

TURIZAM I KULTURNI IDENTITET: ŠTO MOGU KNJIŽNICE?

dr. sc. Ksenija Tokić

Institut za turizam

ksenija.tokic@iztg.hr

Sažetak

Turizam je kao interdisciplinarni fenomen izuzetno važan za gospodarstvo i to kako ono svjetsko tako i za hrvatsko. U 2012. godini udio turizma u BDP na globalnoj razini iznosio je 9%, pri čemu je bilježio stalan rast za koji se predviđa da će se nastaviti i u budućnosti. Turizam je usko povezan s procesima globalizacije koji se dijelom negativno odražavaju na lokalne kulturne identitete. Istovremeno, turizam treba lokalnu kulturu jer kulturni identitet destinacije čini turistički proizvod atraktivnijim. U tom smislu uloga knjižnica u razvoju turizma nije dovoljno istražena. A knjižnice u turizmu sudjeluju na više načina: u funkciji neophodne informacijske infrastrukture u znanstvenim istraživanjima turizma, u funkciji kulturnog središta lokalne zajednice, kroz svoju edukacijsku funkciju, ali i kao turistička atrakcija i to s više aspekata. U turizmu, kao društvenoj pojavi dolazi do međukulturne interakcije između turista i domaćina i mjesta koje se posjećuje, a lokalne knjižnice kao potencijalna mjesta te međukulturne interakcije sudjeluju u definiranju i očuvanju kulturnog identiteta lokalne zajednice ili naroda na globalnoj sceni.

Ključne riječi: kulturni identitet; mali narodi; turizam; knjižnice; Hrvatska

Uvod

O turizmu postoji čitav niz definicija, a možda najbolje o turizmu govori činjenica da je on „skup odnosa i pojava vezanih za aktivnosti osoba koje putuju i borave u mjestima izvan mjesta svog stalnog boravka i to neprekidno i najviše do godine dana radi provođenja slobodnog vremena, poslovnih i drugih razloga... On je društvena, ekonomska, politička i kulturna činjenica suvremenog društva, neodvojiva od psihe, navika i potreba pojedinaca i naroda”⁷⁷.

Knjižnice se kao aktivni dionik društva u kojem djeluju uključuju u sve tokove njegovog stalnog razvoja koji donosi velike promjene u različitim vidovima ljudskog djelovanja. Brojne tehnološke i društvene promjene knjižnicama nameću nove oblike i sadržaje djelovanja, nove i drugačije pristupe planiranju poslovnih

⁷⁷ Boris Vukonić i Nevenka Čavlek, ur. *Rječnik turizma* (Zagreb: Masmedia, 2001).

strategija, te općenito potrebu racionalnijeg funkcioniranja.

Ovaj rad stoga razmatra na koji se način mogu knjižnice bolje uključiti u suvremene društvene tokove i učvrstiti vlastitu poziciju u društvu. S obzirom na njihovo otvaranje prema svijetu, stvaranjem nove dodane vrijednosti informacija stvara se i potreba za „izobrazbom za što širi dijapazon poslova”⁷⁸, te se tako knjižnice razvijaju u skladu sa suvremenim tokovima razvoja društva i pri tome koriste teorijskim i praktičnim spoznajama raznih disciplina kako bi se približile svojoj publici. Tu se posebno ističe uloga knjižnica u očuvanju kulturnog identiteta pojedinih naroda, napose onih malih.

Turizam

Neosporiva je važnost turizma za gospodarstvo kako na svjetskoj razini, tako i za Hrvatsku. O tome svjedoče brojni statistički podaci, pa je 2012. godine u svijetu zabilježen ukupan prihod od turizma u visini od 837 milijardi Eura, dok je ukupan broj inozemnih dolazaka iznosio 1035 milijuna. Iste godine udio turizma u globalnom BDP bio je 9%, pri čemu je porastao 3,2% u odnosu na prethodnu godinu (UNWTO, 2013, Slika 1.). Turizam je pokretač brojnih društveno-gospodarskih procesa, to je područje u kome najviše dolazi do potrebe za radnom snagom, što znači da se stvaraju nova radna mjesta i poduzeća, a isto tako značajno pridonosi razvoju infrastrukture.

Pozitivni učinci turizma

- pokretač društveno-gospodarskih procesa
- otvaranje radnih mjesta i poduzeća
- razvoj infrastrukture

Rezultati

- 9% globalnog BDP-a, rast od 3,2% u 2012. g.
- 30% izvoza usluga na globalnoj razini
- 6% od ukupnog svjetskog izvoza
- 235 milijuna radnih mjesta diljem svijeta, odnosno svako 11. radno mjesto 2010. godine
- udio žena u radnoj snazi 60-70%, a pola od toga u dobi od 25 godina i mlađe

Slika 1. Važnost turizma za svjetsko gospodarstvo

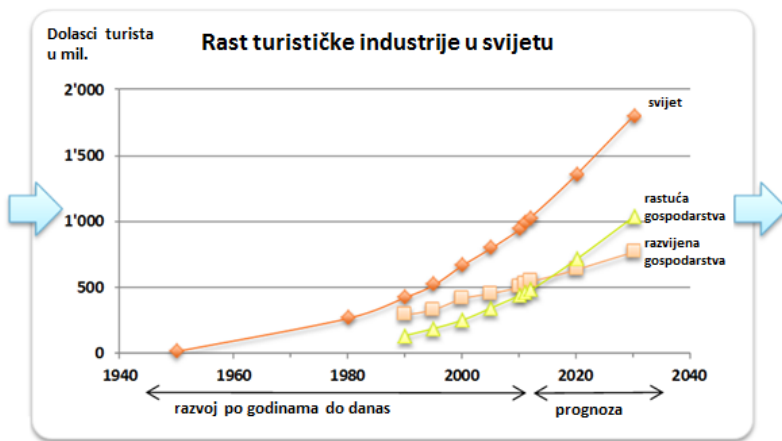
Izvor: UNWTO (2013).

Prema istom izvoru (UNWTO, 2013, Slika 2.), čak i tijekom nedavne gospodarske krize kada je većina gospodarskih industrija bila u opadanju, turizam pokazuje

stalan rast, a predviđanja stručnjaka ukazuju da će taj rast u budućnosti biti i veći.

Slika 2. Rast turističke industrije na globalnoj razini

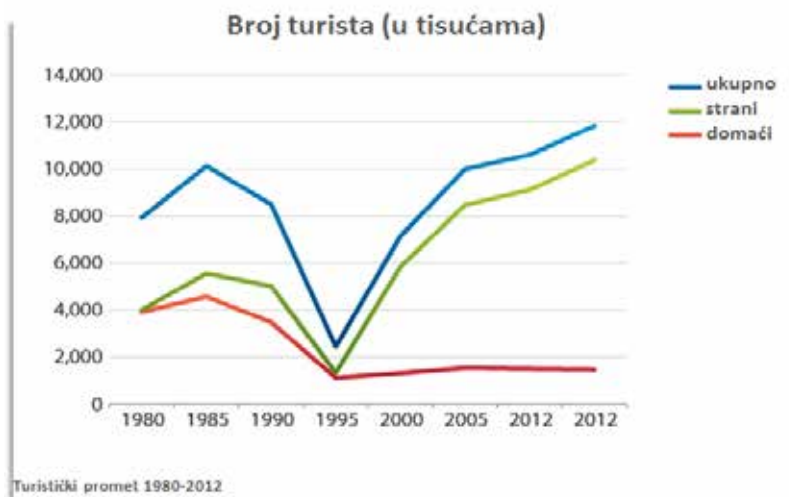
Izvor: UNWTO (2013).



Gledano sa stajališta hrvatskog gospodarstva, turizam također ima značajnu ulogu. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku RH (2014), udio u nacionalnom BDP-u 2013. godine iznosio je 16,5%, a isto kao i glede turizma na svjetskoj razini, predviđanja stručnjaka ukazuju da će se taj trend nastaviti, odnosno da će biti i veći (DZS, 2014, Slika 3.).

Slika 3. Važnost turizma za gospodarstvo RH

Izvor: Hrvatski zavod za statistiku RH (2014).



Turizam kao fenomen sastavljen je od aktivnosti, usluga i industrija koje pružaju turističko iskustvo i doživljaj. Uključuje promet, smještajne kapacitete, objekte za konzumaciju hrane i pića, dućane, sadržaje za zabavu i druge usluge za pojedince ili grupe koje putuju izvan svojih domova.⁷⁹ Glavne funkcije turizma su ekonomske i neekonomske. Jedna od najistaknutijih neekonomskih funkcija je njegova kulturna funkcija. Ona se odnosi na „utjecaj što ga receptivne turističke zemlje imaju na kulturnom planu prema inozemnim ali i domaćim posjetiteljima U kulturne funkcije ubrajaju se i posljedice turističkog utjecaja na kulturne i znanstvene zahvate...”⁸⁰.

Kulturni turizam

Posljednjih nekoliko desetljeća značajno je porastao broj znanstvene literature o turizmu što također govori o sve većoj važnosti i širenju turizma u gospodarstvu svakodnevnog života.⁸¹ Razvijaju se i brojni novi oblici turizma, tako da se tijekom posljednjih desetljeća razvio i kulturni turizam. Kulturni je turizam oblik turizma u kojem prevladava interes potražnje za objektima i sadržajima kulturnog karaktera.⁸² Premda kulturna ponuda nema velik utjecaj na goste hrvatskih primorskih destinacija u njihovom odabiru destinacije,⁸³ kulturno nasljeđe povećava sveukupnu kvalitetu turističke ponude za turiste koji su u destinaciju došli zbog nekih drugih motiva.⁸⁴ Sa stajališta odnosa knjižnica prema turizmu, možemo reći da je kulturni turizam selektivni oblik turizma kojeg je potrebno sustavno uvesti u određene aspekte poslovanja knjižnica koje su primjer neiskorištenog potencijala u kreiranju kulturno-turističke politike.⁸⁵

79 Robert W. McIntosh i Charles R. Goeldner, *Tourism: principles, practices, philosophies* (New York: John Wiley & Sons, 1984).

80 Ministarstvo turizma, „BDP i prihodi od turizma 2008. godine“. URL: <http://www.mint.hr/UserDocImages/090406-bdpprih08.pdf> (29. travnja 2010).

81 Irena Ateljević, „Pregled povijesnog razvoja istraživanja u turizmu“. *Turizam* 62/2014., br.1, 77-103.

82 Vukonić i Čavlek, nav. dj.

83 Renata Tomljenović i Zrinka Marušić, *Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj: TOMAS kulturni turizam 2008*. (Zagreb: Institut za turizam, 2009).

84 Vesna Vrtiprah, „Kulturni resursi kao činitelji turističke ponude u 21. stoljeću“. *Ekonomska misao i praksa* 15/2006., br.2, 279-296.

85 Danijela Angelina Jelinčić i Irides Zović, „Knjižnice u turizmu: Shhhh, Quiet please! Nein, herzlich willkommen! Si accomodi!“ *Liburna* 1/2012., 1.

Knjižnice

Prema kulturnoj i društvenoj ulozi knjižnica se može odrediti kao „kulturna i informacijska ustanova koja, slijedeći opće prihvaćene ciljeve društva i načela stručnoga 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”⁸⁶.

Uloga knjižnica u društvu se kroz povijest razvijala usporedo s razvojem društva. Prema autorici Katici Tadić „knjižnice su nastale zbog potrebe da se sačuvaju važni dokumenti koji su regulirali poredak društva, što im je dugo vremena bila i glavna funkcija, u čemu se ta funkcija preklapala s funkcijom arhiva.”⁸⁷

Ista autorica navodi da „su prve zbirke državnopravnih i drugih zapisa, pomno odabirane i prikupljane, zajedničko ishodište današnjih knjižnica i arhiva. Tijekom razvoja društva, a i takvih mjesta za pohranu pisanih spomenika kulture, arhivi i knjižnice su dugo vremena bili pod istim krovom i istom upravom, ali su se s vremenom razdvojili[...]”⁸⁸. U suvremeno doba uloga je arhiva da prikupljaju, sređuju i obrađuju, te pohranjuju i daju na korištenje sve ono što je proizvod djelovanja upravnih, gospodarskih i ostalih ustanova. Knjižnice se bave umnoženim duhovnim proizvodima, koji imaju kulturnu ili znanstvenu dimenziju.

O važnosti i društvenoj potrebi knjižnica i knjižnične djelatnosti autorica Tatjana Aparac daje opsežan pregled stajališta raznih autora o toj temi i zaključuje da se tu radi o posebnim društvenim i kulturnim fenomenima za čije potpuno razumijevanje nisu dovoljna samo praktična i teorijska znanja iz knjižničarstva, već produbljena analiza društvenog konteksta u kojemu se ta djelatnost obavlja. Pri tom su važne analize društveno-ekonomskih i kulturnih činilaca, ali i analize korisnika i profesionalne zajednice. Prema njoj, teorija o društvenom interesu i djelovanju bitno je ishodište svakoga ozbiljnijeg promišljanja o značenju knjižničarstva i njegovu mjestu u društvu te zaključuje „da se knjižničarstvo može i treba tumačiti kao bitan element razvoja ljudske kulture i civilizacije”⁸⁹.

86 Katica Tadić, *Rad u knjižnici: priručnik za knjižničare* (Opatija: Naklada Benja, 1994). 14

87 Isto, 11.

88 Isto

89 Tatjana Aparac Gazivoda, *Teorijske osnove knjižnične znanosti* (Zagreb: Filozofski fakultet, Zavod za informacijske studije Odsjeka za informacijske znanosti, 1993).

Globalizacija, kulturni identitet malih naroda i knjižnice

Kad govori o identitetu, Jelinčić ističe da „identitet predstavlja karakteristike koje izabiru ljudi sami, a koje su drukčije od nekih drugih karakteristika nekih drugih ljudi. Može se reći da je kulturni identitet izraz čovjekovog mjesta u svijetu”⁹⁰. Bitna sastavnica kulturnog identiteta je kulturna baština. Ona nije određena samo spomenicima i lokalitetima, već se radi o mnogo širem pojmu, koji uključuje kulturnu tradiciju naroda, njegove običaje, hranu, odjeću, plesove itd. Baština, dakle, uključuje i materijalnu i duhovnu kulturu naroda.⁹¹ U tom smislu, knjižnice su ustanove u kojima se pohranjuje pisana baština. Povodom otvorenja izložbe Blago NSK Stipanov navodi kako je „Nacionalna i sveučilišna knjižnica hram i riznica hrvatske pisane baštine, koja ponajbolje iskazuje i potvrđuje hrvatski nacionalni identitet te posvjedočuje njegov kontinuitet”⁹². Prema drugim autorima, mnoge knjižnice kroz svoje zavičajne zbirke oblikuju kulturni identitet određenog kraja, predstavljaju njezinu kulturu u najdubljem i najširem smislu.⁹³

Ante Stamać ističe kako „hrvatskom kulturnom identitetu, baš kao i identitetu svake etnički ili zemljopisno određene suvremene kulture na svijetu, pripada mnoštvenost i različitost”⁹⁴. Nadalje, kako navodi Stamać, „sličnim bismo putovanjem pohodili knjižnice, u kojima bismo zatekli pergamente, stare spise, rukopisne i tiskane knjige, sve do današnjih plastičnih i kovinskih nosača zapisa, potom se uputili u okupljališta pučkog i narodnog blaga, pa bismo ponegdje, u galerijama, naišli na ljepotu slika i goblena, koji bi nam dočaravali svakodnevne prizore iz davnih i pradavnih vremena.”⁹⁵

I doista, knjižnice se kao bitan aktivni dionik društva u kojem djeluju uključuju u sve tokove stalnog razvoja koji donosi velike promjene u različitim vidovima ljudskog djelovanja. O važnosti knjižnica u očuvanju kulturnog identiteta govori se i u UNESCO-ovom *Manifestu za narodne knjižnice*, gdje je između ostalih, zadaća narodnih knjižnica „promicanje svijesti o kulturnom nasljeđu, uvažavanju umjetnosti, znanstvenih postignuća i inovacija [...] gajenje dijaloga među kulturama i

90 Danijela Angelina Jelinčić, „Globalizacija i hrvatski identitet“, u: *Hrvatski iseljenički zbornik... godišnjak Hrvatske matice iseljenika* 2000, 213-217.

91 Isto.

92 Josip Stipanov, „Blago NSK. Uvodni tekst izložbe Blago NSK“. URL: <http://stari.nsk.hr/izlozba.aspx?id=1> (29. travnja 2010).

93 Sonja Tošić-Grlač, „Zavičajne zbirke u hrvatskim narodnim knjižnicama“, u: *7. savjetovanje za narodne knjižnice u RH Zavičajne zbirke u narodnim knjižnicama – zbornik radova* (Zagreb: NSK, 2011), 51-64.

94 Ante Stamać, „Hrvatski kulturni identitet – što je to?“, *Republika* 66/2010., br.6, 3-11.

95 Isto

zastupanje kulturnih različitosti”⁹⁶.

Brojne promjene knjižnicama nameću nove oblike i sadržaje djelovanja, nove i drugačije pristupe planiranju poslovnih strategija, te općenito potrebu racionalnijeg funkcioniranja. „Primjena terminologije i osustavljenih procedura pristupu problemima, planiranju i analizi poslovanja iz ekonomske teorije i prakse u knjižničarstvu logična je posljedica novih tržišnih odnosa koji su značajni i za knjižnice”⁹⁷.

Tako i globalizacija danas više nije najava nečeg novog nego realitet koji živimo, a u kome do izražaja dolazi snažnija politička i ekonomska dominacija razvijenih zemalja. Politička ovisnost malih zemalja se „vrlo brzo pretvara u ekonomsku, a ova pak u kulturnu. Otud će kultura i baština, kao njezin čvrsti dio, biti još neko vrijeme strateška šansa tranzicijskih zemalja. Više od gospodarstva[...] mogu ih emancipirati i vratiti im narušeno samopoštovanje upravo baština i kultura. Ovo posljednje je, k tomu i supstancija turizma, odnosno kulturnog turizma”⁹⁸.

Valja ukazati da se brojni autori slažu kako putovanja i turistički sektor općenito izražavaju svojstva internacionalizacije,⁹⁹ te da turizam treba lokalnu kulturu ili, u najmanju ruku, dojam da ona postoji.¹⁰⁰

Svjesni smo činjenice da kulturni identitet nekog mjesta čini turistički proizvod atraktivnim i pridonosi stvaranju jedinstvenog doživljaja boravka u određenoj destinaciji.¹⁰¹ Dodamo li tome činjenicu da je turizam po svojoj prirodi destruktivna djelatnost (ne namjerno), kulturni identitet je ugrožen i potrebno ga je zaštititi i sačuvati.¹⁰² Kao potvrdu tvrdnjama o utjecaju turizma i globalizacije na lokalne tradicije, mogli bismo navesti brojne primjere, ali ovdje ćemo za ilustraciju navesti samo jedan domaći primjer. Poznate dalmatinske klape svoje pjesme u izvornoj tradiciji izvode *a capella* (Slika 4.).

96 UNESCO, „Manifest za narodne knjižnice“, *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 37/1994., br.3-4, 251-254.

97 Marija Ivanović, „Prepoznavanje knjižničnoga marketinga“, *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 45/2002., br.3-4, 105-116.

98 Tomislav Šola, *Marketing u muzejima: ili o vrlini i kako je obznaniti* (Zagreb: Hrvatsko muzejsko društvo, 2001).

99 Robert Govers i Frank M. Go, „Stvoreni, zamišljeni i doživljeni kulturni identiteti: tri problema u modelu stvaranja imidža turističke destinacije“, *Turizam* 52/2004., br.3, 297-303.

100 Dirk Reiser, „Globalisation: An old phenomenon that needs to be rediscovered for tourism?“ *Tourism and Hospitality Research* 4/2003., br.4, 306-320.

101 Govers i Go, nav. dj.

102 Scott K. Cunliffe, „Turizam i rizik za kulturu“ *Turizam* 52/2004., br.3, 297-303.

Radi približavanja široj publici, pa i turistima, one najpoznatije počinju u zadnje vrijeme na svojim koncertima uključivati i instrumentalnu pratnju i tome prilagođene aranžmane pjesama, kojih zapravo nema u tradiciji izvornog klap-skog pjevanja (Slika 5.). Time se zbog utjecaja globalizacije, medija, ekonomskih potreba, pa i turističkih potreba strancima pružaju prilagođeni glazbeni proizvodi vezani uz lokalnu tradiciju. Takvom prilagodbom se mijenja izvorna tradicija i polako utječe na promjenu kulturnog identiteta lokalne zajednice.



Slika 4. Dalmatinska klapa a capella



Slika 5. Koncert Dalmatinske klape uz instrumentalnu pratnju

Stoga se vezano za spomenute društvene promjene na globalnom planu, s pravom postavljaju pitanja o očuvanju kulturnog identiteta pojedinih naroda, osobito onih malih. To je posebno važno za našu sredinu nakon nedavnog pristupanja Republike Hrvatske Europskoj uniji, kada smo postali dio veće zajednice u kojoj dolazi do izražaja kulturna i svaka druga raznolikost, ali i uz povećanu mogućnost da politička i ekonomska nadmoć većih naroda preraste i u kulturnu nadmoć. Ona bi dovela do gubitka kulturnog identiteta male zajednice poput naše. U tom smislu i knjižnice promišljaju svoju ulogu te kako one mogu pridonijeti očuvanju kulturnog identiteta Republike Hrvatske kao malog naroda. Poseban naglasak je na ulozi knjižnica u turizmu.

Uloga knjižnica u turizmu

Zanimljivo je da većina istraživanja o turizmu ne vidi knjižnice kao mjesta koja turisti posjećuju tijekom boravka u pojedinim destinacijama. Budući da su knjižnice institucije neprofitnog sektora, pa se njihova *učinkovitost* ne može *mjeriti* i prezentirati ekonomskim pokazateljima, one se gotovo redovito ne spominju u istraživanjima i planovima za razvoj turizma. Industrijsko i informacijsko društvo nametnulo je kriterije materijalne mjerljivosti koji se ne mogu primijeniti na knjižnice, te njihova uloga i važnost prolaze gotovo neprimjetno, a njihova uloga u turizmu nije adekvatno valorizirana.¹⁰³

Jedna od osnovnih uloga knjižnica je njihova *informacijska funkcija* koja sa stajališta turizma služi i razvija se u funkciji specifičnih skupina korisnika – turista, istraživača i znanstvenika, turističkih djelatnika i ostalih. Ona stoga zadire u razne oblike fenomena turizma, poput znanstvenog turizma, obrazovnog, vjerskog, kulturnog, gradskog i dr. Sa stajališta pak turizma kao djelatnosti, knjižnica se javlja i kao informacijska podrška znanstveno-istraživačkom radu o turizmu.

Uspješnost turizma u gospodarskom smislu dobrim je dijelom rezultat prethodnog znanstveno istraživačkog rada kojem je neophodna kvalitetna informacijska podloga. U tom smislu su knjižnice, koje organiziraju i nude informacijsku podršku, nužno potrebna infrastruktura znanstvenicima i istraživačima turizma. Osim toga, knjižnice zadovoljavaju i informacijske potrebe specifične skupine korisnika, a to su turisti.

Edukacijsku ulogu, koja korisnicima pruža mogućnost stjecanja znanja i određenih vještina, u turizmu knjižnice postižu omogućavanjem pristupa pohranjenom znanju ne samo korisnicima iz lokalne zajednice, nego i posjetiteljima i turistima iz drugih domaćih ili inozemnih zajednica. Danas smo svjesni činjenice da edukacijski kontekst nije prisutan i ograničen samo na obrazovne institucije, nego se, kao i cjeloživotno učenje, širi i na profesionalni život i slobodno vrijeme pojedinca.¹⁰⁴

Kulturna funkcija knjižnica u turizmu odnosi se na činjenicu da su knjižnice mjesto međukulturne interakcije između posjetitelja i lokalnog stanovništva. One svjedoče o kulturnoj baštini svoje zajednice, prikupljaju, stručno obrađuju, pohranjuju i daju na uvid proizvode znanstvenog i umjetničkog rada brojnih auto-

103 Ksenija Tokić, „Uloga knjižnica kao nositelja kulturnog identiteta u hrvatskom turizmu”, u: 6. međunarodni stručni skup *Knjižnica - središte znanja i zabave: Knjižnice - nositelji kulturnog identiteta*, ur. Frida Biščan (Karlovac: Gradska knjižnica Ivan Goran Kovačić, 2011), 13-20.

104 Sonja Špiranec i Mihaela Banek Zorica, *Informacijska pismenost: teorijski okvir i polazišta* (Zagreb: Zavod za informacijske studije, 2008).

ra te podižu svijest građana o kulturnom identitetu svoje zajednice. Osim toga, u knjižnicama je lokalnom stanovništvu omogućen uvid u znanstvena i umjetnička ostvarenja na globalnoj razini.

Pored gore navedenih funkcija knjižnice i same mogu biti turistička atrakcija i to na više načina: knjižnice od povijesne vrijednosti za svoju zajednicu (kao što su samostanske knjižnice), knjižnice kao dio turističkih itinerera (poput memorijalnih knjižnica). Zgrade knjižnica također mogu biti turistički atraktivne zbog svojih arhitektonskih, umjetničkih, povijesnih ili drugih karakteristika. Najčešće upravo nacionalne i sveučilišne knjižnice svojim fondom, ukupnom djelatnošću te posebno arhitekturom svjedoče o znanju, htijenju, moći i ambicijama jednog naroda ili sredine, a što postaje temeljem njegovog kulturnog identiteta. Stoga knjižnice mogu biti atraktivne i zbog svoje sveukupne važnosti i utjecaja na kulturnoj, znanstvenoj ili obrazovnoj razini (poput nacionalnih i sveučilišnih knjižnica koje imaju i organizirane obilaske turista). U tom smislu knjižnice, budući da i same oblikuju kulturni identitet, djeluju istovremeno i kao mjesta njegovog očuvanja i kao nositelji razvoja kulturnog identiteta svoje zajednice.

Zaključak

Važnost knjižnica i knjižnične struke za društvo je neupitna. Međutim, iako knjižnice prilagođavaju svoje poslovanje posebnim potrebama korisnika, stav je struke da javnost ne percipira u dovoljnoj mjeri njihovu važnost i vrijednost za društvo, pa tako i za turizam. Knjižnice na više načina sudjeluju u turizmu što se zbiva gotovo neprimjetno i zanemaruje se, posebice vezano za mogućnosti razvijanja i unapređivanja uloge knjižnica u ponudbenim sadržajima turizma. Knjižnice svojom djelatnošću prikupljaju djela duhovne kulturne baštine, promiču svijest o kulturnom nasljeđu koje sudjeluje u oblikovanju kulturnog identiteta pojedine zajednice. Stoga je uloga knjižnica u turizmu značajna s informacijskog, obrazovnog, kulturnog i atrakcijskog aspekta, te se u tom dodiru knjižnica i turizma one pojavljuju kao mjesto interkulturalne interakcije između turista i domaćina gdje do izražaja dolazi njihova funkcija čuvara i nositelja razvoja kulturnog identiteta. Stoga knjižnice u turizmu mogu odigrati važnu ulogu predstavljanja turistima kulturnog identiteta lokalne zajednice kojeg čuvaju, ali i kojeg pomažu definirati za budućnost.

Bibliografija:

1. Aparac-Gazivoda, Tatjana. *Teorijske osnove knjižnične znanosti*. Zagreb: Filozofski fakultet, Zavod za informacijske studije Odsjeka za informacijske znanosti, 1993.
2. Ateljević, Irena. „Pregled povijesnog razvoja istraživanja u turizmu“. *Turizam* 62/2014., br.1, 77-103.
3. Cunliffe, Scott K. „Turizam i rizik za kulturu“. *Turizam* 52/2004., br.3, 297-303.
4. Govers, Robert i Frank M. Go. „Stvoreni, zamišljeni i doživljeni kulturni identiteti: tri problema u modelu stvaranja imidža turističke destinacije“. *Turizam* 52/2004., br.2, 171-188.
5. Horvat, Aleksandra. „Zajedničko i posebno u stručnoj naobrazbi bibliotekara, arhivista i muzeologa“. U: *Arhivi, knjižnice, muzeji: mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske infrastrukture: zbornik radova*, ur. Willer, Mirna i Tinka Katić. 29-37. Zagreb: Hrvatsko bibliotekarsko društvo, 1998.
6. Hrvatski zavod za statistiku RH. *Tourist traffic* 1980-2012. Zagreb: Hrvatski zavod za statistiku RH, 2014.
7. Institut za turizam. *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj - Tomas ljeta 2007*. Zagreb: Institut za turizam, 2008.
8. Ivanović, Marija. „Prepoznavanje knjižničnoga marketinga“. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 45/2002., br.3-4, 105-116.
9. Jelinčić, Danijela Angelina. Iz antropološke perspektive: turizam i kultura. *Turizam* 48/2000., br.1, 59-62.
10. Jelinčić, Danijela Angelina. „Globalizacija i hrvatski identitet“. U: *Hrvatski iseljenički zbornik... godišnjak Hrvatske matice iseljenika* 2000, 213-217.
11. Jelinčić, Danijela Angelina i Irides Zović. Knjižnice u turizmu: Shhhh, Quiet please! Nein, herzlich willkommen! Si accomodi! *Liburna* 1/2012., br. 1.
12. Kovačec, August. ur. *Hrvatska opća enciklopedija*. Sv. 6. Zagreb: Leksikografski zavod „Miroslav Krleža“, 2004.
13. McIntosh, Robert W. i Charles R. Goeldner. *Tourism: principles, practices, philosophies* (4. izd.). New York: John Wiley & Sons, 1984.
14. Ministarstvo turizma. „BDP i prihodi od turizma 2008. godine“. URL: <http://www.mint.hr/UserDocsImages/090406-bdpprih08.pdf> (29. travnja 2010).
15. Reiser, Dirk. „Globalisation: an old phenomenon that needs to be rediscovered for tourism“. *Tourism and hospitality research* 4/2009, br. 4, 306-320.
16. Stamać, Ante. „Hrvatski kulturni identitet – što je to?“ *Republika* 66/2010., br. 6, 3-11.
17. Stipanov, Josip. „Blago NSK. Uvodni tekst izložbe Blago NSK“. URL: <http://stari.nsk.hr/izlozba.aspx?id=1> (29. travnja 2010).

18. Šola, Tomislav. *Marketing u muzejima: ili o vrlini i kako je obznaniti*. Zagreb: Hrvatsko muzejsko društvo, 2001.
19. Špiranec, Sonja i Mihaela Banek Zorica. *Informacijska pismenost: teorijski okvir i polazišta*. Zagreb: Zavod za informacijske studije, 2008.
20. Tadić, Katica. *Rad u knjižnici: priručnik za knjižničare*. Opatija: Naklada Benja, 1994.
21. Tokić, Ksenija. „Uloga knjižnica kao nositelja kulturnog identiteta u hrvatskom turizmu“. U: *6. međunarodni stručni skup Knjižnica - središte znanja i zabave: Knjižnice - nositelji kulturnog identiteta*, ur. Bišćan, Frida. 13-20. Karlovac: Gradska knjižnica Ivan Goran Kovačić, 2011.
22. Tomljenović, Renata i Zrinka Marušić. Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj: *TOMAS kulturni turizam* 2008. Zagreb: Institut za turizam, 2009.
23. Tošić-Grlač, Sonja. „Zavičajne zbirke u hrvatskim narodnim knjižnicama“. U: *7. savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj, Zavičajne zbirke u narodnim knjižnicama – zbornik radova*, 51-64. Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica, 2011.
24. UNESCO. „Manifest za narodne knjižnice“. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 37/1994., br.3-4, 251-254.
25. UNWTO. *Tourism Highlights: 2009 Edition*. Madrid: UNWTO, 2009.
26. Vrtiprah, Vesna. „Kulturni resursi kao činitelji turističke ponude u 21. stoljeću“. *Ekonomska misao i praksa* 15/2006., br.2, 279-296.
27. Vukonić, Boris i Nevenka Čavlek, ur. *Rječnik turizma*. Zagreb: Masmedia, 2001.