

KULTURNI TURIZEM KOT VIR NOVEGA RAZVOJA LOKALNIH SKUPNOSTI

dr. David Bole

Geografski inštitut Antona Melika, Znanstvenoraziskovalni center Slovenske akademije znanosti in umetnosti
Gosposka ulica 13, 1000 Ljubljana
david.bole@zrc-sazu.si

UDK: 911.3:338.48
338.48-6:7/8

IZVLEČEK

Kulturni turizem kot vir novega razvoja lokalnih skupnosti

V prispevku predstavljamo kulturni turizem kot možni vir novega družbenoekonomskega razvoja lokalnih skupnosti. Utemeljujemo zlasti pomen participacije in vključenosti lokalne skupnosti v razvoj kulturnega turizma in izpostavljamo njegove pozitivne ter tudi negativne učinke. Na primeru študije Črnega Vrha nad Idrijo predstavljamo metodologijo, kjer smo s participativno metodo odkrivali in razvijali kulturne turistične produkte. Ugotovili smo, da je participacija izjemno pomembna, saj edina zagotavlja dolgoročnost rezultatov in ima pozitivne ekonomske in socialne učinke. Zlasti so nas presenetili slednji, ki so se izkazali za bolj otipljive kot ekonomski učinki. Na koncu smo podali še nekaj splošnih priporočil za razvijanje kulturnega turizma kot vira novega razvoja lokalnih skupnosti.

KLJUČNE BESEDE

geografija turizma, kulturni turizem, načrtovanje turizma, lokalna skupnost, lokalni razvoj, opolnomočenje

ABSTRACT

Cultural tourism as a developmental source for local communities

The article presents cultural tourism as a possible source of the new social and economic development of local communities. The article establishes mainly the importance of participation and inclusion of local communities in the development of cultural tourism and stresses its positive and negative impacts. On the basis of the case study of Črni Vrh nad Idrijo a methodology which, with the help of the participative method, discovers and develops cultural tourism products was introduced. The findings have shown that participation is of grave importance, since it ensures the long-term effect of results and also brings positive economic and social impacts. The latter are even more tangible than the economic ones, which is somewhat surprising. The end of the article offers some general recommendations for further development of cultural tourism as a source of the new development of local communities.

KEY WORDS

tourism geography, cultural tourism, tourism planning, local community, local development, empowerment

1 Uvod in opredelitev kulturnih vrednot

Glavni namen članka je v predstavitvi vloge kulturnega turizma pri načrtovanju bodočega razvoja lokalnih skupnosti. Pod pojmom kultura pojmuje vse izraze in simbolične strukture, ki ustvarjajo in dajejo pomene človeškim aktivnostim. V najširšem pomenu lahko s pojmom »kultura« zaobsežemo vse dosežke človeka in družbe, od znanj v tehniki, znanosti, do značilnih družbenih vedenj (Kladnik, Lovrenčak, Orožen Adamič 2005). V prispevku se ne želimo opredeliti preširoko, ampak za lokalno kulturo smatramo kulturno dediščino, kulturne poti, kulturne in umetniške dogodke ter naravne vrednote, ki imajo določen kulturni pomen za lokalno prebivalstvo.

Naša teza (ali izhodišče) je, da značilna kultura določenega območja predstavlja razvojni vir, saj je lokalno umeščena, specifična, največkrat povezana z naravnimi danostmi prostora in lahko predstavlja konkurenčno prednost pred drugimi območji (Bole 2013). S tega vidika lahko kulturo in kulturno dediščino opredelimo glede na njen ekonomski, sociološki, ekološki in ustvarjalni/duhovni razvojni potencial oziroma opredelimo njuno vrednost – od tod izhaja opredelitev pojma »kulturna vrednota«, ki je namenjena poudarjanju razvojnega potenciala različnih oblik kulture in kulturne dediščine določenega območja (Šmid Hribar in Ledinek Lozej 2013).

V članku predstavimo nekaj temeljnih značilnosti kulture kot teritorialnega razvojnega vira, zlasti na podlagi obstoječe strokovne literature. Velik poudarek dajemo zlasti vlogi, ki jo ima pri načrtovanju kulturnega turizma lokalna skupnost, saj je le-ta glavni deležnik in upravitelj kulturnega turizma, hkrati pa ima lahko od njega tako koristi kot škodo. Nato predstavljamo študijo primera Črnega Vrha nad Idrijo, na koncu pa izpostavljamy sklepne misli in dajemo konkretna priporočila za razvoj kulturnega turizma vnaprej.

2 Kulturni turizem kot razvojni vir in njegovi učinki na lokalno skupnost

Različni deležniki, tako raziskovalci kot zasebniki, delujoči v turizmu, opozarjajo, da je kultura lahko tudi razvojni vir za posamezne skupnosti, zlasti v obliki kulturnega turizma, ki privablja obiskovalce in ustvarja pozitivne **ekonomske učinke** – ti se izkazujejo neposredno v ustvarjanju dohodka iz turističnega trženja kulture, novih delovnih mest, dodatnega zaslužka v gospodinjstvih, društvih, pri podjetnikih, turističnih operaterjih in podobno (Šmid Hribar in sodelavci 2012). Kulturni turizem je tako posebna oblika turizma, ki temelji na potrebi turistov po iskanju in sodelovanju v kulturnih izkustvih, ki so lahko estetska, intelektualna, emocionalna ali psihološka (Stebbins 1996). Ena izmed nadaljnjih zvrsti kulturnega turizma je kulturno-dediščinski turizem, ki temelji na izkustvih, ki jih nudijo različne oblike kulturne dediščine (Csapó 2012, 209). Kulturni turizem je po mnenju Richardsa (2005, 13) obetajoč in izkazuje stalno rast. Po podatkih Organizacije za gospodarsko sodelovanje in razvoj – OECD (2009) je delež kulturnega turizma v celotnem sektorju 40 %, leta 2007 pa je bilo več kot 350 milijonov mednarodnih kulturnih turistov. Kulturni turizem prinaša prvenstveno ekonomski dobiček, a se v novejšem času poudarja tudi vloga odgovornega turizma na podeželju pri ohranjanju tradicionalne kulturne pokrajine in kulturne dediščine (glej na primer Shannon Peckham 2003), pa tudi z vidika socialne kohezivnosti lokalnih skupnosti.

Zato poleg ekonomskih ne smemo pozabiti na pozitivne **družbene in okoljske učinke** kulture na lokalne skupnosti: od krepitve lokalne/regionalne identitete, ugodnih demografskih učinkov, ohranjanja narave/kulturne dediščine. Scheyvens (1999) tako omenja turizem ne le kot ekonomsko priložnost, temveč tudi kot način izboljšanja kakovosti življenja in »opolnomočenja« (ang. *empowerment*) lokalnega prebivalstva. Koncept opolnomočenja je pomemben zato, ker je orodje za spodbujanje endogenega razvoja lokalnih skupnosti, saj spodbuja lokalno iniciativo in lokalne turistične ponudnike, ki lahko ustvarjajo lasten razvoj po svojih zamislih in z lastnim tempom. Lokalna skupnost je udeležena v proces razvijanja in vodenja turističnih produktov in v tem prepozna tudi lastne koristi (Bole 2013).

O pozitivnih okoljskih učinkih lahko govorimo, ko upravljanje in trženje kulturnih vrednot v turistične namene vpliva tudi na obvarovanje tradicionalne kulturne pokrajine ali biodiverzitete, na primer ohranjanje travnikov z narcisami. Kulturni turizem ima lahko tudi varovalno vlogo, kot je na primer obnova, vzdrževanje in varovanje materialne ali nematerialne kulturne dediščine. Ustvarjalni potencial se izkazuje zlasti s tem, da oživljanje določenih kulturnih običajev za turistične namene lahko spodbuja osebno ustvarjalnost, umetniško (po)ustvarjanje in povsem osebno identifikacijo z lastnim okoljem in njegovo zgodovino (Šmid Hribar in sodelavci 2012).

Omeniti moramo še kulturni turizem kot sredstvo za doseganje večje prožnosti lokalne skupnosti (ang. *community resilience*). Prožnost lokalnih skupnosti lahko pojasnimo z njihovo sposobnostjo prilagajanja novim družbenoekonomskim razmeram ali hitrejšega okrevanja po različnih kriznih obdobjih (Boon in sodelavci 2012). Na podlagi nekaterih študij je ravno razvijanje turistične dejavnosti v prej pretežno kmetijskih in proizvodno usmerjenih skupnostih primerno orodje za doseganje večje prožnosti lokalnih skupnosti (Matarrita-Cascante in Trejos 2013).

3 Pomen participacije lokalne skupnosti pri načrtovanju kulturnega turizma

Kulturne vrednote so torej »teritorialni kapital« ali razvojni vir (Bigaran in sodelavci 2013), ki naj bi ga izkusili in v njem uživali ne le turisti, temveč tudi lokalni prebivalci (Horáková 2013), prinaša pa lahko pozitivne ekonomske, družbene in okoljske učinke. A hkrati lahko razvoj turizma predstavlja tudi grožnjo lokalnemu prebivalstvu, še posebej, če so aktivnosti in investitorji »od zunaj« in jih zanima zgolj dobiček, lokalne skupnosti pa so jim bolj v napoto kot v korist (Scheyvens 1999). Horáková (2013) navaja tudi druge nevarnosti: odvajanje dobičkov izven lokalnega gospodarstva, prevelika odvisnost od turizma, inflacija, višji stroški bivanja za domačine, višje cene nepremičnin. Omenja tudi negativne družbene in okoljske vplive, zlasti spremembe v kulturni pokrajini, onesnaženje okolja, porušena medsebojna družbena razmerja, negativen odnos do turistov kot »prišlekov« in podobno. Nekateri avtorji zato navajajo, da je dolgoročnost in uspešnost razvijanja kulturnega turizma odvisna od vzpostavljenega partnerstva med investitorji in lokalno skupnostjo, oziroma če so investitorji in upravljalci kulturnega turizma hkrati tudi domačini (MacDonald in Jolliffe 2003). Upravljalci in investitorji, ki so hkrati domačini, so praviloma bolj dovzetni za družbene in okoljske učinke kulturnega turizma, medtem ko investitorje od »zunaj« večinoma zanima le maksimiranje ekonomskega profita.

Lokalna skupnost je zato najpomembnejši deležnik in njen obči razvoj je glavno vodilo celotnega procesa. Gre za heterogeno skupino ljudi, gospodinjev, lokalnih podjetnikov in bolj ali manj vplivnih posameznikov te skupnosti. Njihova vloga je izjemnega pomena, saj so nosilci kulture in kulturne dediščine in od njihovega sodelovanja je odvisen tudi končni turistični produkt. Lokalne skupnosti morajo biti ozaveščene in morajo same odločati o tem, kakšne oblike turizma in kakšne produkte želijo ponuditi

Preglednica 1: Stopnje pri razvoju kulturnega turizma (prirejeno po MacDonald in Jolliffe 2003, 309).

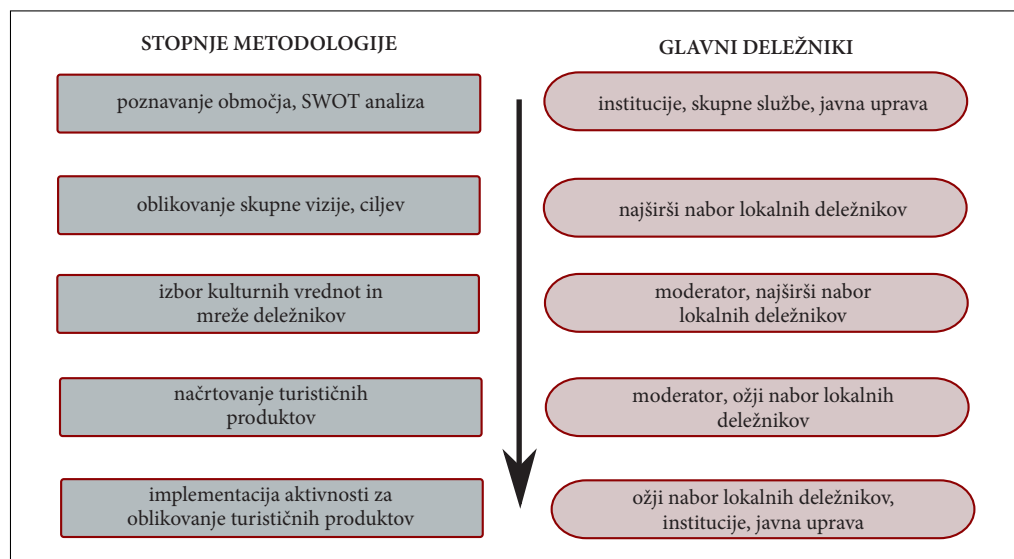
stopnja 1	posamezniki v lokalni skupnosti prepoznajo določene priložnosti, ki izhajajo iz turizma
stopnja 2	oblikujejo se posamezne skupine, ki načrtujejo in implementirajo turistične strategije
stopnja 3	izoblikujejo se delujoča lokalna partnerstva, morda formalna turistična organizacija, ki bdi nad turizmom
stopnja 4	nastane centralizirano, delujoče, dolgoročno in sodelujoče načrtovanje ter trženje turističnih aktivnosti

turistom ter kakšne bodo koristi in stroški za celotno skupnost (Scheyvens 1999). MacDonald in Jolliffe (2003) sta na podlagi študij primerov razvijanja kulturnega turizma na kanadskem podeželju zaznala štiri stopnje participacije lokalnih skupnosti pri razvoju kulturnega turizma (preglednica 1).

4 Študija primera

Študija primera v tem prispevku je podeželska lokalna skupnost Črni Vrh nad Idrijo. Hkrati je to eno izmed testnih območij, kjer so v okviru transnacionalnega projekta SY_CULTour od leta 2011 naprej potekale aktivnosti, s katerimi so domačini želeli ustvariti turistične produkte, vezane na njihove kulturne vrednote in tako pripomoči k družbenoekonomski revitalizaciji tega območja (glej tudi Bole 2013). Gre za podeželsko območje, kjer je večina prebivalcev zaposlena v bližnjih industrijskih središčih (Idrija, Spodnja Idrija in Godovič) in kjer nad 50 % gospodinjstev prideluje hrano, v Zadlogu celo nad 80 % (Kladnik 2011). Hkrati gre za območje, kjer prebivalstvo stagnira in se stara (Fridl in Repolusk 2011). Skladno z Inovativno strategijo trajnostnega razvoja Občine Idrija (2011) naj bi občina pospeševala podjetništvo, zlasti dopolnilno in alternativno delo na kmetijah. Sem se uvršča tudi turizem na kmetijah in eko-kmetovanje. S tem želi občina zagotoviti večfunkcionalnost lokalnega gospodarstva, ki je trenutno večinsko odvisno od le dveh industrijskih podjetij. Obenem želi občina izkoristiti možnosti, ki jih daje UNESCO listina o vpisu rudarske dediščine Idrije in Almadena na seznam svetovne dediščine ter z različnimi pobudami razvijati podeželsko »zaledje« z ustvarjanjem dopolnilne turistične ponudbe. Ustanovljen je bil tudi Geopark Idrija, ki naj bi združeval varstvo, promocijo in trženje naravne in kulturne dediščine (medmrežje 1). Pomembne aktivnosti na tem območju izvaja tudi lokalna razvojna agencija ICRA (Idrijsko-Cerkljanska razvojna agencija).

V okviru projekta SY_CULTour je bila razvita »metodologija upravljanja s kulturnimi vrednotami«, ki je v bistvu participativna metoda, kjer ideje za razvoj turizma prevzame lokalna skupnost v skladu z njenimi vrednotami, interesi in motiviranostjo. Javne in raziskovalne institucije (v tem primeru Geografski inštitut Antona Melika ZRC SAZU) ne igrajo vloge odločevalcev ali ekspertov, temveč le usmerjajo participativni proces, svetujejo v primeru konfliktov in povezujejo najrazličnejše deležnike. Gre za tako



Slika 1: SY_CULTourova metodologija upravljanja in oblikovanja kulturnih turističnih produktov.

imenovani bottom-up pristop, ki je mišljen zlasti kot način krepitev vloge lokalne skupnosti in lokalnih turističnih ponudnikov na Črnem Vrhu (Bole 2013).

Proces je potekal v petih korakih (slika 1). V nadaljevanju omenjamo le poenostavljen postopek, saj je metodologija še vedno v fazi nastajanja (glej Boles 2013). Prvi korak je z vidika raziskovanja klasičen in predvideva **seznanitev z območjem in študija prednosti in slabosti**, kar za moderatorje celotnega postopka predstavlja osnovo nadaljnjega delovanja. V tem koraku je potrebno terensko delo, opisovanje in ocenjevanje obstoječega stanja ter sestanki z vsemi javnimi deležniki na območju.

Naslednji korak je **določitev vizije, specifičnih ciljev in osnovni oris območja s kulturnimi vrednotami ter bistvenimi deležniki**. Tukaj je bila sprva potrebna večja pobuda s strani javnih in raziskovalnih institucij, da se celoten postopek prične odvijati. Pomembna je bila inventarizacija kulture in kulturne dediščine in osnovni nabor deležnikov v lokalni skupnosti. Izpostavljamo zlasti pomemben korak, ko lokalna skupnost začne razmišljati, kako preiti iz kulture in dediščine do kulturne vrednote – torej ko začnejo vrednotiti razvojni potencial lastne kulture in dediščine in ko izrazijo interes, da le-ta predstavlja tudi njihov turističen proizvod. V tem delu je izjemno pomembno, da javne institucije in zunanji strokovnjaki ne skušajo vplivati ali vsiljevati lokalni skupnosti lastnih mnenj o »pravi kulturi«, ki jih predstavlja in ki se v občini Idrija kaj hitro približa »diskurzivni triadi rudnik–čipke–žlikrofi« (Straus 2011, 192). V praksi je delo potekalo v obliki delavnice, ki se je je udeležil najširši krog deležnikov lokalne skupnosti (vodje lokalne skupnosti, gostinci, lokalni podjetniki, predstavniki kulturnih in športnih društev, posamezniki). Na njej so prepoznali skupno 22 kulturnih vrednot, med katerimi so bile nekatere vrednote za raziskovalce, javne ustanove in poznavalce povsem neznane.

Tretji korak je **izbor kulturnih vrednot in oblikovanje ožje mreže deležnikov**, ki sodelujejo v vseh nadaljnjih korakih. Deležniki na Črnovrški planoti so med 22 inventariziranimi izbrali šest kulturnih vrednot, za katere so menili, da so najhitreje uresničljive ter hkrati še vedno predstavljajo izraz njihove lokalne kulture. To so bile: 1) opazovanje nočnega neba in astronomski observatorij; 2) oživiljanje pridelave in predelave lanu ter lanenih izdelkov; 3) športno-kulturna prireditev Trnovski maraton; 4) etnografsko tematska Matuckarjeva pot; 5) muzej 1. in 2. svetovne vojne; 6) stara italijanska železnica iz 1. svetovne vojne – idrijski *feldbahn*. V tem koraku so otipljivi rezultati *bottom-up* pristopa, saj je lokalna skupnost na podlagi lastnega vrednostnega sistema izbrala tiste izraze njihove kulture, na katere stroka oziroma zunanji eksperti najbrž ne bi pomislili. Za vsako izmed izbranih šestih vrednot se je nato izoblikovala ožja skupina deležnikov, ki je bila zainteresirana razvijati idejo in jo spremeniti v tržni produkt. V tem delu je bila izjemno pomembna komunikacija, saj je bilo potrebno k posamezni kulturni vrednoti pritegnili raznovrstne deležnike, od »vodij« lokalne skupnosti, gostincev in ponudnikov namestitev, do predstavnikov društev in posameznikov, ki imajo raznorazne interese za sodelovanje.

Naslednji korak, ki je potekal v manjših skupinah, je strateško **načrtovanje turističnih produktov in prevzemanje odgovornosti za njihovo izvedbo**. V tem delu so deležniki razmišljali o tem, kako spremeniti določeno vrednoto v turistično storitev, namenjeno obiskovalcem. Izkazalo se je, da lokalna skupnost pri načrtovanju turističnih produktov prvenstveno ne razmišlja zgolj z vidika ekonomskih koristih, temveč tudi z vidika ohranjanja kulturne pokrajine in dediščine (na primer oživiljanje pridelave in predelave lanu ali zbirke za muzej 1. in 2. svetovne vojne) oziroma zaradi osebnih duševnih ali socioloških vzgibov (na primer Trnovski maraton). V tem delu so deležniki razmišljali o tem, kaj lahko ponudijo obiskovalcem, kakšen je njihov cilj in kakšne rezultate pričakujejo v določenih časovnih in finančnih okvirih. Za vsako kulturno vrednoto so izdelali akcijski načrt, kjer so popisali vse naloge in aktivnosti, potrebne za pripravo in izvedbo turističnega produkta, skupaj z zadolžitvami ter odgovornostmi posameznih oseb oziroma društev.

Zadnji korak je **izvedba vseh omenjenih aktivnosti**, ki trenutno v teku in bo potekal tudi v prihodnosti. Gre za ključni korak razvijanja turističnih produktov, kjer pa stroka nima več vloge – vse je odvisno od lokalnih deležnikov, njihove vključenosti in lastnega interesa, ki ga imajo za svoj razvoj. Da pa je izvedba uspešna, morajo biti načrti turističnih produktov narejeni natančno in usklajeno, prav tako morajo niti jasno zapisane aktivnosti in odgovornosti, ki so jih prevzeli lokalni deležniki. V prak-



URSKA BAJEC RUPNIK

Slika 2: Kot del implementacije aktivnosti so nekateri domačini testno posadili lan, katerega pridelavo in predelavo v lanene izdelke nameravajo v bodoče ponuditi kot dodaten turistični produkt.

si se je pokazalo, da mora biti na tej stopnji v večji meri udeležena javna uprava, turistične ali kulturne organizacije (občina ali občinski zavodi, v našem primeru Geopark Idrija), ki nudijo finančno in organizacijsko pomoč pri izvedbi nekaterih aktivnosti. V Črnem Vrhu trenutno poteka implementacija nekaterih turističnih produktov, nastaja brošura v okviru Geoparka in označitev Matuckarjeve poti, hkrati se oživlja pridelava ter predelava lanu. Na splošno lahko Črni Vrh nad Idrijo na podlagi stopenj razvoja kulturnega turizma po MacDonaldovi in Jolliffeju (glej preglednico 1) uvrstimo nekje med drugo in tretjo stopnjo, saj se deloma že izvajajo načrtovane aktivnosti, a so ta lokalna partnerstva še vedno v začetnih fazah in vprašanje časa je, če bodo v prihodnosti resnično zaživele.

5 Sklep in priporočila za vnaprej

Na podlagi ene same študije primera Črnega Vrha nad Idrijo in redkih študij iz tuje strokovne literature težko z gotovostjo potrdimo tezo, da je kulturni turizem idealna aktivnost, ki bi pripomogla k ekonomskemu napredku posameznih lokalnih skupnosti. Primer Črnega Vrha nad Idrijo je pokazal, da je proces aktivacije kulture kot teritorialnega kapitala precej dolgotrajen in zahteva vključenost vseh lokalnih deležnikov, tako zasebnih kot javnih. Proces je tudi pokazal, da ekonomske koristi za lokalno skupnost pogosto niso najpomembnejši motiv za razvijanje kulturnega turizma. V našem primeru je lokalna skupnost začela razvijati kulturni turizem zaradi splošne družbene revitalizacije območja in zaradi osebnih razlogov krajanov, kot so kakovostno preživljanje prostega časa, humanitarnost, vključenost v skupnost ali osebno zanimanje. »Postranski« pozitivni rezultati so tudi ohranjanje kulturne dediščine in krepitev lastne notranje in zunanje reprezentacije skupnosti. Oživljanje pridelave in predelave lanu ter muzej 1. in 2. svetovne vojne sta takšna primera kulturnih turističnih proizvodov, ki imata hkrati vlogo varovanja in ohranjanja materialne in nematerialne kulturne dediščine. Nekoliko

presenetljivo je zato dejstvo, da so ekonomske koristi kulturnega turizma pri lokalni skupnosti v ozadju, kar je dolgoročno lahko slabost v smislu zagotavljanja trajnosti vseh turističnih aktivnosti. Po drugi strani pa je to morda tudi izraz konkretne skupnosti Črni Vrh nad Idrijo, kjer je zaposlenost in družbeno-ekonomski položaj ljudi po zaslugi podjetij Hidria in Kolektor še vedno dokaj ugoden in ekonomske koristi turizma niso v ospredju.

Zagotovo pa iz tega primera lahko podamo nekatera priporočila:

- kulturne vrednote predstavljajo teritorialni kapital in so tako »vir« za nastanek kulturno-turističnih produktov;
- same kulturne vrednote niso dovolj, treba je vložiti veliko človeškega kapitala (znanja, ustvarjalnosti, izkušenj ...) v nastanek turističnih produktov;
- participativno načrtovanje turizma, kjer lokalna skupnost ni zgolj eden od deležnikov, ampak je udeležena v vse stopnje načrtovanja, edino zagotavlja trajnostni razvoj, kar bi morali upoštevati pri načrtovanju v bodoče;
- sodelovanje lokalne skupnosti od samega začetka in vse do izvedbe aktivnosti ter vključevanje pretežno domačega kapitala minimizira negativne učinke turizma in predstavlja priložnost za revitalizacijo ter opolnomočenje lokalne skupnosti;
- javne ustanove, kot so občine, zavodi, inštituti in podobno, morajo le usmerjati in po potrebi svetoovati v procesu, nikakor pa ga ne smejo prevzeti ali vsiljevati lokalni skupnosti.

6 Zahvala

Članek je bil pripravljen v okviru projekta SY_CULTour (Sinergija kulture in turizma: uporaba kulturnih potencialov za razvoj manj razvitih podeželskih območij), ki ga sofinancira program evropskega transnacionalnega sodelovanja Jugovzhodna Evropa.

7 Viri in literatura

- Bigaran, F., Mazzola, A., Stefani, A. 2013: Enhancing territorial capital for developing mountain areas: the example of Trentino and its use of medicinal and aromatic plants. *Acta Geographica Slovenica* 53-1. Ljubljana. DOI: 10.3986/AGS53403
- Bole, D. 2013: Razvoj odgovornega turizma na podeželju s pomočjo lokalne kulture in kulturne dediščine. *CAPACities* 2. (v tisku)
- Boon, H., Cottrell, A., King, D., Stevenson, R., Millar, J. 2012: Bronfenbrenner's bioecological theory for modeling community resilience to natural disasters. *Natural Hazards* 60. Berlin.
- Csapó, J. 2012: The role and importance of cultural tourism in modern tourism industry. *Strategies for tourism industry – micro and macro perspectives*. Reka, Shanghai, New York.
- Fridl, J., Repolusk, P. 2011: Prebivalstvene značilnosti Idrije. Na prelomnici: razvojna vprašanja Občine Idrija. Ljubljana.
- Horáková, H. 2013: Whose countryside? Contested development in the new rural recreational localities in Czechia from the perspective of the countryside capital. *European Countryside* 1-2013. Berlin. DOI: 10.2478/euco-2013-0002
- Inovativna strategija trajnostnega razvoja Občine Idrija. 2011. Ljubljana.
- Kladnik, D. 2011: Temeljne družbenogeografske poteze Občine Idrija. Na prelomnici: razvojna vprašanja Občine Idrija. Ljubljana.
- Kladnik, D., Lovrenčak, F., Orožen Adamič, M. 2005: Geografski terminološki slovar. Ljubljana.
- MacDonald, R., Jolliffe, L. 2003: Cultural rural tourism: evidence from Canada. *Annals of Tourism Research* 30-2. Amsterdam. DOI: 10.1016/S0160-7383(02)00061-0

- Matarrita-Cascante, D., Trejos, D. 2013: Community resilience in resource-dependent communities: a comparative case study. *Environment and Planning A* 45. London. DOI: 10.1068/a45361
- Medmrežje 1: <http://www.geopark-idrija.si/si/geopark/129/dokumenti/> (10. 5. 2013).
- OECD 2009: *The Impact of Culture on Tourism*. Pariz.
- Richards, G. 2005: *Cultural tourism in context. Cultural tourism in Europe*. Wallingford.
- Scheyvens, R. 1999: *Ecotourism and the empowerment of local communities*. *Tourism management* 20. Amsterdam. DOI: 10.1016/S0261-5177(98)00069-7
- Shannon Peckham, R. 2003: *Rethinking heritage*. London.
- Stebbins, R. A. 1996: *Cultural tourism as serious leisure*. *Annals of tourism research* 23-4. Amsterdam. DOI: 10.1016/0160-7383(96)00028-X
- Straus, M. 2011: *O ustvarjalni kulturi mladih: za živahno prihodnost mesta. Na prelomnici: razvojna vprašanja Občine Idrija*. Ljubljana.
- Šmid Hribar, M., Ledinek Lozej, Š. 2013: *The role of identifying and managing cultural values in rural development*. *Acta Geographica Slovenica* 53-1. Ljubljana. DOI: 10.3986/AGS53402
- Šmid Hribar, M., Ledinek Lozej, Š., Nared, J., Trenkova, L. 2012: *Joint Survey of Cultural Values*. Medmrežje: <http://www.sycultour.eu/documents/joint-survey-of-cultural-values-1> (15. 11. 2012).