostupan. Rezultati pokazuju sljedeće:

1) Višezjezičnost predstavljenih informacija

Stranice samo na hrvatskom jeziku čine ograničeni prostor za međunarodnu komunikaciju u virtualnom prostoru. S obzirom na to da tek dvije knjižnice od ukupno četiri imaju svoje sadržaje na stranom jeziku, ta je barijera jedna od ključnih teškoća u poticanju međunarodne kulturne komunikacije. Stoga se ne može se govoriti o utjecaju *web*-stranica knjižnica na razvoj šireg turističkog tržišta.

2) Interaktivni i multimedijalni sadržaji

Primjeri interaktivnih sadržaja koji bi poticali komunikaciju kao što su *online*-pozivi za sudjelovanje umjetnika na kulturnim manifestacijama, *online*-prijave za natječaje, virtualni pregledi knjižničnih prostora i sl., ne postoje. Njihova učinkovitost povezana je s višezjezično predstavljenim sadržajima. Kada su interaktivni sadržaji zastupljeni na stranicama knjižnica, manifestiraju se kroz mogućnosti komuniciranja s vizualnim sadržajima. Pretežno su to pretražive baze podataka knjižničnih fondova i fotogalerije kulturno-animacijskih manifestacija. Izuzev rijetkih oblika interaktivnih/multimedijalnih sadržaja, *web*-stranice istarskih narodnih knjižnica posjeduju fotogalerije, poneka glazbenu podlogu ili animaciju dok sadržaji u kulturno-turističkom smislu na *web*-stranicama knjižnica nisu pronađeni. Tako

6 Standardi za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj, Vjesnik bibliotekara Hrvatske, god. 43, br. 3, Hrvatsko knjižničarsko društvo, Zagreb 2000, str. 163-188.

7 Narodna knjižnica, IFLA-ine i UNESCO-ove smjernice za razvoj službi i usluga, Hrvatsko knjižničarsko društvo, Zagreb 2003, str. 37.

8 Prema: Stojanovski, Jadranka, Library web sites : a content analysis. <http://www.ffzg.hr/infoz/lida> (Posjećeno: 03.11, 2011.)

su stranice knjižnica uglavnom statične pa su u informacijama i načinu prezentacije bliske papirnatom oglašavanju.

3) *Online-usluge*

Online-usluge u knjižnicama odnose se na pružanje informacija o samoj knjižničnoj građi ili upućuju korisnika na ostale izvore informacija. Sve knjižnice nude *mail*-adresu kao kontakt za korisnike, a jedna knjižnica nudi *online*-komunikaciju s korisnicima u vidu *online*-časopisa (*newsletter*). Iz analize proizlazi da je glavna karakteristika *online*-usluga marketinška i u tom su smislu *online*-usluge značajne za poticanje kulturnog turizma. *Online*-usluge na internetskim stranicama knjižnica čine: *online*-katalozi, pretraživanje *online*-časopisa, *online*-provjera rezervacije građe, *online*-informacijski upiti poput 'Pitajte knjižničare' te mogućnosti najma knjižničnih prostora.

4) *Analiza turističkog potencijala virtualnih kulturnih resursa*

Web-stranice istraživanih knjižnica ne nude relevantne kulturno-turističke podatke. Istovremeno nisu ni aktualne jer ne sadrže interaktivne mape grada, povezivanje s turističkim sektorom u smislu rezervacije boravka, virtualne šetnje, *web*-kamere ili slične sadržaje orijentirane prema turistima. Premda digitalna kultura na globalnoj razini potiče razvoj međunarodne komunikacije, virtualni resursi narodnih knjižnica sektora ostaju nedovoljno iskorišteni.

U cjelokupnom istraživanju ne dolazimo do mjerljivih podataka kojima bismo mogli pouzdano utvrditi utjecaj digitalne kulture na kulturnu komunikaciju i suradnju. Primarni razlog za to leži u činjenici da je tek 45% knjižnica prisutno na mreži, a od njih tek 50% ima sadržaje na stranom jeziku i dostupno je inozemnim korisnicima. To ne znači da međunarodna komunikacija predstavljenih sadržaja nije moguća i ostvariva, ali većim je dijelom usmjerena na korisnike koji mogu komunicirati sa sadržajima na hrvatskom jeziku. Rezultati analize *web*-stranica knjižnica pokazali su da u županijskom kontekstu ne možemo predstaviti primjer digitalne zajednice koja je u potpunosti umrežena digitalnom infrastrukturom i koja korisnicima pruža integrirane e-servise.

Obilježja kulturnog turizma u istarskim knjižnicama sagledali smo na temelju analize stavova, gledišta, potencijala te udjela narodnih knjižnica u kulturnom turizmu prema mišljenju i pokazateljima dobivenih od ravnatelja knjižnica te direktora turističkih zajednica. Istraživanje je provedeno kvantitativnom metodom, a kao instrument je korišten upitnik⁹ na koji su odgovorili svi ravnatelji narodnih knjižnica i 60% direktora turističkih zajednica. Cilj istraživanja je bio prikupljanje osnovnih informacija o tome kakva je percepcija turističkog sektora i knjižničarske javnosti o ulozi narodnih knjižnica u kulturnom turizmu, identificiranje područja interesa i prikupljanje dodatnih informacija o stanju u kulturnom turizmu u knjižnicama.

9 Anketiranje je provedeno elektroničkim putem, od kolovoza do studenoga 2010. godine.

Komparativna ocjena rezultata istraživanja ravnatelja/voditelja knjižnica i direktora turističkih zajednica potvrdila je niski udjel narodnih knjižnica u kulturnom turizmu. Imidž kao spoznajna slika o ustanovi¹⁰ razlikuje se u percepciji ravnatelja/voditelja knjižnice i direktora turističke zajednice. Dok je svaki ravnatelj/voditelj naveo specifičnost koju procjenjuje dominantnom za prepoznatljivost svoje knjižnice, direktori turističkih zajednica tek u 50% navode prepoznatljivu manifestaciju u organizaciji narodne knjižnice. Tako rezultati potvrđuju generaliziranu sliku o knjižnici kao ustanovi koja u većoj mjeri ne sudjeluje u kulturnom turizmu te stereotipe prema kojima 33% ispitanika nije sigurno da bi knjižnica mogla biti aktivan čimbenik u kreiranju turističkog proizvoda. Pozitivno je iskazana suglasnost o potrebi za snažnijom međusobnom suradnjom.

Osnovni preduvjet za stvaranje imidža (*branding*) je kvaliteta usluge. Veliku ulogu u *brandiranju* knjižnice imaju razvijeni odnosi s članovima, lokalnom zajednicom, udrugama, drugim ustanovama i medijima.

Iz rezultata anketnog istraživanja za ravnatelje/voditelje knjižnica vidljivo je da se za informiranje o kulturnim događajima ne koriste marketinški alati prisutni u profitnim organizacijama već se služe uglavnom tradicionalnim načinima oglašavanja. Kod oglašavanja kulturnih događaja 66% ispitanika služi se kombiniranim načinom u promoviranju svojih informacija, a 56% ispitanika ne koristi internet kao kanal komunikacije. Analiza profila kulturnog turista pokazala je da je većina posjeta kulturnom događaju vezana uz individualne goste koji svoje putovanje organiziraju uglavnom samostalno i rezerviraju ga internetom pa je tim nedostatkom u istarskim knjižnicama onemogućena već početna točka kulturno-turističkog planiranja.

SWOT analizom željelo se istražiti čimbenike koji djeluju na društveno okruženje u narodnim knjižnicama Istarske županije u cilju povećanja udjela ovih ustanova u kulturnom turizmu te premošćivanja strateškog raskoraka između trenutačne i željene pozicije u kulturnom turizmu. Prema rezultatima vidljiva je nedovoljna iskorištenost postojećih resursa što se ne može uvijek opravdati nedostatkom financijskih sredstava. Problemi odgovaraju sličnoj situaciji u poslovanju narodnih knjižnica u cijeloj Hrvatskoj. Kako ih premostiti, predočit će se kroz prijedloge mjera i aktivnosti za valorizaciju narodnih knjižnica u kulturnom turizmu.

Novi ustrojbeni oblici, službe i usluge u mreži knjižnica Istarske županije

Iako narodne knjižnice Županije ne koriste dovoljno prednosti virtualnog prostora, za očekivati je da su dostupne u svojim prostorima nudeći ponudu i očekujući potražnju. Međutim narodne knjižnice Županije nemaju otvorenost u skladu s preporukama Standarda za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj, a ljeti dodatno smanjuju broj sati rada s korisnicima. Obilježje turističkog prometa u Istarskoj županiji je fokusiranost na ljetne mjeseci

¹⁰ Promatrano u ovom kontekstu tu može biti usluga i/ili proizvod.

stoga je za očekivati da je i radno vrijeme knjižnica usklađeno prema tim potrebama. Unatoč tome uvriježena je praksa uvođenja ljetnog radnog vremena pa je uočena vremenska nepristupačnost gotovo svih narodnih knjižnica u Istarskoj županiji i zatvorenost tijekom vikenda. Uzroci takvog stanja su u nedovoljnom broju djelatnika u gotovo svim knjižnicama, no ukoliko ističemo važnost ponude u kulturnom turizmu nužna je, prije svega, prilagodba radnog vremena knjižnica potrebama u turističkom sektoru.

Moguće povećanje posjećenosti kulturnim atrakcijama može se ostvariti i pravovremenim informiranjem turista tijekom njihovog boravka u određenoj turističkoj destinaciji. Upravo u knjižnicama, mjesnim obavjesnim središtima, moguće je razviti informacijsku službu u cilju integriranja informacija zainteresiranim korisnicima srodnih ustanova ili drugih subjekta koje se bave kulturom i upravo knjižnice postaviti kao kulturna-informacijska središta.

Drugi problem na koji zainteresirani turisti i članovi lokalne zajednice mogu naići je pronalaženje same lokacije knjižnice. "Općenito u svijetu u naprednijima zemljama već je krajem 20. st. postalo sasvim normalno da su knjižnice nezaobilazni kulturni prostori u pružanju informacija i kao takve se obilježavaju i ističu putokazima i raznim propagandnim sredstvima"¹¹. U Istri jedino pulska knjižnica ima putokaz na svojim gradskim ulicama, dok za sve druge knjižnice u gradovima nema oznake koja bi posjetitelja upućivala na lokaciju.

Također je potrebno dati više značaja zbirka građe na stranim jezicima i jezicima nacionalne zajednice kao i prijevodima hrvatskih autora na svjetske jezike. U narodnim knjižnicama Županije uobičajena vrsta knjižnične građe su knjige, slikovnice, stripovi i periodika, dok je u znatno manjoj mjeri zastupljena audiovizualna i multimedijaska građa, igračke i društvene igre, muzikalije i računalne igre te poneki digitalni sadržaji zavičajne tematike. Premda svjetska iskustva govore o sve većem značaju i korištenju zvučnih knjiga u svjetskim knjižnicama, u Hrvatskoj je zasad tržište zvučnih knjiga oskudno. Podsjećamo i na nove vrijednosti koje se dobivaju digitalizacijom knjižne i ne-knjižne građe te na sam odabir i valorizaciju zavičajne zbirke koja u segmentu kulturnog turizma predstavlja osobiti resurs u knjižničnim zbirka.

Jedna od posebnih mogućnosti za promociju knjižnica je izložba kao značajan edukativni i kreativni sadržaj i kao takav značajan potencijal kulturnog turizma.

Preduvjet za aktivno uključenje u virtualni prostor je izrada *web*-stranica što se smatra osnovnom preporukom za narodne knjižnice. Razlozi za to su neupitni jer neovisno o veličini knjižnice, broju djelatnika, postojanju i radu knjižnice internet je komunikacijski medij koji mijenja pristup informacijama i omogućava pristup novim uslugama.

11 Buljević, Svetlana, Knjižnice i kulturni turizam, u: Pavičić, T.; Slobodanac, J; (ur.), Hrvatske narodne knjižnice u svjetlu IFLA-inih smjernica, zbornik radova, Nacionalna i sveučilišna knjižnica, Zagreb 2004, str. 95 – 96.

Nalazi istraživanja Instituta za turizam, objavljeni u publikaciji TOMAS 2001, ukazuju da postoji trend povećanja obiteljskih dolaska turista, gdje je gotovo 50% gostiju u pratnji obitelji. Dodatni je to razlog da istaknemo i predložimo aktivno sudjelovanje odjela za djecu i mladež i u ljetnim mjesecima. U knjižnicama Županije u šest je knjižnica oformljen dječji odjel (Pula, Labin, Poreč, Rovinj, Novigrad, Umag). Vodeći računa o iskazanim čitalačkim interesima djece potrebno je planirati ljetne aktivnosti, kako za lokalno stanovništvo tako i za domaće i strane goste: pričanje priča, poticanje likovne pismenosti, igre riječima, glazbene slušaonice, društvene igre i sl. Uvođenjem novih tehnologija i cjelovitih multimedijalnih događanja, s mogućnošću posudbe i korištenja DVD-a, CD-a, didaktičkih igračaka i pomagala, dječje odjele možemo preobraziti u centar kulturnog života djece i obitelji kako lokalnog stanovništva tako i brojnih sezonskih posjetitelja. Pažnju je potrebno usmjeriti i na edukaciju i informiranje rezidentnog stanovništva te njihovu aktivnu kulturnu participaciju.

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

Knjižnica je uz druge srodne ustanove u kulturi financirana uglavnom iz lokalnih proračuna svojih osnivača, u manjem omjeru državnih i županijskih proračuna, a tek 50% narodnih knjižnica Istarske županije u svoje poslovanje uključuje sponzore. Budući da proračunski izvori financiranja postaju sve skromniji, i knjižnice će morati početi ubrzano koristiti druge izvore financiranja gradeći sa svojim partnerima kvalitetan odnos prema zajedničkom interesu – korisnicima ciljne skupine.

Zaključak

Narodne knjižnice i kulturni turizam tema je kojom bi se knjižnice Istarske županije trebale baviti sustavno i kao takvu ugraditi je u svoje razvojne strategije. Knjižnica još nije našla svoje mjesto u kulturnom turizmu iako posjeduje nemjerljive potencijale koje treba početi iskorištavati i adekvatno valorizirati. Knjižničnu distinkciju prije svega vidimo kao mogućnost usklađenja različitih dimenzija kulture u sredini gdje će se na jednom mjestu objediniti materijalne, simboličke i ljudske vrijednosti. Kulturni turizam knjižnica treba promišljati kao svojevrsnu prekretnicu nove razvojne orijentacije turizma u kojima može utvrditi svoje potencijale, pravce i metode rada.

Evaluacija istraživanja udjela narodnih knjižnica u Istarskoj županiji ukazuje na neiskorištenost knjižničnih resursa u kulturnom turizmu. S obzirom na to da je 30% turističkih putovanja potaknuto kulturnim sadržajima te s obzirom na iznimnu važnost ove gospodarske djelatnosti u Županiji, preporuka je definirati strategiju razvoja kulturnog turizma na razini

Istarske županije kroz provedbu pilot-projekta, koji bi se kasnije mogao primijeniti kao model na nacionalnoj razini.

Narodne knjižnice Županije djeluju uglavnom pojedinačno i nepovezano (osim središnje pulske knjižnice sa svojim ograncima) opterećene nizom problema. Na ovom području nema moderne informatizirane knjižnične mreže, a djelovanje knjižnica zasniva se na formalnom povezivanju na temelju teritorijalne mreže i tek prvim pokušajima zajedničke programske aktivnosti.

Usprkos svim prednostima i mogućnostima suvremenog načina poslovanja, u razvoj digitalne kulture ne ulaže se dovoljno te unatoč očekivanjima, u ovom segmentu vidljiva je loša razvijenost istarskog knjižničarstva pa virtualni prostor narodnih knjižnica Županije određuju dvije komponente: disparitetni razvoj i nepovezanost informatičke infrastrukture.

Promjene koje se predlažu moraju se odvijati prema sljedećim razvojnim prioritetima:

1. Uspostava jedinstvenog informacijskog sustava.
2. Razvoj novih službi i usluga u knjižnicama.
3. Stalno stručno usavršavanje stručnog osoblja.

Glavne prepreke u valorizaciji narodnih knjižnica u kulturnom turizmu su nedostatak partnerstva između sudionika; otpor u percepciji uloge knjižnice u kulturnom turizmu; neprilagođenost radnog vremena narodnih knjižnica; neprepoznatljivost kulturnih projekata; nedorečenost i odsustvo strategije razvoja narodnih knjižnica u kulturnom turizmu.

Prevladavanje navedenih prepreka ostvarivo je kroz umrežavanje koje predstavlja neprekidni proces u kojem svaka od knjižnica ima svoju ulogu. Povezivanje knjižnica Županije u jedinstveni informacijski sustav preduvjet je knjižnica budućnosti bez obzira na veličinu ili geografski smještaj. Sustavan razvoj knjižnica u području kulturnog turizma međutim može se ostvariti samo jasno određenom vizijom uloge knjižnica u lokalnom razvoju koji uključuje i privremene "stanovnike" mjesta tijekom turističkih mjeseci. Strateški dokumenti i njihova provedba u vidu akcijskih planova mogu prevladati sve navedene probleme i pozicionirati knjižnice ne samo kao središnje kulturne ustanove pojedinih istarskih destinacija, već i kao važne dodatne vrijednosti turističkog boravka u destinaciji.

LITERATURA

Buljević, Svjetlana, Knjižnice i kulturni turizam, u: Pavičić, T.; Slobodanac, J; (ur.), Hrvatske narodne knjižnice u svjetlu IFLA-inih smjernica, zbornik radova, Nacionalna i sveučilišna knjižnica, Zagreb 2004, str. 95 – 96.

Cvjetičanin B.; Uzelac, A, Kultura i interkulturalna komunikacija u digitalnom dobu, u: Cvjetičanin B; (ur.), Connecting Croatia, Institut za međunarodne odnose, Zagreb 2008, str. 3 – 11.

Hrvatska u 21. stoljeću: strategija kulturnog razvitka. <http://www.hrvatska21.hr/kultura/>. (Posjećeno: 08. 08. 2010.)

Jelinčić, D. A., Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia, Zagreb 2008.

Komunikacija nasljeđa. Nova vizija jugoistočne Europe. <http://www.predsjednik.hr/> (Posjećeno: 10.3. 2007.)

Matulić, T. Evangelizacijski izazov moderne kulture i promicanje kulturnog naslijeđa. <http://docs.google.com/>. (Posjećeno: 09. 05. 2010.)

Narodna knjižnica, IFLA-ine i UNESCO-ove smjernice za razvoj službi i usluga, Hrvatsko knjižničarsko društvo, Zagreb 2003.

Nikočević, Lidija, Održivi razvoj kulturnog turizma Istre. <http://heartofistria.org/>. (Posjećeno 11. 08. 2010.)

Richards, Greg, European Cultural Tourism: Patterns and Prospects, u: Dodd, D.; Van Hemel, A; (ur.), Planning Cultural Tourism in Europe: A Presentation of Theories and Cases, Boekman Foundation/Ministry of Education, Culture and Science, Amsterdam 1999, str. 16-32.

Standardi za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj, Vjesnik bibliotekara Hrvatske, god. 43, br. 3, Hrvatsko knjižničarsko društvo, Zagreb 2000, str. 163-188.

Stojanovski, Jadranka, Library web sites: a content analysis. <http://www.ffzg.hr/infoz/lida> (Posjećeno: 03.11, 2011.)