

Dvorci kao atrakcijska osnova za razvoj kulturnog turizma

Funda, Danijela

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The University of Applied Sciences Baltazar Zuprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zuprešić**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:129:335761>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-04-02**

Repository / Repozitorij:

[Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zuprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications](#)



VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić
Preddiplomski stručni studij
Poslovanje i upravljanje

DANIJELA FUNDA

**DVORCI KAO ATRAKCIJSKA OSNOVA ZA RAZVOJ
KULTURNOG TURIZMA**

STRUČNI ZAVRŠNI RAD

Zaprešić, 2021. godine

VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić
Preddiplomski stručni studij
Poslovanje i upravljanje

STRUČNI ZAVRŠNI RAD

**DVORCI KAO ATRAKCIJSKA OSNOVA ZA RAZVOJ
KULTURNOG TURIZMA**

Mentor:

dr. sc. Lana Domšić, v. pred.

Naziv kolegija:

KULTURA I TURIZAM

Ime i prezime studenta/ice:

Danijela Funda

JMBAG studenta:

0135144895

Sadržaj

1. UVOD.....	2
2. KULTURNI TURIZAM.....	3
2.1 POJMOVNA ODREĐENJA KULTURNOG TURIZMA	3
2.2 POVIJEST KULTURNOG TURIZMA	5
2.3 KULTURNI TURISTI	6
2.4 RAZVOJ I ODRŽIVOST KULTURNOG TURIZMA.....	7
3. KULTURNI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	10
4. DVORCI KAO NAJLJEPŠE I NAJIMPRESIVNIJE POVIJESNE GRAĐEVINE	14
4.1 POVIJEST DVORACA	14
4.2 UPORABNOST I STANJE DVORACA	16
4.3 NAJOČUVANIJI I NAJPOSJEĆENIJI DVORCI EUROPE	17
4.3.1 Dvorci doline rijeke Loire	17
4.3.2 Dvorci zapadne Njemačke.....	26
4.3.3 Dvorci sjeverozapadne Hrvatske.....	32
5. ISTRAŽIVANJE RAZLOGA POSJEĆIVANJA TURISTA DVORCIMA	38
5.1 Dvorci doline rijeke Loire	38
5.2 Dvorci zapadne Njemačke.....	43
5.3 Dvorci sjeverozapadne Hrvatske	47
6. PREPORUKE ZA RAZVOJ TURIZMA DVORACA SJEVERNE HRVATSKE ..	51
7. ZAKLJUČAK	52
8. IZJAVA.....	53
9. LITERATURA	54
9.1 Knjige:	54
9.2 Članci u časopisima:	54
9.3 Internet izvori:	55
10. POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA	57
10.1 Popis slika.....	57
10.2 Popis grafikona i tablica	57
10.3 Popis tablica.....	57
11. ŽIVOTOPIS.....	59

SAŽETAK

S pojavom suvremenoga doba dolazi i do promjena na turističkome tržištu, te promjena u turističkoj potražnji i okruženju. Veliko značenje počinju imati selektivni oblici turizma, među kojima se posebno izdvaja kulturni turizam.

Kulturni turizam kao resurnu osnovu koristi kulturno-povijesnu baštinu, ali i različite oblike nematerijalne baštine. Kulturni turizam označava idealan turistički proizvod kojemu se vrijednost sve više prepoznaje unutar zadnjih 20-tak godina te postoji tendencija daljnjeg rasta.

Tema ovoga diplomskog rada je opisati karakteristike kulturnog turizma, njegov razvoj te posebnosti kulturnoga turizma u Hrvatskoj. Također, prikazat će se potencijal dvoraca za kulturni turizam te usporediti hrvatske dvorce s dvorcima zapadne Njemačke i doline rijeke Loire u Francuskoj koji imaju veliki značaj za turizam u tim zemljama.

Ovaj se rad sastoji od tri poglavlja, uvoda i zaključka.

Ključne riječi: Kulturni turizam, kulturni turisti, dvorci.

Title in English: Castles as an attraction basis for development of cultural tourism

ABSTRACT

Modern times brought about the changes in the tourism market, in tourism demand and the environment. Selective forms of tourism are beginning to play an important role, among which cultural tourism stands out the most.

Cultural tourism uses cultural and historical heritage, both tangible and intangible, as a resource basis, i.e. a combination of culture and tourism, as well as other activities such as history, sociology, anthropology and other similar activities. Cultural tourism implies an ideal tourist product whose value is increasingly recognized within the last 20-30 years with a tendency for further growth.

The topic of this thesis is to describe the characteristics of cultural tourism, its development and the specifics of cultural tourism in Croatia. Also, the potential of castles for cultural tourism will be presented and Croatian castles will be compared with the castles of West Germany and the Loire Valley in France, which are of great importance for tourism in these countries.

This paper consists of three chapters, an introduction and a conclusion.

Keywords: cultural tourism, cultural tourists, castles.

1. UVOD

Kulturni turizam kao resurnu osnovu koristi kulturno-povijesnu baštinu, ali i različite oblike nematerijalne baštine. Kulturni turizam označava idealni turistički proizvod kojemu se vrijednost sve više prepoznaje unutar zadnjih 20-tak godina te postoji tendencija daljnjeg rasta. Dvorci se ubrajaju u nepokretnu materijalnu kulturnu baštinu i kao takvi imaju veliku vrijednost, ne samo zbog građevinske posebnosti, već i zbog cjelokupnog inventara (umjetničke slike, portreti, freske, namještaj). Gradili su se u krajolicima te su bili okruženi, perivojima i vrtnim skulpturama. Bili su upravna sjedišta posjeda, ali se u njima i živjelo. Tema ovoga završnog rada su dvorci kao resurs u kulturnom turizmu. Istaknut će se važnost kulturnoga turizma i važnost dvoraca kao kulturno-povijesnih građevina koje svjedoče o bogatoj kulturnoj prošlosti. Kroz rad će se prikazati razvoj i karakteristike dvoraca u svijetu i Hrvatskoj te njihova važnost u razvoju kulturnoga turizma. Cilj je rada predstaviti turistički potencijal dvoraca u razvoju kulturnoga turizma.

Pri izradi završnog rada korišteni su sekundarni izvori podataka i podaci dobiveni vlastitim istraživanjem. Korištena je stručna literatura (knjige, članci, završni i diplomski radovi) te internetske stranice.

Rad se sastoji od pet glavnih poglavlja.

Prvim i drugim teorijskim poglavljem nastoji se definirati kulturni turizam, njegov razvoj, povijest i održivost te kulturni turizam u Hrvatskoj.

U trećem poglavlju predstaviti će kratki pregled kulturne baštine dvoraca u Europi i Hrvatskoj, istaknuti europske i hrvatske dvorce te napraviti usporedbu dvoraca gledajući ih s estetskih aspekata kao potencijalnih standarda za usporedbu fizičkoga stanja hrvatskih dvoraca promatranoga geografskog područja.

Četvrto poglavlje rada istraživačkog je tipa. Za potrebe istraživanja korišteni su podaci dobiveni u dvorcima, a koji se odnose na statistike posjetitelja te podaci dobiveni razgovorom s posjetiteljima i zaposlenicima dvoraca.

U posljednjem, petom poglavlju izdvojiti će neke preporuke za razvoj turizma dvoraca u sjeverozapadnoj Hrvatskoj.

2. KULTURNI TURIZAM

2.1 POJMOVNA ODREĐENJA KULTURNOG TURIZMA

Više je definicija kulturnog turizma. U nastavku navodimo neke od njih.

„Kulturni turizam označava kretanje ljudi koje je uzrokovano kulturnim atrakcijama izvan njihovog uobičajenog mjesta stanovanja, s namjerom sakupljanja novih informacija i iskustava kako bi zadovoljili svoje kulturne potrebe.“ (Richards, 1999:16-32)

„Kulturni turizam je žanr turizma specifičnog interesa koji se temelji na potrazi za sudjelovanjem u novim i značajnim kulturnim iskustvima, bilo estetskim, intelektualnim, emotivnim ili psihološkim.“ (Reisinger, 1994:24-28)

„Kulturni turizam je oblik turizma čija je svrha, između ostalog, otkrivanje spomenika i lokaliteta. Zbog toga ima pozitivne učinke na iste utoliko što doprinosi njihovom održavanju i očuvanju. Ovaj oblik turizma u stvari opravdava napore koje spomenuto održavanje i očuvanje zahtijevaju od ljudske zajednice zbog socio-kulturne i ekonomske dobrobiti koju donose stanovništvu.“ (ICOMOS, 1976)

”S pojavom suvremenoga doba dolazi do dinamičnih i intenzivnih promjena na međunarodnom turističkom tržištu. One su potaknute promjenama na strani turističke potražnje, ali i promjenama u širem okruženju. U okviru takvih zbivanja selektivni oblici turizma dobivaju sve veći značaj, a među njima posebno se izdvaja kulturni turizam. Kulturni je turizam specifičan selektivni oblik turizma koji imperativ postavlja na kulturno-povijesnu baštinu, onu materijalnu i nematerijalnu.“¹

„Pojam kulturnoga turizma sjedinjuje u sebi pojmove kulture i turizma. Ako se ta dva pojma pokušaju zamisliti u nekom kontekstu, na prvi se pogled čini da su vrlo blisko vezani i da se vrlo dobro upotpunjuju. Naime, jasno je da kultura i kulturna baština pridonose atraktivnosti određene turističke destinacije pa su prema tome često i preduvjet turističkog odabira. Pojam *kulturni turizam* pojavio se kao *nova* vrsta turizma 1970-ih godina, iako gledajući unatrag uviđamo da su putovanja motivirana posjećivanjima manifestacija, znamenitih građevina i umjetničkih djela postojala još u antičko doba te su se nastavila sve do današnjih dana kada su i ponovno prepoznata kao jedna od podvrsta turizma specijalnog interesa.“²

¹ Portal za kulturni turizam <dostupno na <http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/okulturnomturizmu/> > [19.01.2021.]

² Portal za kulturni turizam <dostupno na <http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/okulturnomturizmu/> > [19.01.2021.]

„Kultura utječe na oblikovanje naših percepcija, stavova, osjećaja, predodžbi i stereotipova. Kultura strukturira državna tijela i utječe na društvene, političke, ekonomske, financijske, edukacijske, religiozne, rodbinske, zdravstvene i rekreacijske društvene sustave. Kultura utječe na obiteljske, društvene i poslovne odnose“ (Reisinger, 2009).

„Kultura se u odnosu na pojam turizma može definirati kao ukupnost materijalnih i duhovnih vrijednosti u području turizma te stupanj čovjekova poznavanja tih rezultata, što uključuje u sebi poglede, odnose, rizike, ponašanje ljudi, bilo turista, bilo nositelja turističkih usluga svih vrsta.“ (Vizjak, 1998).

Ako kulturu u njenom širem i sveobuhvatnom smislu definiramo kao ukupan način života ljudi nekog društva i ako kultura uključuje sve oblike društvenih aktivnosti, onda kultura turizma obuhvaća jedan dio ili modalitet unutar tog ukupnog načina života koji se odnosi na jednu specifičnu društvenu aktivnost ili fenomen, tj. turizam i podrazumijeva cjelinu turizma kao kulturne pojave. Kulturni je turizam oblik turizma čija je svrha, između ostalog, otkrivanje spomenika i lokaliteta. Zbog toga ima pozitivne učinke na iste zato što doprinosi njihovom održavanju i očuvanju. Ovaj oblik turizma ustvari opravdava napore koje spomenuto održavanje i očuvanje zahtijeva od ljudske zajednice zbog socio-kulturne i ekonomske dobrobiti koju donose stanovništvu. (ICOMOS, 1976).

„Kulturni se turizam zasniva na mozaiku lokaliteta, tradicija, umjetničkih oblika, slavija i iskustava koji portretiraju naciju i njene ljude, odražavajući raznolikost i njihov karakter. O kulturnom se turizmu mora razmišljati jer zapravo ne postoji druga vrsta turizma. Turizam jest upravo to... Ljudi ne dolaze u Ameriku zbog naših aerodroma, oni ne dolaze zbog naših hotela ili sportskih i rekreacijskih terena... Oni dolaze zbog naše kulture: visoke kulture, niske kulture, srednje kulture, desne, lijeve, stvarne ili zamišljene – oni dolaze vidjeti Ameriku“. (Garrison Keillor, 1995.)

„Vezano uz kretanja u turizmu, važno je promatrati što se globalno događa na turističkome tržištu budući da to na različite načine utječe i na suvremena obilježja kulturnoga turizma. Turizam bilježi kontinuirane stope rasta i takva se predviđanja nastavljaju i za naredno desetljeće. S globalnim rastom raste i potražnja za različitim proizvodima specijalnih interesa, uključujući i kulturni turizam. Takvim kretanjima uvelike pridonosi rast raspoloživih prihoda, novi i jeftiniji načini prijevoza te porast upotrebe informacijskih i komunikacijskih tehnologija. Međutim, osim prognoza o rastu turističkih dolazaka i noćenja, još je važnije promatrati što se događa na području kvalitativnih trendova, odnosno, prvenstveno u sustavu vrijednosti turista kao potrošača koji se odražava na njihov životni stil općenito, pa tako i na turistička putovanja. Istovremeno, mijenja se i ponuda u destinacijama i nastoji se prilagođavati tim brzim promjenama.“ (Tomljenović, Boranić, Živoder, 2015:7)

„Generalno se smatra da kulturni turizam obuhvaća putovanja pretežno motivirana upoznavanjem kulturne baštine, povijesti, umjetnosti i kulture života i rada. Prema procjenama iz 2009. godine u svijetu je ostvareno oko 375 milijuna kulturnih putovanja. Kulturni turisti

poželjan su segment iz više razloga, a ponajviše jer su gosti više platežne moći, obrazovaniji i stimuliraju kulturne aktivnosti u destinaciji. Zbog toga je spektar aktivnosti koji uključuje komponentu kulture sve širi što dovodi do daljnje segmentacije ovoga tržišta pa tako danas možemo govoriti o trima podsegmentima:

- 1) putovanja motivirana upoznavanjem kulturne baštine koja se odnose na obilazak kulturno-povijesnih lokaliteta i aktivnosti kroz koje se upoznaje prošlost,
- 2) putovanja motivirana prisustvovanjem kulturnom događanju koja se odnose na uprizorenje nekih zbivanja iz prošlosti ili su suvremenog karaktera, uključujući i popularnu kulturu,
- 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 i rada ili suvremenu umjetničku produkciju.“ (Institut za turizam, 2015)

Većina svjetskih poznatih i suvremenih autora kulturnog turizma smatra da kulturni turizam obuhvaća: ³

- „1) baštinski turizam (*eng. heritage tourism*),
 - 2) umjetnički turizam (*eng. arts tourism*),
 - 3) gradski turizam (*eng. urban cultural tourism*),
 - 4) ruralni kulturni turizam (*eng. rural cultural tourism*),
 - 5) profesionalni turizam (*eng. life-seeing tourism*),
 - 6) kreativni turizam (*eng. creative tourism*),
 - 7) etični turizam (*eng. ethical tourism*),
 - 8) autohtoni, domaći kulturni turizam (*eng. indigenous cultural tourism*),
 - 9) suvremeni kulturni turizam (*eng. contemporary*)
- te se svaka od ovih kategorija dijeli na još podkategorija.“

2.2 POVIJEST KULTURNOG TURIZMA

Povijest turizma pokazuje konzistentan slijed putovanja do masovnih migracija uz logičnu diversifikaciju i disperziju na posebne i pojedinačne oblike, vrste i podvrste turizma od kojih svaka može slijedom vremena i društvenog razvitka imati identičan slijed. To je rezultat intenzivnih promjena u tehnološkom, gospodarskom i društvenom okruženju, koje iniciraju potpuno novu situaciju na međunarodnome turističkom tržištu.

³ Neki od autora koji pišu o kulturnom turizmu i referiraju se na njegove podskupine su F. Tilden, otac interpretacije baštine (Tilden, F. (1977) *Interpreting Our Heritage*, Chapel Hill: University of North Carolina Press), C. Schweitzer (Schweitzer, C. (1999) *Cultural Tourism: The Hot Ticket to Cool Meetings*, Association Management), a u Hrvatskoj tu je D.A. Jelinčić s pogledom na domaću situaciju u kulturnom turizmu (Jelinčić, Daniela Angelina, *Abeceda kulturnog turizma*, Meandar, Zagreb 2008.

Još u vrijeme antičkoga Rima ljudi su posjećivali mjesta na kojima su se nalazili ostaci starijih kultura i civilizacija. Poznato je da su u prošlosti najveći broj turista bili hodočasnici. Porijeklo riječi turizam ipak se veže uz pojam *Grand Tour*, koji označava putovanje u određena mjesta i gradove (ponajviše Zapadne Europe, ali ne isključivo) zbog obrazovanja i ugone. Potreba za takvim putovanjima nastala je u 17. stoljeću u Velikoj Britaniji među aristokracijom, kojima je put u kontinentalnu Europu bio dijelom obrazovanja, da bi se kasnije proširila i među srednjom klasom. Što je takvo putovanje postalo masovnije, smanjivalo se njegovo edukacijsko značenje. Tada se javljaju i prvi muzeji koji veličaju umjetnička i industrijska postignuća, te s vremenom postaju utjelovljenje buržoaske ideje o univerzalnosti kulture. Muzeji su ubrzo postali središtem interesa putnika, tj. turista. Oko 1862. stvoren je do tada nepoznat pojam – atrakcija. Označavala je nešto što privlači pažnju, kao što je neka zanimljiva ili zabavna izložba. Postupno je dostupnost muzeja, izložbi i ostalih kulturnih manifestacija bitno potpomogla razvitak turizma. U drugoj polovici 19. stoljeća razvila su se i organizirana putovanja po uzoru na „Grand Tour“.

„Sve do prvog svjetskog rata u europskom su turizmu kao motivacija za putovanje bili kulturni sadržaji. Između dva rata, ponajviše u zemljama sjeverne Europe, naglasak je bio na domaćem turizmu, uključujući i boravak na selu. Poslije Drugog svjetskog rata uglavnom se radilo o posjetima turista iz sjevernoeuropskih zemalja Mediteranu, gdje se jeftino moglo uživati u suncu i moru. Ponuda se temeljila na standardiziranim proizvodima koje su nudili tour operatori čije je središte bilo u zapadnoj i sjevernoj Europi. To je uključivalo relativno oskudnu kulturnu ponudu, koja se uglavnom svodila na idealizirane *nacionalne* kulture koje su mnogi turisti tada po prvi put izravno susretali. U međuvremenu turizam je postao jedna od najvećih industrija. Razvivši se od elitne zanimacije u nužni godišnji odmor za mase, postao je jedan od najvećih globalnih izvora zapošljavanja.“ (Pančić Kombol, 2006:211-226.)

„Istovremeno, zahvaljujući demokratizaciji kulture, svi su se njezini oblici razvili i proširili, te se srednja klasa više no ikad počela interesirati za oblike *visoke* kulture. Međutim, kultura i turizam razvijali su se relativno neovisno jedan od drugog. Kulturne su institucije naginjale svojevrsnom elitizmu i turiste su doživljavale kao nešto što ih zapravo odvraća od glavnog posla koji se odnosi na konzervatorstvo, odnosno na proizvodnju stručnih sadržaja. U posljednjim je desetljećima na više različitih razina, kako na razini znanstvenih istraživanja unutar različitih struka koje se bave turizmom i kulturom, tako i na onoj praktičnoj, osviještena činjenica da turisti doživljavaju i konzumiraju turizam uvelike kao cjelovito kulturno iskustvo“ (Vukonić, 2008: 111-122).

2.3 KULTURNI TURISTI

„Rast potražnje za kulturnim turizmom uvjetovan je socio-demografskim promjenama, kao i promjenama životnoga stila, većim stupnjem obrazovanja, porastom broja starijih stanovnika koji imaju izražen interes za kulturu, manjim interesom za odmorom sunca i mora te potragom za alternativnim aktivnostima, s manje slobodnog vremena koje se onda želi iskoristiti na

kvalitetan način. Kako će se ovaj trend nastavljati u budućnosti, tako će rasti i potražnja za kulturnim turizmom.

Međutim, na tržištu se ističe heterogenost potražnje za ovom vrstom proizvoda, pa se pri izradi strategije razvoja kulturnoga turizma Ministarstva turizma Republike Hrvatske imalo na umu da se turisti razlikuju po ulozi koju kultura ima u njihovoj motivaciji da putuju, primjenjujući sljedeću tipologiju:

Turisti motivirani kulturom

Ovu grupu čini 5-15 posto turista te oko 5 posto lokalnih stanovnika. Njima su atraktivna elitna kulturna događanja i turistički paketi te vole da ih se tretira kao posebne goste.“ (Strategija razvoja kulturnog turizma, 2003:6)

Turisti inspirirani kulturom

„Ovo je najveća skupina u koju spada oko 30 posto turista i otprilike 15 posto lokalnih stanovnika. Njih privlače dobro poznati kulturni lokaliteti, atrakcije ili događaji (npr. popularne izložbe). Osjetljivi su na cijenu i traže vrijednost za novac. Oni su tek djelomično motivirani kulturom, i to ih privlače uglavnom dobro reklamirane i popularne predstave, koncerti ili izložbe i teško da imaju išta više od površne znatiželje za lokalnu kulturu. Posjetit će kulturne atrakcije pod uvjetom da imaju vremena, da su im one lako dostupne te da im nude vrijednost za novac.“ (Ibidem, 2003:6).

Turisti privučeni kulturom

„Oni čine otprilike 20 posto turističkoga te 20 posto lokalnoga tržišta. Ova grupa ne planira svoj posjet kulturnim atrakcijama, ali će ih posjetiti ako su im ponuđene tijekom njihova boravka. Za ovu grupu lokalni kulturni resursi mogu biti atraktivni pod uvjetom da su na vrijeme dobili informacije o predstavama, izložbama ili kulturnim i povijesnim atrakcijama lokaliteta. Marketing u samoj destinaciji, pravovremeno informiranje, dostupnost atrakcije i, gdje je potrebno, lakoća rezervacije ulaznica, ključni su elementi za privlačenje ove grupe turista. Stoga je potrebno imati na umu da većina tzv. kulturnih turista nije specifično motivirana kulturom, odnosno da je udio onih za koje su kulturne turističke aktivnosti glavni motivator putovanja relativno malen“ (Ibidem, 2003:6).

2.4 RAZVOJ I ODRŽIVOST KULTURNOG TURIZMA

Sve je veća uloga kulturnog turizma u gospodarstvu različitih zemalja. Kulturni je turizam proizvod demografskih i društvenih trendova. Budući da tvornice nastavljaju smanjivati broj radnika i proizvodnju, kao i profit, mnoge zajednice okrenule su se kulturnom turizmu kao pokretaču ekonomskoga rasta i zapošljavanja. Novi trendovi koji podupiru razvoj i popularnost kulturnog turizma jesu:

- sve veća popularnost kratkih odmora (vikendi sa spojenim praznicima itd.), obrazovani, zaposleni ljudi sa stresnim ubrzanim životima ciljani su skupina kulturnog turizma;
- sve veća važnost eko-turizma i avanturističkog turizma (npr. rafting itd.);
- veća popularnost turizma temeljenog na iskustvima, a ne samo na konkretnim objektima – naglasak je na priči, paketu ponude, iskustvu;
- promjena koncepta muzeja – muzeji bazirani na ideji, i sama zgrada može predstavljati koncept ili ideju;
- povezivanje *visoke* kulture i *popularne* kulture – spoj modernog i tradicionalnog (baštine);
- razvoj interneta i utjecaj tehnologije (Richards, 2002:231).

„Važna karakteristika koja utječe na gospodarstvo svake zemlje jest održivost. Pa tako je vrlo značajna i u kulturnom turizmu. Pod održivosti kulturnog turizma podrazumijevamo posvećivanje jednake pažnje korištenju i očuvanju kulturnih dobara. Održivost je kompleksan zadatak razvoja kulturnog turizma budući se u ovom procesu isprepliću i u njemu aktivno sudjeluju različiti sudionici koji mu pristupaju s različitih pozicija i s različitim, često suprotnim, interesima. Iz navedenoga možemo zaključiti da su turizam i racionalno upravljanje kulturnim dobrima u čvrstom odnosu, te jedan određuje drugi i utječe na njega i obrnuto. Održivost kulturno-turističkoga projekta, programa ili proizvoda temelji se na preciznoj procjeni prevladava li kulturno-baštinska ili turistička *strana* partnerstva jer će se prema njoj odrediti strategija, odnosno upravljački plan razvoja i implementacije.“ (Jelinčić, 2010:36).

Učinci razvoja kulturnog turizma

„Zaštita sociokulturnih vrijednosti unutar turističke destinacije nije samo zadaća turizma, nego cijelog društva. Razvoj kulturnog turizma može imati pozitivan i negativan učinak. Pozitivni i negativni učinci kulturnog turizma jako su slični učincima u turizmu uopće. Razlika je što se kod kulturnog turizma javlja dodatna prijetnja posebno prilikom posjete kulturnoj baštini svjetskoga značaja, tj. na mjestima gdje postoji stalni pojačani pritisak većeg broja posjetitelja. Prožimanje kultura u turizmu može imati pozitivne, ali i negativne konotacije. Pozitivni utjecaji podrazumijevaju upoznavanje lokalne kulture, jezika, običaja, kulturne baštine, održavanje identiteta lokalne zajednice, upoznavanje kulturnih vrijednosti turista, učenje stranih jezika i dr. Negativni utjecaji obuhvaćaju odnos lokalnoga stanovništva prema bogatim turistima (psihološka rezistencija), netolerancija na vjerskoj, rasnoj ili političkoj osnovi i dr.“ (Vuković, 1998:138).

„Turizam može pospješiti očuvanje i prijenos kulturnih i povijesnih tradicija koje često pridonose održavanju i održivom menadžmentu prirodnih resursa, zaštiti lokalnoga naslijeđa i preporodu autohtonih kultura, kulturne umjetnosti i rukotvorina“ (Hitrec, 2000:68).

Održivost kulturnog turizma

„Ako se želi ostvariti pozitivan rezultat te ako se dugoročno može očekivati korist od kulturnog turizma, vrlo je važno veliku pažnju posvetiti održivosti. Ovdje se prate prihvatljivi i

neprihvatljivi oblici turizma i vrlo je važno postaviti granicu razvitka kulturnog turizma. Postizanje zadovoljavajuće interakcije između potencijalno konfliktnih očekivanja i aspiracija posjetitelja i same lokalne zajednice predstavlja zasigurno priličan izazov. Pretjeran ili loše vođen turizam može naškoditi prirodi, kulturi i lokalnom načinu života, a tako i budućim potencijalnim posjetiteljima. Turizam treba donijeti dobrobit lokalnoj zajednici i biti izvorom i motivacijom za njegovanje vlastite kulture“ (Vizjak, 1998:294).

„Studija koju je objavila Europska unija o održivom turizmu, temeljenom na prirodnoj i kulturnoj baštini, prepoznaje tri stupa:

1. ekonomski – ovdje se daje definicija održivosti turizma i poduzetništva, te njihov međusobni utjecaj, dostupnost radne snage, prirodni resursi, ekonomska kohezija, blagostanje, te financijska dobit;
2. društveni – mogućnost zapošljavanja, kvalitetan turizam, doprinos razvoju čovječanstva, socijalna pravda, etično ponašanje, poštivanje domaćeg stanovništva, te se i kod društvenog stupa kao i kod ekonomskog navodi kohezija, u ovom slučaju društvena;
3. ekološki – održivost u domeni okoliša iskazuje se u ekološko prihvatljivoj proizvodnji i konzumaciji u čitavom lancu turizma i u održivom upravljanju, zaštiti i konzervaciji prirodnih resursa.“ (Ibidem, 1998:294)

U kulturnom turizmu ključna mjera jest omjer broja turista i kapaciteta određenog područja koje turisti posjećuju. Svjetska turistička organizacija (WTO) održivim turizmom smatra razvoj koji odgovara potrebama turista i domaćina, istovremeno štiteći i povećavajući prilike i mogućnosti u budućnosti. Riječ je o tipu djelatnosti koji upravlja svim resursima na način da ekonomske, društvene i estetske potrebe mogu biti zadovoljene. Naravno, upravo u turizmu temeljenom na kulturnoj i prirodnoj baštini veći je rizik od oštećenja kulturne baštine ili čak uništenja socio-ekonomskog tkiva i okoliša, nego kod drugih oblika turizma.

3. KULTURNI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ

„Turizam se u Republici Hrvatskoj razvio vrlo rano. Danas je turizam jedan od glavnih izvora prihoda. Hrvatska raspolaže brojnim prirodnim ljepotama, morem, kulturnom baštinom, koje uvijek valja istaknuti u turističkoj ponudi naše zemlje. Turizam se u Hrvatskoj desetljećima razvijao kao masovni turizam, a kultura i druge atrakcije predstavljali su ponudu u sklopu izleta i razgledavanja gradova koje su turističke agencije nudile turistima koji dolaze na ljetni odmor. Kulturni je turizam moguće razvijati u mnogim hrvatskim gradovima, na primjer kao što su Dubrovnik i Split.“⁴

„Mnogi gradovi u Republici Hrvatskoj obiluju prirodnim ljepotama i kulturnom baštinom koju valja istaknuti, te veći broj spomenika visokih kategorija koje još nisu u potpunosti iskoristili za razvoj kulturnog turizma. Kulturni turizam jedna je od ključnih odrednica razvoja hrvatskog turizma, kojemu se na najvišim državnim razinama posvećuje osobita pozornost. U razdoblju od prosinca 2003. do kraja 2009. godine, prihvaćena je Strategija razvoja kulturnog turizma u Hrvatskoj i započela je njezina četverogodišnja implementacija, ustrojeno je Ministarstvo mora, turizma, prometa i razvitka Republike Hrvatske u kojemu je turizam djelovao u okviru triju uprava, od kojih je ona za sustav turističkih zajednica i selektivne oblike turizma bila zadužena za kulturni turizam, te je početkom 2008. godine odjel turizma ponovno dobio samostalno ministarstvo.

Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2010. godine za cilj je imala stvoriti okvir za kvalitetne, suvremene i inovativne turističke ponude, koje trebaju povećati konkurentnost hrvatskog turizma na tržištima turističke potražnje i kapitalnih investicija. Strategija ističe kulturni turizam koji postaje značajniji dio ponude i jedan od suvremenih tipova turizma.“⁵

„Procesi kulturne razmjene stari su koliko i sama kultura“ (Demonja, 2011:185). „Svaka se svjetska kultura oblikovala u neprestanom procesu uzimanja i davanja. Kultura je fenomen koji se konstantno razvija, ona je živi identitet. Ona je dinamični model, a pokušava li se ukalupiti u statički oblik, prestat će postojati kao izvor inspiracije. Kultura čuva i razvija nacionalne vrijednosti, istodobno ostajući otvorena prema svijetu i suvremenosti. U današnjem vremenu opće globalizacije društva i zajednice, upravo kultura i umjetnost imaju sve veće značenje. Kultura i baština su u stanju stvoriti poželjne destinacije. Uspješni projekti stvaraju veći priljev utjecajnih posjetitelja, produžuju turističku sezonu, proširuje se potražnja na manje poznate turističke lokacije, a time se potiče regionalna ekonomija i stimulira potrošnja jer se turistima nudi širi spektar aktivnosti tijekom boravka u destinaciji“ (Vrtiprah, 2006:279-296).

⁴ Portal za kulturni turizam, <dostupno na <http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/okulturnomturizmu/>> [21.01.2021.]

⁵ Portal za kulturni turizam, <dostupno na <http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/okulturnomturizmu/>> [21.01.2021.]

Razvojem kulturnog turizma unaprjeđuje se važnost i promocija manje prepoznatljivih destinacija. Država ima veliku ulogu u razvoju i poticanju kulturnog turizma. Uloga države u razvoju kulturnog turizma nezaobilazna je zbog činjenice da su kulturna dobra pod upravljanjem države, koja tradicionalno financira razvoj kulture, a jedan od bitnih zadataka turizma je stvaranje prepoznatljivosti određene turističke destinacije što se čini i kroz promociju kulturne baštine tog prostora.

„Ulaganje u kulturu i kulturne industrije i uzimanje kulturnog aspekta u razmatranje mora imati značajnu ulogu u planiranju i provođenju ekonomskog razvoja u Republici Hrvatskoj, jer kultura u tom procesu ima funkcionalnu i normativnu ulogu. Ulaganje u kulturu kreira nova radna mjesta, smanjuje siromaštvo, sudjeluje u trgovačkoj razmjeni (sudjelovanje u ukupnom izvozu putem izvoza i uvoza kulturnih dobara i usluga), potiče razvoj novih tehnologija i utječe na poboljšanje opće kvalitete života (utječe na individualnu i agregatnu dobit i potrošnju) i potiče ugrožene skupine stanovništva da sudjeluju u društvenim procesima.“⁶

„Također, u kontekstu Republike Hrvatske, ne smije se zanemariti uloga kulture u procesu pomirenja i izgradnje grupnog/nacionalnog identiteta kroz obnovu kulturnog naslijeđa. Kultura daje kontekst svakodnevnom životu, a u svakodnevnom se životu odvija pravi ekonomski razvoj. Ne smije se zaboraviti da kultura uvijek privlači turiste, ali nju treba raskriti, pokazati, jer je često nevidljiva ili skrivena. I zato je u kulturnom turizmu ključno aktiviranje i oživljavanje kulturnih potencijala, koji moraju biti atraktivni, odnosno animirani.“ (Sršen, 2006:21).

Već je identificirano više problema koji se javljaju u kulturnom turizmu u Hrvatskoj, a neki od njih jesu:

„- nedovoljno razvijen sustav kulturnih statistika – nedostatak kulturnih statistika u području kulturnog turizma, primjerice evidencija posjetitelja kulturnim ustanovama, lokalitetima i slično, među kojima je mnogo i turista, onemogućuje promišljanje i izradu konkretnih strategija i planova kulturnog turizma;

- nedovoljna znanja koordinatora projekata o kulturnom menadžmentu – samo multidisciplinarno obrazovani stručnjaci, oni s kvalitetnim znanjima iz kulturnog menadžmenta, mogu jedan kulturno-turistički potencijal aktivirati kulturno, edukativno i tržišno. Stoga, u Hrvatskoj treba poraditi na promjenama u dosadašnjem sustavu obrazovanja iz područja kulturnog menadžmenta, kojega treba osnažiti kako bi se stekla odgovarajuća razina znanja iz obaju sektora, i kulture i turizma jer za državu strateški orijentiranu prema razvoju kulturnog turizma i svih njegovih, kulturnih i umjetničkih potencijala, nužni su školovani i stručni ljudi;“ (Jelinčić, 2008:267):

- „centraliziranost i birokratizacija postupaka – centraliziranost i birokratizacija postupaka za izvedbu nekog kulturno-turističkog projekta otežavaju, onemogućuju, a počesto i odvrćaju

⁶ <https://crvenared.wordpress.com/publications/uloga-kulture-i-kulturnih-industrija-u-lokalnom-ekonomskom-razvoju-aida-vezic/> [21.01.2021.]

- potencijalnog inicijatora u njegovoj realizaciji. Takav problem trebao bi se riješiti, prije svega, na lokalnoj i regionalnoj razini, odgovarajućim propisima i učinkovitijom upravom;
- nepostojanje prepoznatljivog kulturno-turističkog proizvoda – jednim od najvećih problema, osobito u svjetlu postojanja Strategije razvoja kulturnog turizma, koja je dala smjernice kako razviti kulturno-turistički proizvod, a još više zbog ustaljenog sustava državnog financiranja inicijativa/programa/projekata kulturno-turističkih proizvoda, u Hrvatskoj nakon više od četiri godine implementacije Strategije nema prepoznatljivog kulturno-turističkog proizvoda koji bi bio rezultat njezine primjene/provođenja. U tom smislu potrebno je istražiti čemu je tome uzrok: nekreativnost kulturnih i turističkih djelatnika, nedovoljna znanja iz kulture i turizma, ili nezainteresiranost i neaktivnost lokalne razine, odnosno gospodarskih subjekata;
 - nedovoljna ili loše organizirana promidžba;
 - nedovoljna suradnja između sektora kulture i turizma. (Ibidem, 2008:267):

„U Hrvatskoj kulturni turizam sve više i intenzivnije zaokuplja pozornost ne samo zaposlenih u turizmu, već i u kulturi. Brojne konferencije, skupovi i radionice sve češće posvećuju jedan dio svojeg programa kulturnom turizmu, a njegovu razvoju pristupilo se sustavno, izradom Strategije razvoja kulturnog turizma i njezinom provedbom posredstvom Ureda za kulturni turizam i Zajednice za kulturni turizam Hrvatske gospodarske komore. Razvojem kulturnog turizma, turistički sektor teži obogaćivanjem turističke ponude prevladati strukturne probleme hrvatskog turizma poput izražene sezonalnosti i geografske koncentracije potražnje duž jadranske obale, dok je interes kulturnog sektora u financijskim efektima koji proizlaze iz njegova intenzivnijeg uključivanja u turističku ponudu. Turisti koji se klasificiraju kao *kulturni turisti* - čini se da imaju prihode znatno veće od prosječnog turista te da potroše više novca na ljetovanje (nije isključivo za kulturne svrhe, ali u cjelini putovanja). Razvoj kulturnog turizma posebno je važan za one destinacije koje ne posjeduju vlastiti imidž ili taj imidž nije dovoljno izgrađen kako bi bio prepoznatljiv na tržištu.“⁷

„Ured za kulturni turizam radi na stvaranju ključne mase kvalitetno prezentiranih, suvremeno interpretiranih i profesionalno promoviranih kulturno-turističkih proizvoda integriranih u cjelokupnu turističku ponudu destinacija, a njegovi osnovni ciljevi jesu:

- stvoriti imidž destinacija bogatih osmišljenom i sadržajnom kulturno-turističkom ponudom,
- obogatiti zadovoljstvo postojećih posjetitelja, stimulirati potrošnju, produljiti sezonu i stimulirati izvansezonsku potražnju,
- privući nove tržišne segmente, i
- potaknuti domaću potražnju.“ (Sršen, 2006:17)

Ured radi na sljedećim akcijama:

⁷ Portal za kulturni turizam, <dostupno na <http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/okulturnomturizmu/>> [21.01.2021.]

- stvaranje pozitivnog okruŕja koje će poticati inicijative razvoja kulturno-turističkih proizvoda (primjerice, novoutemeljen *Nacionalni dan kulturnog turizma*, koji se održava u svibnju/lipnju, a čiji su ciljevi: razmjena znanja i informacija unutar sektora, stvaranje pozitivne klime na nacionalnoj i regionalnoj razini koja podrŕava razvoj kulturno-turističkih proizvoda, podizanje razine svijesti stanovništva o važnosti očuvanja kulturne baštine i stvaranje preduvjeta za razvoj kulturnog turizma u zemlji),
- podizanje stupnja znanja i vještina potrebnih za razvoj kvalitetnih kulturno-turističkih proizvoda (putem edukacije kadrova za razvoj kulturno-turističkih proizvoda i promociju kulturne baštine organiziranjem edukativnih seminara za kulturni turizam),
- podizanje standarda interpretacije, opremljenosti i kvalitete kulturno-turističkih proizvoda (putem potpora za poticanje razvoja kulturno-turističkih inicijativa – projekata, proizvoda, događanja, manifestacija, kao i iskorištavanje punog potencijala lokaliteta pod zaštitom UNESCO-a), i
- unaprjeđenje sustava protoka informacija, promociju i distribuciju kulturno-turističkih proizvoda (objavlivanjem knjiŕice kulturnog turizma, e-biltena za kulturni turizam, brošure o kulturnoj baštini, internetskom prezentacijom kulturno-turističke ponude, kalendarom kulturno-turističkih događanja, oglašavanjem i obradom međunarodnog tržišta).

„Osnivanje Ureda za kulturni turizam pri Hrvatskoj turističkoj zajednici pokazuje konkretni korak države u shvaćanju važnosti kulturnog turizma. Uloga Ureda u kulturnom turizmu trebala bi biti menadžerska, on bi trebao koordinirati sve hrvatske kulturno-turističke projekte i njihovu zajedničku promociju i pritom surađivati s Ministarstvom kulture Republike Hrvatske, Ministarstvom turizma Republike Hrvatske i Hrvatskom turističkom zajednicom. Međutim, njegov najvažniji zadatak je stvaranje nacionalnog kulturno-turističkog proizvoda“ (Demonja, 2001:195-196).

4. DVORCI KAO NAJLJEPŠE I NAJIMPRESIVNIJE POVIJESNE GRAĐEVINE

4.1 POVIJEST DVORACA

Dvorci su među najljepšim i najimpresivnijim povijesnim građevinama na svijetu pa ne čudi što privlače turiste iz svih krajeva svijeta. Oni su spomenici nekih prošlih vremena, a svojom arhitekturom će svakoga ostaviti bez daha. Posebne su to građevine koje odolijevaju vremenu i svoju vječnu ljepotu prenose generacijama. Osim što je njihova uloga u povijesti bila značajna jer su imali obrambenu funkciju te su bili dom uglednim ličnostima iz nekih prošlih vremena, oni i dan danas ne prestaju oduševljavati i inspirirati svojom impozantnošću.

Dvorac je prebivalište, također i rezidencija svjetovnih i duhovnih vladara, plemstva i dr. Prvotno je bilo ladanjsko prebivalište bogate građevne strukture, namijenjeno ponajviše povremenomu boravku. Katkad se podiže i u gradovima.

Najčešće su dvorci jednokatni, rjeđe dvokatni, iznimno višekatni.

Tlocrtno postoje četiri osnovna tipa:

- četverokrili sa zatvorenim unutrašnjim dvorištem;
- pravokutni (gradska palača);
- trokrilni (u obliku slova U);
- dvokrili (u obliku slova L).

“Dvorci su se kroz povijest razvijali i prema stilskim razdobljima u kojima su nastajali kao što su renesansa, barok, klasicizam. Svaki dvorac ima palatium (dvoranu) koja je smještena obični na prvom katu, dok mnogi dvorci imaju i kapelicu. Vanjska pročelja često su reprezentativna, dok su ona prema dvorištu otvorena arkadama. Dvorac je gotovo uvijek okružen perivojem francuskog ili engleskog tipa, a često imaju vrtne skulpture kao ukrase.”

“Razvoj dvoraca može se pratiti od rimskoga doba. Raskoš (nimfeji, terme, hipodromi) i težnja za reprezentativnošću (trijemovi, portici) karakterizirali su dvorce usred velikih posjeda, koji su poznavali više razvojnih faza:

- villa pseudourbana;
- helenistički tip;
- dvorac s trijemovima, dok su se oni na granicama utvrđivali zidinama kao Dioklecijanova palača.”

Zbog ratnih prilika pri seobama naroda, dvorci su se sve više preuređivali u prave burgove (utvrđene gradove). Toskanski dvorci iz XIV. st., kao i dvorci iz XV. i XVI. st. u ostalim talijanskim krajevima i u Dubrovačkoj Republici, bili su prilagođeni krajoliku u duhu rimske tradicije. Dvorci u ostalim europskim zemljama razvijali su se pregradnjom burgova ili su se pod utjecajem toskanske palače (harmonično dvorište) oblikovali u velike četverokrilne masivne građevine renesansne tradicije, s velikim dvorištem u sredini okruženim arkadnim trijemovima, primjerice novogradnja Louvrea, Escoriala i Stuttgarta; u prijelaznim oblicima

prigrađene su im kule (okrugle, četverokutne ili bastioni), koje su s vremenom postale samo dekoracija.

“Dvorci su se tijekom povijesti stalno mijenjali, prvenstveno zbog novih tehnologija koje su se javljale tijekom povijesti, kao i zbog promjene funkcije i namjene dvoraca. Prvi su dvorci bili jednostavno „humci“ od zemlje, a srednjovjekovni dizajn dvorca poboljšao se na tim osnovama, dodajući jarke u dizajnu. Kako je tehnologija napredovala i kako su napadači postajali sofisticiraniji, tako su se pojavili razrađeni koncentrični dizajni dvorca, stvarajući tvrđavu gotovo neprobojnu za svoje neprijatelje.”

U današnje vrijeme dvorci su dizajnirani za prestiž, fantaziju i uljepšavaju romantičan pogled na život kraljeva, kraljica i plemića iz prošlih godina.

“Prvi dvorci vjerojatno su izgrađeni u Europi u 9. stoljeću. Međutim, od 10. stoljeća nadalje, Normani su bili ti koji su s posebnom snagom počeli graditi dvorce. Normani su došli iz Normandije u Francuskoj i bili su nevjerojatno uspješni i žilavi borci. Godine 1066. napali su Englesku zauvijek promijenivši tijek britanske povijesti, a polagali su pravo i na Italiju, Siciliju, pa čak i Bizant. Normani su bili izvrsni u zauzimanju novih teritorija, ali očajnički su željeli zadržati sve što su uspjeli osvojiti. Tako su postali vrsni graditelji zamka tipa motte i bailey – jednostavnog zamka od zemljanih radova koji bi se brzo stvorio, ali je bio moćan za obranu. Gdje god su Normani osvojili teritorij, izgradili bi dvorac kako bi ojačali svoju moć. Vidjevši njihov uspjeh i drugi su se europski osvajači ugledali na njihovu strategiju gradnje dvorca te su dvorci sigurno, ali postojano, počeli nicati širom Europe.”

“Europa se sastojala od puno malih susjednih područja, svako pod vlašću drugoga plemića. Njih su kontrolirali njihovi vladari: Papa, car Svetog Rimskog Carstva ili možda engleski kralj ili španjolska kraljica. No, potrebno je naglasiti da se vlast držala vrlo lokalno, a taj kontekst lokalizma pomaže objasniti povijest europskih dvoraca. Umjesto da velika država kontrolira ljude na njezinom teritoriju, kontrola se održava na lokalnoj razini, a dvorci su pomogli upravo u tome. Snaga je zračila iz ovih europskih dvoraca, smještenim nad lokalnim gradovima i selima, na taj način držeći pod kontrolom kopnene dijelove.”

Prvi dvorci sagrađeni su u ranom srednjem vijeku (rano srednjovjekovno razdoblje) i bili su zemljani, odnosno humci od zemlje prvenstveno izgrađeni za obranu, dok su se neprijatelji mučili da se popnu na njih. Tijekom 11. stoljeća Normani su ih razvili u dvorce tipa motte i bailey. Ključna prednost dvorca motte i bailey bila je u tome što su ih vrlo brzo gradili, ali ih je bilo prilično teško napasti. Ti su dvorci bili jedan od glavnih razloga zašto su Normani uspjeli osvojiti toliko područja Europe.

U baroku je cvjetala gradnja dvorca kao što su Versailles i Schonbrunn, te se pojavio tip trokrilnoga dvorca koji je s nestankom prednjega krila dobio svečano dvorište okruženo trima krilima dvorca. U dnu dvorišta nalazilo se stambeno krilo kojemu se prilazilo kroz dubinu svečanoga dvorišta. U 18. st., kojemu su raskošnost i mekoputnost dale osobito obilježje, nestalo je svečanog dvorišta s njegovim ukočenim ceremonijalom; pokrajnja krila povukla su se na stranu ulaznoga stambenog bloka stvarajući intimna diskretna dvorišta namijenjena privatnomu životu vlasnika i privatnim zabavama. Nastali su pravokutni, manje ili više izduženi tipovi građevina s istaknutim srednjim rizalitom i pokrajnjim paviljonima. U 19. st. tlocrt

dvorca skupio se u pravokutne oblike sa središnjom okruglom dvoranom i porticima. Sredinom i osobito potkraj 19. st. završava se tisućljetna povijest razvoja dvoraca s primjenom povijesnih stilova i praznom razmetljivošću.

U Hrvatskoj su se dvorci počeli graditi krajem 15. st., istodobno kada i u srednjoeuropskim zemljama. Tako je na istočnim obalama Jadrana nastao cijeli niz varijantata počevši od jednostavnih dvoraca u predgrađu Dubrovnika preko dvoraca s područnim zgradama i utvrđenom ogradom, kao što je Sorkočevićev dvorac na Lapadu do utvrđenih dvoraca srednje i sjeverne Dalmacije (Tvrdalj P. Hektorovića), dok su istarske *štancije* slijedile su uzor barokne mletačke palače. Neki su srednjovjekovni utvrđeni gradovi bili renesansnom pregradnjom preuređeni za udobno stanovanje (Veliki Tabor, Ozalj, Varaždin), a pregradnje su se izvodile i poslije (Cernik, 17. st., Ilok, 18. st., Trakošćan, 19. st.). Napuštajući burgove, hrvatska je vlastela tijekom 17. st. podizala dvorce (Lobor, Zajezda, Novi Marof, Jastrebarsko) koji nose kasnorenesansna obilježja (redovito se nazivaju ranobarokni) i obrambene elemente (kule ili puškarnice). Jednako kao i u Europi, najveći je broj dvoraca bio podignut u 18. st. (Vukovar, Bilje, Jalžabet, Ludbreg, Bežanec, Gornja Bistra, Brezovica, Stubički Golubovec, Darda i dr.). Hrvatske barokne dvorce karakterizira tlocrtna različitost, kao i raskoš unutrašnjeg uređenja. Na početku 19. st. podizali su se kasnobarokno-klasicistički dvorci (Virovitica, Našice, Kneževo u Baranji). Vrhunske je arhitektonske kvalitete klasicistički dvorac Januševac kraj Brdovca (oko 1830). Historicizmu uz dvorac Laduč kraj Brdovca pripada i nekoliko pregradnji (Novi dvori zaprešićki, Šaulovec)⁸.

4.2 UPORABNOST I STANJE DVORACA

Dvorci su prvo bili građeni kao rezidencije za stanovanje i pokazivanje bogatstva i raskoši plemstva, dok se danas rijetko koriste kao obiteljska rezidencija za stanovanje, a razlog tome je neisplativost. Danas se dvorci najčešće koriste kao muzeji, bolnice, wellness hoteli, te hoteli.

Prema Plešina Lenku (2005:131-138) danas postoje tri moguće uporabe dvoraca:

- prepustiti dvorac da se pretvori u ruševinu i takvog ga zaštititi,
- dvorac potpuno obnoviti i održavati,
- upotrijebiti očuvane dijelove dvoraca u gradnji novog funkcionalnog i oblivenog sadržaja.

Da bi građevine bile samoodržive, potrebno je pristupiti revitalizaciji izvan postojećih gabarita građevine, odnosno očuvati ono što dvorac čini vrijednim, ali ne i graditi ponovno isto uz insistiranje na ponovnom povijesnom izgledu dvorca.

Danas dvorci rijetko mogu služiti svrsi za koju su izgrađeni, a to je stanovanje, pa se njihova uporaba mijenja te najčešće služe za muzeje.

⁸ Dvorac < dostupno na stranici <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=16782> > [10.02.2021.]

Većina dvoraca u Europi su u boljem stanju i više su održavani nego u Republici Hrvatskoj, što zbog bolje financijske situacije samih država, većeg ulaganja u kulturni turizam, većeg zanimanja za kulturu lokalnog stanovništva i stanovništva same države.

4.3 NAJOČUVANIJI I NAJPOSJEĆENIJI DVORCI EUROPE

Europa ima najviše očuvanih i posjećenih dvoraca na svijetu. Među najposjećenijim dvorcima Europe su dvorci doline rijeke Loire i dvorci zapadne Njemačke.

4.3.1 Dvorci doline rijeke Loire

Dvorci su postali sinonim za dolinu Loire od vremena kad su ga francuski kraljevi prihvatili kao sigurno utočište od pariške političke bezobzirnosti, a zatim i kao bogato kulturno nasljedstvo. Ono što su stvorili oni i njihovi plemeniti sljedbenici, sačuvano je na vrlo visokoj razini.

Dvorci doline Loire raznoliki su koliko i brojni (preko 300), od Chenonceaua koji se proteže rijekom Cher, Chamborda sa svojim nečuvanim i nepotrebnim razmjerima, Azay-le Rideau koji naizgled pluta rijekom Indre, Amboise sa svojom vezom s Leonardom da Vincijem, Cande u kojem se Edward Princ od Walesa oženio s Wallis Simpson, a mnogi s prekrasnim vrtovima kao što su Villandry i Chaumont-sur-Loire te nekoliko poput Le Grand Pressigny i Oiron u kojima se nalaze muzeji i galerije, zaista nude ponešto za svakoga.

Zbog njihovog učinka i okruženja prirodnih ljepota UNESCO je veliki dio doline rijeke Loire, koji uključuje mnoge najbolje dvorce, zaštitio kao mjesto svjetske baštine.

Jedni od popularnih i najpoznatijih dvoraca su:

- dvorac Amboise i s njim povezan dvorac Leonarda da Vincija,
- dvorac Blois,
- dvorac Chambord,
- dvorac Azay-le Rideau,
- dvorac Chenonceau,
- dvorac Villandry
- dvorac Chaumont-sur-Loire,

i mnogi drugi.

4.3.1.1 Dvorac Amboise i s njim povezan dvorac Leonarda da Vincija

Dominantni renesansni stil dvorca Amboise u dolini Loire u Francuskoj gdje sa njegovih balkona, krovova i terasastih vrtova posjetitelji mogu uživati u krajoliku Loire i uživati u onome u čemu su kraljevi uživali.

Dvorac je sagrađen na temeljima stare tvrđave, smješten visoko iznad Loire, nudeći dobru obranu od bilo kakvih uljeza. Dvorac je zauzeo Charles VII. sredinom 15. stoljeća nakon što je

njegova vlasnica, Louise d'Amboise, bila umiješana u zavjeru protiv monarhije. Kasnije je trebala biti pomilovana, ali dvorac je ostao u kraljevim rukama.



Slika 1. Dvorac Amboise, dolina rijeke Loire, 2019.

Autorica fotografije: Danijela Funda

Tijekom 15. i 16. stoljeća francuskim je kraljevima postao omiljeno mjesto za smještaj njihovih supruga i djece dok su društvo svojih ljubavnica tražili negdje drugdje. Ovdje su živjeli kralj Henrik II. i njegova supruga Katarina de Medici, zajedno s Marijom Stuart, dječjom kraljicom Škotske, koja je obećana budućem kralju Franji II. Ovo su trebale biti godine slave u dvorcu prije njegovog pada i gubitka naklonosti u kraljevskom kućanstvu.

Početkom 17. stoljeća dvorac je bio gotovo napušten kada je posjed prešao u ruke brata kralja Luja XIII. Nakon njegove smrti vratio se kruni i pretvoren je u državni zatvor. Tada je stradao od revolucionara i cara Napoleona.

Obnovu iznutra i izvana započeo je kralj Luj-Filip za vrijeme njegove vladavine, ali njegovom abdikacijom 1848. godine vlada je zaplijenila dvorac. Tijekom Drugog svjetskog rata došlo je do nazadovanja s oštećenjima, ali obnova se nastavila i 1974. godine zaklada Saint-Louis preuzela je njezinu upravu i nastavila svoj program obnove.



Slika 2. Dvorac Amboise, dolina rijeke Loire, 2019.

Autorica fotografije: Danijela Funda

Franjo I. proveo je djetinjstvo u dvorcu i kad je naslijedio prijestolje, svoje je društvene vještine u velikoj mjeri ulagao u dvorac Amboise. Održavao je česte balove, gozbe, turnire i bio je taj koji je 1516. pozvao Leonarda da Vinci da odsjedne u divnom dvorcu Clos Lucé u blizini. Obećao mu je i mirovinu pod uvjetom da dio svog vremena provede u razgovoru i druženju s njim.

Mjesto vlastelinstva datira iz 12. stoljeća kada je bilo okruženo utverdama od kojih je ostala samo karaula. Kuća kakva je danas, dobar primjer renesansne gradnje od cigle i lokalnog sedrenog kamena, sagrađena je krajem 15. stoljeća i imala je različite vlasnike prije nego što ju je Karlo VIII. kupio i pretvorio u kraljevsku rezidenciju, možda za svoju i buduće kraljeve ljubavnice.⁹

⁹ Dvorac Amboise < dostupno na internetu <https://www.chateau-amboise.com/en/> > [24.02.2021.]



Slika 3. Clos Lucé - kuća Leonarda de Vincija, 2019.

Autorica fotografije: Danijela Funda

Nakon što ga je obitelj Amboise spasila od revolucije, Clos Lucé prošao je kroz razdoblje stabilnosti u kojem su mu jedini neprijatelji bile godine koje su prolazile. Glavni restauratorski radovi započeti su šezdesetih godina prošlog stoljeća kako bi se vratio u stanje u kojem je bio za vrijeme Leonarda, vraćajući unutrašnjost renesansnom stilu.

Danas Clos Lucé prikazuje privatni život Leonarda da Vincija kroz razgledavanje njegove spavaće sobe, kuhinje te radne sobe, kao i male kapelice s freskama njegovih učenika. U podzemnim sobama nalaze se makete i predmeti koji odaju genijalnost velikog čovjeka. Primjeri njegove inventivnosti mogu se razgledati u vrtovima gdje su napravljeni njihovi modeli u prirodnoj veličini. Prikladno je da se temelji koriste kao praktični muzej velikom misliocu, jer je okolna priroda bila inspiracija za mnoge njegove ideje.

Leonardovi ostaci sada leže u kapeli Saint-Hubert u sklopu dvorca.¹⁰

¹⁰ Clos Luce < dostupno na internetu <https://www.vinci-closluce.com/en/place-presentation> > [24.02.2021.]

Tablica 1. Prikaz cijena i usluga u dvorcu Amboise i Clos Lucé – kuća Leonarda da Vincija

Izvor: izradila Danijela Funda prema prikupljenim terenskim istraživanjem

	Dvorac Amboise	Clos Lucé – kuća Leonarda da Vincija
Cijene karata tijekom cijele godine	Odrasli 13,50 € Studenti 11,50 € Djeca 7-14 godina 9,50 € Djeca ispod 7 godina besplatno	
Cijene karata u visokoj sezoni od 1. 3. - 15. 11.		Odrasli 16,00 € Djeca 11,50 €
Cijene karata u niskoj sezoni od 16. 11. - 28. 2.		Odrasli 14,50 € Djeca 10,50 €
Radno vrijeme dvoraca	9:00-19:00 svaki dan	9:00-19:00 svaki dan
Tableti za virtualni vodič	Da Dostupni na ovim jezicima: engleski, francuski, njemački, nizozemski, talijanski, španjolski, portugalski, japanski, poljski, ruski, mađarski, češki, korejski, kineski i rumunjski	Da Dostupni na ovim jezicima: francuski,engleski, talijanskom, španjolskom, njemačkom, nizozemskom, ruskom, pojednostavljeni kineski jezik, tradicionalni kineski jezik, japanski, korejski, poljski, portugalski, brazilski portugalski, rumunjski i izraelski jezik
Transkripti audio instalacija za osobe oštećenog sluha	Da	Da

4.3.1.2 Dvorac Chenonceau

Godine 1535. kralj Franjo I. dvorac je pripojio u kraljevskom posjedu kao dio za namirenje duga. Kasnije ga je kralj Henrik II. odlučio ponuditi ne kraljici, već svojoj miljenici Diane de Poitiers, „s punim pravom vlasništva, seisina i posjeda, potpuno, mirno i trajno, kako bi njime raspolagala kao svojim vlastitim i istinskim naslijeđem“. Ovo izdvajanje dvorca Chenonceaua iz kraljevskog posjeda spasilo ga je od Francuske revolucije dva stoljeća kasnije.



Slika 4. Dvorac Chenonceau, 2019.

Autorica fotografije: Danijela Funda

Dana 10. srpnja 1559., kraljica Katarina Medici, udovica Henrika II., brzo je smijenila Diane de Poitiers i uspostavila vlast mladog kralja, njezina sina, u dvorcu Chenonceau, usred talijanske pompe i sjaja. Među svečanostima koje je ovdje održavala, upravljala je Kraljevinom Francuskom iz svoje radne sobe, odnosno Zelenog kabineta. Njezina snaha Louise de Lorraine, supruga kralja Henrika III. postala je udovica i u žalosti se preselila u dvorac.

U 18. stoljeću Louise Dupin poznata kao dama prosvjetiteljstva, nakon što je dvorac kupio njezin suprug, pozvala je u svoj slavni književni salon najveće francuske znanstvenike, filozofe i akademike. Ova iznimna žena prva je izradila Kodeks ženskih prava uz pomoć svog tajnika Jean-Jacquesa Rousseaua, koji je u Chenonceauu uživao u spokojnoj sreći koja je opisana u brojnim njegovim radovima.

Napokon, u 19. stoljeću dvorac je bio pozornica za uspjeh Madame Pelouze, rođene Margaret Wilson, prije nego što je financijski skandal doveo do njene propasti i ostavke četvrtog predsjednika Francuske Republike Julesa Grévyja, nakon slučaja pronevjere njegovog zeta, Daniela Wilsona, brata Madame Pelouze. Henri Menier kupio je dvorac od Crédit Fonciera 1913. godine. Njegovom smrću njegov brat Gaston, zamjenik i kasnije senator, dvorac Chenonceau pretvorio je u vojnu bolnicu za vrijeme trajanja Velikog rata. Podmirio je sve operativne troškove, kao što je to učinio u Noisielu, sjedištu tvornice čokolade Menier, gdje je osnovao drugu bolnicu.

Tijekom Drugog svjetskog rata, Velika galerija u Chenonceauu postala je jedina točka pristupa slobodnoj zoni, a obitelj Menier pomogla je prokrijumčariti ljude koji su bježali od nacističke tiranije. Američki predsjednik Harry Truman posjetio je dvorac na svom prvom putovanju u Francusku.

Vlasnici ga prvi put otvaraju posjetiteljima 1913. godine, Chenonceau i dalje ugošćuje okrunjene glave, državnike i vodeće osobe.¹¹

Tablica 2. Prikaz cijena i usluga u dvorcu Chenonceau

Izvor: izradila Danijela Funda prema prikupljenim terenskim istraživanjem

Dvorac Chenonceau	S letkom	S audio vodičem/tabletom
Cijene karata tijekom cijele godine	Odrasli 15,00 € Studenti 12,00 € Djeca 7-18 godina 12,00 € Djeca ispod 7 godina besplatno Grupa – preko 20 ljudi 12,00 €	Odrasli 19,00 € Studenti 15,50 € Djeca 7-18 godina 15,50 € Djeca ispod 7 godina besplatno Grupa – preko 20 ljudi 15,50 €
Radno vrijeme dvoraca	9:00-19:00 svaki dan tijekom cijele godine i blagdanima	
Tableti za virtualni vodič	Da Dostupni na ovim jezicima: engleski, francuski, njemački, nizozemski, talijanski, španjolski, portugalski, japanski, poljski, ruski, mađarski, češki, korejski, kineski i rumunjski	
Transkripti audio instalacija za osobe oštećenog sluha	Da	

¹¹ Dvorac Chenonceau < dostupno na internetu <https://www.chenonceau.com/> > [24.02.2021.]

4.3.1.3 Dvorac Chambord

Možda najpoznatiji od dvoraca doline Loire uz dvorac Chenonceau jest dvorac Chambord, velika renesansna ekstravagancija koju je kralj Franjo I. započeo početkom 16. stoljeća kao lovački dom te sadrži preko 400 soba, 365 kamina i 84 stubišta.

Dvorac se uzdiže iz srca močvarnih područja Sologne. Dvorac Chambord nije zamišljen kao stalno prebivalište, a kralj Franjo boravio je tamo samo nekoliko tjedana. To je izuzetno arhitektonsko postignuće koje kralj s ponosom pokazuje vladarima i veleposlasticima kao simbol njegove moći ugravirane u kamen. Plan dvorca i njegovih dekora potječe od središnje osi, poznatog stubišta s dvostrukom zavojnicom, nadahnutog Leonardom da Vincijem, uzlaznom spiralom koja dovodi do mnogih dimnjaka i isklesanih kapitela na terasama.



Slika 5. Dvorac Chambord, 2019.

Autorica fotografije: Danijela Funda.

Stvorio je raskošna lovišta, okružena neprekinutim zidom od 32 km da zadrži potencijalni plijen jelena i divljih svinja, te staju za 1200 konja koji su se koristili za jahanje i lov unutar terena. Označenim stazama možete voziti bicikl ili hodati po terenu, ali park je toliko velik da i kraće šetnje mogu trajati i sat vremena.

Unutar dvorca glavne namještene prostorije su sobe Franje I. i Luja XIV., zatim soba posvećena igračkama. Zbog vrijednog namještaja, dvorac je bio opustošen tijekom revolucije.

Kaže se da je na čuveno dvostruko spiralno stubište dvorca Chambord utjecao Leonardo da Vinci koji je bio gost Franje I. u Clos Lucé u blizini kraljevske rezidencije u Amboiseu.

Dvorac Chambord bio je relativno pošteđen razaranja tijekom Francuske revolucije, no velik je dio namještaja rasprodan, dok je sam spomenik izbjegao uništenje. Nakon toga trpi dulje razdoblje zanemarivanja. Tek 1809. Napoleon ga predaje maršalu Louis-Alexandreu Berthieru u znak priznanja za njegove usluge. No, Berthier rijetko posjećuje dvorac i uskoro njegova udovica traži dopuštenje za prodaju velike i ravnodušno održavane vile. Godine 1821. cijelo imanje Chambord nudi se kroz nacionalnu kampanju prikupljanja sredstava vojvodi od Bordeauxa, unuku kralja Karla X., ali naknadni politički događaji natjeraju ga u izbjeglištvo i onemogućuju mu naseljavanje dvorca. Tek 1871. on otvara dvorac prigodom kratkog boravka tijekom kojeg je napisao svoj proslavljeni „Manifest bijele zastave“ objavljujući svoje odbijanje francuske zastave i time se odričući svog prava na nasljeđivanje francuskog prijestolja. Unatoč geografskoj udaljenosti, vojvoda – koji više voli da bude poznat kao grof Chambord – nadzire održavanje dvorca i njegovog parka. Ima posjed kojim upravlja stjuard, poduzima velike projekte restauracije i službeno otvara dvorac za javnost. Nakon njegove smrti 1883. godine, dvorac su naslijedili njegovi nećaci, prinčevi od Bourbon-Parme. Od 1930. godine dvorac i njegov park državno su vlasništvo.

Godine 1840. dvorac Chambord upisan je na prvi popis francuskih povijesnih spomenika, kao i park šuma i zid 1997. godine, a od 1981. godine uvršten je na UNESCO-ov popis svjetske baštine.¹²



Slika 6. Dvorac Chambord, 2019.

Autorica fotografije: Danijela Funda

¹² Dvorac Chambord < dostupno na internetu <https://www.chambord.org/en/history/the-chateau/as-history-unfolds/>> [24.02.2021.]

Tablica 3. Prikaz cijena i usluga u dvorcu Chambord

Izvor: izradila Danijela Funda prema prikupljenim terenskim istraživanjem

Dvorac Chambord	Puna cijena	Reducirana cijena
Cijene karata tijekom cijele godine	14,50 €	12,00 €
Radno vrijeme dvorca	9:00-19:00 svaki dan tijekom cijele godine	
Tableti za virtualni vodič	Da Dostupni na ovim jezicima: engleski, francuski, njemački, nizozemski, talijanski, španjolski, portugalski, japanski, poljski, ruski, mađarski, češki, korejski, kineski i rumunjski	
Transkripti audio instalacija za osobe oštećenog sluha	Ne	

4.3.2 Dvorci zapadne Njemačke

U Njemačkoj postoji preko 20 000 dvoraca. Njemačka je prošarana brojnim prekrasnim dvorcima različitih oblika, veličina i funkcija – od romantičnih fantastičnih palača do impozantnih vojnih utvrda i slikovitih kurija.

Vjerojatno se podrazumijeva da su neki od najboljih dvoraca u Europi u Njemačkoj. Na primjer, u Njemačkoj ima gomila bajkovitih dvoraca, a govorimo i o dvorcima koji su zapravo nadahnuli i prave bajke.

Njemački dvorci potječu iz 9. i 10. stoljeća, poznato i kao veliko doba dvoraca. Dvorci odražavaju potrebu država da se zaštite od invazija drugih nacija, ali su ujedno i rezidencije starih kraljevskih obitelji. Ove nevjerojatne građevine tipično su taktičke i čvrste stjenovite građevine, koje su kraljevi i carevi gradili kako bi čuvali nacionalni teritorij u ratovanju i nametali vladavinu stanovništvu u miru.

Njemački dvorci evoluirali su tijekom pada Starog Rima, u srednjem vijeku i na početku renesansnog područja u 14. stoljeću, koje se smatra vremenom umjetnosti i arhitekture. Arhitektura njemačkih dvoraca predstavlja mješavinu kula i utvrđenih zidova, s nevjerojatno uređenim interijerom i eksterijerom, smještenim u visokim vrhovima planina i u dolinama, u blizini plovnih putova, što omogućuje puni nadzor nad okolnim teritorijem.

Moderna Njemačka uživa briljantnu baštinu dvoraca, brojeći oko 20.000,00 dvoraca raširenih po čitavom teritoriju Njemačke. Iza vrata ovih impresivnih dvoraca krije se vrlo svijetla i

zabavna povijest. Prije otprilike 100 godina, tamo su živjeli i djelovali kraljevi, carevi i njihove obitelji. Tu su se složile povijesne rezolucije, dok su mnogi vojnici tamo izgubili živote štiteći svoju naciju od napada osvajača.

U današnje doba, ove spektakularne drevne građevine služe kao kulturni predmeti, muzeji, pansioni i antičke reference.

Jedni od popularnih i najpoznatijih dvoraca jesu: dvorac Neuschwanstein, dvorac Hohenschwangau, dvorac Hohenzollern, dvorac Eltz, dvorac Heidelberg, dvorac Cochem, dvorac Lichtenstein, dvorac Mespelbrunn.

4.3.2.1 Dvorac Neuschwanstein

Na rubu planina južno od Münchena krunski je dragulj europskih bajkovitih dvoraca i najbolji dvorac u Njemačkoj, dvorac Neuschwanstein, što doslovno prevedeno znači Novi labuđi kamen. Dvorac je toliko impresivan da ga je Walt Disney koristio kao svoj model za dvorac u priči o Trnoružici. Od alpskog okruženja s pogledom na jezero, do bezvremenskog dizajna i raskošne unutrašnjosti, brzo ćete shvatiti zašto je Disney toliko volio Neuschwanstein. To nije samo jedan od najboljih dvoraca koje je trebalo posjetiti u Njemačkoj, već možda i najbolji dvorac iz bajki na svijetu.



Slika 7. Dvorac Neuschwanstein, 2016.

Autorica fotografije: Danijela Funda

Iako se Neuschwanstein čini kao da je izravno iz srednjeg vijeka, najbolji njemački dvorac zapravo je djelo bavarskog kralja Ludviga II. sredinom 19. stoljeća. To je mjesto prije bilo tvrđava vitezova Schwangaua od 12. stoljeća do 1535. godine, ali je bila u ruševnom stanju do trenutka kada je Ludvigov otac, kralj Maksimilijan II. sagradio obiteljsku kuću na brdu ispod. Ludvig je odrastao u sjeni ruševina, koje su ga zajedno s djelima opernog skladatelja Richarda Wagnera nadahnule je za izgradnju svog remek-djela. U dvorcu se nalazi sve, od špilje koju je izgradio čovjek do mnoštva velikih soba. Ludvig je Wagnera pozvao da se preseli u Neuschwanstein gdje je on napisao neka od svojih najboljih djela. Jedna od najljepših atrakcija u Neuschwansteinu je istraživanje Marijinog mosta (zatvoren zimi) koji se proteže nad velikim vodopadom iza dvorca. Put vodi i dalje pored mosta gdje se nalazi jedinstveni pogled na dvorac Neuschwanstein svisoka.

Danas je dvorac Neuschwanstein jedan od najpopularnijih dvoraca u Europi. Svake godine 1,4 milijuna ljudi posjeti „kraljevski dvorac iz bajke“. Ljeti oko 6 000 posjetitelja dnevno prođe kroz sobe koje su bile namijenjene samo jednom stanovniku.

Položaj Neuschwansteina ne može biti idiličniji, međutim, temelji se moraju kontinuirano nadzirati, a prozirni stijenski zidovi moraju se opetovano osiguravati. Oštra klima, pogotovo zimi, također štetno djeluje na vapnenačke fasade, koje će se tijekom sljedećih nekoliko godina morati postupno obnavljati.¹³

Tablica 4. Prikaz cijena i usluga u dvorcu Neuschwanstein

Izvor: izradila Danijela Funda prema prikupljenim terenskim istraživanjem

Dvorac Neuschwanstein	Puna cijena	Reducirana cijena
Cijene karata tijekom cijele godine	15,00 € Osobe mlađe od 18 godina imaju besplatan ulaz	14,00 € Osobe mlađe od 18 godina imaju besplatan ulaz
Radno vrijeme dvorca	9:00-19:00 svaki dan tijekom cijele godine	
Vodiči	Da Na njemačkom i engleskom jeziku. Grupe imaju osobnog vodiča na svom jeziku	
Transkripti audio instalacija za osobe oštećenog sluha	Ne	

¹³ . Dvorac Neuschwanstein < dostupno na internetu <https://www.neuschwanstein.de/7>> [27.02.2021.]

4.3.2.2 Dvorac Eltz

Ušuškan u bujnu dolinu, dvorac Eltz jedan je od najvećih svjetskih dvoraca iz bajki. Sadašnji dvorac gradio se od 1490. do 1540. godine, a imanje je u rukama jedne obitelji više od 33 generacije od 1157. godine. Dvorac Eltz je samo jedan od triju dvoraca u regiji rijeke Rajne iz srednjovjekovnih vremena koji nisu s vremenom uništeni ili ponovno izgrađeni.

Prvi pogled, kroz drveće, na ovaj prekrasni stari dvorac od kamena i drva s njegovih osam visokih kula savršeno smještenih iznad dna doline obećava da će biti čaroban. Smješten u pozadini zadivljujuće zelene doline i brbljavog potoka, dvorac Eltz jedan je od najboljih dvoraca u Njemačkoj koji posjećuju gosti svih dobnih skupina.

Dvorac je u vlasništvu obitelji Kempenich te potječe iz 12. stoljeća. Pažljivo je održavan i restauriran, s upečatljivim interijerima i velikim dijelom svog originalnog namještaja. Jedan je od najboljih njemačkih primjera srednjovjekovnoga dvorca.

Proširen tijekom stoljeća, sredinom 17. stoljeća dvorac je dostigao današnju veličinu, s osam visokih stambenih zgrada i ukupno 100 soba oko središnjeg dvorišta. Pažljiva obnova u 19. stoljeću nije promijenila strukturu ni ukrase.

Viteška dvorana, sa svojim oklopnim odijelima i originalnom kuhinjom iz 15. stoljeća, najvažniji su dijelovi obilaska, kao i oružarnica i riznica. U njima se nalazi jedna od najvažnijih njemačkih privatnih kolekcija povijesnih umjetničkih djela, uključujući zlato i srebro, nakit, staklo, porculan, slonovaču, oružje i zanimljivosti – više od 500 predmeta.



Slika 8. Dvorac Eltz, 2018.

Autirica fotografije: Danijela Funda

Od 1976. do 1982. grof Jakob i grofica Ladislaja zu Eltz ponovno su ožbukali i poduprli teško oštećene zidove dvorca.

Nakon osnivanja Republike Hrvatske, Jakob Graf zu Eltz bio je zastupnik u Hrvatskom saboru između 1990. i 1991. te 1998. Također je bio član Odbora za inozemne poslove i Europskog vijeća i bio je prvi član obitelji Eltz koja će biti imenovana u Red zlatnog runa. Preminuo je 2006. godine.

Dvorac Eltz u posjedu je obitelji Eltz više od 800 godina. Sadašnji vlasnik dvorca, dr. Karl Graf von und zu Eltz-Kempenich, alias Faust von Stromberg, živi u Frankfurtu na Majni.

Uz pomoć Njemačkog poticajnog programa II i Njemačke zaklade za zaštitu spomenika, dvorac se temeljito obnovio između 2009. i 2012. Te su mjere uključivale strukturne popravke, popravke krova i drvenih konstrukcija, kao i obnovu tehničke opreme u kućama Rodendorf i Kempenich. Krov Platt Eltza također je morao biti rekonstruiran.¹⁴

Tablica 5. Prikaz cijena i usluga u dvorcu Eltz

Izvor: izradila Danijela Funda prema prikupljenim terenskim istraživanjem

Dvorac Eltz	S vodičem
Cijene karata tijekom cijele godine	Odrasli 11,00 € Studenti i osobe s invaliditetom 7,00 € Djeca 7-18 godina 7,00 € Djeca ispod 7 godina besplatno Obiteljska karta (2 odrasle osobe i dvoje djece) 30,00 € Grupa – preko 20 ljudi 10,00 € po osobi
Radno vrijeme dvorca	9:00-19:00 svaki dan tijekom cijele godine i blagdanima
Vodiči	Da Dostupni na sljedećim jezicima: engleski, francuski, njemački, nizozemski, talijanski, španjolski, ruski

¹⁴ Dvorac Eltz < dostupno na internetu <https://www.burg-eltz.de/en> > [27.02.2021.]

4.3.2.3 Dvorac Lichtenstein

Inspiriran romantičnim romanom Wilhelma Hauffa *Lichtenstein*, grof Wilhelm od Württemberga, vojvoda od Uracha, dao je sagraditi dvorac Lichtenstein na povijesnim temeljnim zidovima srednjovjekovnoga viteškog dvorca.

Dvorac Lichtenstein u Baden-Württembergu gotički je preporodni dvorac iz 19. stoljeća u Švapskoj Juri u privatnom vlasništvu. Dvorac se nalazi na impresivnih 2.680 metara nadmorske visine i 820 metara iznad rijeke Echaz. Na 600 metara od dvorca nalaze se ruševine srednjovjekovnoga zamka Burg Alt-Lichtenstein. Uz veliku pažnju prema detaljima, dvorac Lichtenstein i njegova neogotička arhitektura nisu ništa drugo do savršen *hommage* srednjem vijeku. Iako u Njemačkoj postoji niz dvoraca, ovaj je dvorac izuzetno popularan među njemačkim turistima.

Sobe unutar dvorca Lichtenstein raskošno su uređene u romantičnom stilu, sa složenom obojenim stropovima i rezbarenim drvenim detaljima; ističu se živopisne zidne slike, slike stakla iz 15. i 16. stoljeća u kapeli i Viteška dvorana. Nova tvrđava Lichtenstein, sagrađena 1390. godine, smatrala se jednom od najbolje utvrđenih tvrđava srednjega vijeka i izdržala je svaki napad. Međutim, 1567. godine izgubila je status vojvodskog sjedišta i propala. Godine 1802. zgrada je rastavljena do temeljnih zidova i zamijenjena prilično nepretencioznom lovačkom kućom.

Ipak, prema suvremenim izvještajima, srce i duša koja je stajala iza procesa obnove bio je „slavni graditelj-vlasnik sa svojim genijalnim idejama“. Zahvaljujući svojoj sklonosti prema umjetnosti i domovini, grof Wilhelm od Württemberga sam je opremio sobe dvorca. Dvorac Lichtenstein, danas romantični neogotički viteški dvorac, svečano je otvoren 1842. godine u prisustvu kralja.



Slika 9. Dvorac Lichtenstein, 2018.

Autorica fotografije: Danijela Funda

Obnova vanjskog zida, kule i krova započela je 1980. Tijekom godina do 1998. restauriran je drugi kat uz razne vrijedne umjetničko-povijesne predmete. Uz pomoć zaklada i neprofitnih udruga („Wüstenrotstiftung“ i „Fördergemeinschaft zur Erhaltung des Schlosses Lichtenstein e.V.“) treći i četvrti kat dvorca Lichtenstein obnovljeni su u razdoblju 1998. – 2002.¹⁵

Cijene karata:

Odrasli 3,00 € i djeca 1,50 €

Dvorac je otvoren od 3. mjeseca do 12. mjeseca

4.3.3 Dvorci sjeverozapadne Hrvatske

Sjeverozapadna Hrvatska je povijesno-geografska regija u sjeverozapadnom i središnjem dijelu Hrvatske. Obuhvaća veći dio teritorija RH, a po zemljopisnim, kulturnim i turističkim osobinama dijeli se na Zagrebačku županiju i Grad Zagreb, Krapinsko-zagorsku županiju, Varaždinsku županiju, Koprivničko-križevačku županiju i Međimursku županiju.

U sjeverozapadnoj Hrvatskoj zbog dobre naseljenosti i mnoštvo kulturne baštine, ima mnogo dobro očuvanih starih utvrda, gradina na vrhovima gora, srednjovjekovnih urbanih cjelina, dvoraca, tvrđava i palača.

Od poznatijih dvoraca jesu:

- dvorci Trakošćan, Miljana, Maruševac, stari grad Zrinskih, Jakovlje, Januševac, Lužnica, Oršić, Veliki Tabor, Gjalski, te kompleks "Novih dvora Jelačićevih", stari grad Varaždin

4.3.3.1 Dvorac Trakošćan

Dvorac Trakošćan najposjećeniji je dvorac Hrvatskog zagorja, ali i Hrvatske općenito, te je prema znanstvenim kriterijima dvorac Trakošćan smješten u kulturne i prirodne spomenike najviše kategorije.

¹⁵ Dvorac Lichtenstein < dostupno na internetu <https://www.schloss-lichtenstein.de/en/> > [27.02.2021.]



Slika 10. Dvorac Trakošćan, 2017.

Autorica fotografije: Danijela Funda

Danas se sa stopostotnom sigurnošću ne zna tko je sagradio dvorac, odnosno prvobitnu građevinu za obranu teritorija u 14. st.

„Toponim Trakošćan prvi se puta spominje u pisanim dokumentima 1334. godine. Gospodari utvrde u prvim stoljećima nisu poznati, tek znamo da su od kraja 14. st. vlasnici grofovi Celjski, koji istovremeno gospodare čitavom Zagorskom grofovijom. Uskoro ta obitelj izumire i Trakošćan dijeli sudbinu ostalih njihovih gradova i posjeda koji se usitnjavaju, i mijenjaju razne gospodare. U toj podjeli Trakošćan, kao jedinstveno imanje, pripada najprije vojskovođi Janu Vitovcu, zatim Ivanišu Korvinu, koji ga poklanja svome podbanu Ivanu Gyulayu. Ova obitelj zadržava dvorac kroz tri generacije, te izumire 1566., a vlastelinstvo preuzima država.

Za učinjene usluge kralj Maximilijan dodjeljuje vlastelinstvo Juraju Draškoviću (1525.-1587.), najprije osobno, a potom na nasljedno uživanje. Tako je konačno 1584. Trakošćan stekla obitelj Drašković.

U razdoblju procvata izgradnje dvoraca u Hrvatskom zagorju, u drugoj polovici 18. st., dolazi do napuštanja Trakošćana. Zapušten, počinje naglo propadati, pa se tek polovinom 19. st., obitelj ponovno zanima za svoj titularni grad, u duhu novog vremena, romantičnog povratka prirodi i obiteljskim tradicijama. U tom duhu podmaršal Juraj V. Drašković grad obnavlja u rezidencijalni dvorac, a parkovni okoliš pretvara u romantičarski perivoj. Iduće generacije

povremeno borave u Trakošćanu sve do 1944. kad se iseljavaju u Austriju, ubrzo zatim dvorac je nacionaliziran.

1954. osnovan je muzej sa stalnim postavom. Danas je dvorac u vlasništvu Republike Hrvatske.¹⁶

Tablica 6. Prikaz cijena i usluga u dvorcu Trakošćan

Izvor: izradila Danijela Funda prema prikupljenim terenskim istraživanjem)

Dvorac Trakošćan	
Cijene karata tijekom cijele godine	Odrasli 40,00 kn Učenici i djeca do 18 godina 20,00 kn Djeca do sedam godina imaju besplatan ulaz
Radno vrijeme dvoraca	Ljetno radno vrijeme .01.04.-31.10. od 10:00 do 18:00 Zimsko radno vrijeme 01.11.-31.03. od 09:00 do 17:00
	Ulaz u sam park Trakošćan je besplatan

4.3.3.2 Dvorac Veliki Tabor

„Plemićki grad Veliki Tabor jedan je od najznačajnijih kulturno–povijesnih spomenika profanoga graditeljstva kontinentalne Hrvatske. Veliki Tabor je izuzetan upravo zbog svoje monumentalne i autentične fortifikacijske arhitekture. Svojim smještajem na vrhu Košničkog Huma, na 333 m nadmorske visine, dominira zagorskim krajem već više od pola tisućljeća – arhitektura se zapravo stopila s prirodom čineći jedinstvenu sliku. Impresivan je i pogled koji se s Velikog Tabora pruža na cijelo Hrvatsko zagorje i dio Slovenije.“¹⁷

¹⁶ Dvorac Trakošćan < dostupno na internetu <https://trakoscan.hr/povijest-2/> > [01.03.2021.]

¹⁷ Dvor Veliki Tabor < dostupno na <https://www.veliki-tabor.hr/o-muzeju/pregled/povijest> > [01.03.2021.]



Slika 11. Veliki Tabor

Izvor: <https://www.veliki-tabor.hr/fotogalerije/pregled/dvor-veliki-tabor-nakon-obnove>

Osim izvanrednih povijesno-arhitektonskih čimbenika koji dvorac smještaju u sam vrh istaknutih građevina takve vrste na tlu Hrvatske ističe se i po svojim nematerijalnim vrednotama – naime, ni jedan dvorac Hrvatskog zagorja ne odlikuje se tolikim pričama i legendama kao Veliki Tabor. (Obad,Šćitaroci,2005:292-296)

Stoljećima je stara priča o Veroniki Desinićkoj, zazidanoj u stijenu iznad viteškog salona zbog nesretne ljubavi. Tu je i priča o istoj Veroniki koja je čarobnjaštvom spasila Veliki Tabor od opasnog osmanskog prodora, ili pak ono o tajnom tunelu koji povezuje Trakošćan i obližnji potok.

„Ovaj spomenik kulture najviše nulte kategorije jedan je od najprepoznatljivijih identiteta, ne samo Hrvatskog zagorja, već i Hrvatske. Oko datiranja Velikog Tabora mišljenja struke su podijeljena. Jedni zastupaju mišljenje da je najstariji dio Velikog Tabora sagrađen sredinom 15. stoljeća dok drugi smatraju da se s izgradnjom najstarijeg dijela započelo tek nakon 1502. godine. Upravo provedena konzervatorska istraživanja, komparativna arhitektonska analiza te analiza otkrivenih arheoloških nalaza govore u prilog ranijeg datiranja najstarijeg dijela Velikog Tabora (sredina 15. stoljeća).

Najstariji dio uže gradske jezgre je ujedno i njen središnji dio – peterokutni palas kasnogotičkih stilskih obilježja. Palas okružuju četiri polukružne renesansne kule spojene kurtinama i ziđem sjevernog ulaznog dijela. Užu gradsku jezgru okružuje vanjski obrambeni zid (udaljenost od najistočnije do najzapadnije točke je cca 225 m) s gospodarskim objektom, renesansnim bastionom, dvije polukružne stražarnice (sjeverna i južna) te ulaznom četvrtastom kulom (prisutna samo u arheološkoj razini) kroz koju je prolazila prilazna cesta.

Pretpostavlja se da je palas bio primarno stambeni objekt ali s prisutnim fortifikacijskim elementima, uglavnom za obranu od hladnog oružja, za razliku od polukružnih renesansnih kula koje su grad utvrdile za obranu od vatrenog oružja – upravo zato su njihova podnožja skošena i proširena te nabijena zemljom. U zoni prizemlja iznad kordonskog vijenca smještene su artiljerijske strijelnice. Istaknuto ziđe prvog kata šire je od prizemlja i počiva na kamenim trostrukim konzolama u sklopu kojih se nalazi pojas s izljevnica. U ranijoj fazi, na pročeljima polukružnih kula izmjenjivale su se strijelnice—što svjedoči o fortifikacijskoj funkciji polukružnih kula. U 18. stoljeću polukružne su kule preuređene za stanovanje, strijelnice se zatvaraju a otvaraju se veći prozorski otvori.“¹⁸

„S dvorišne strane polukružne kule su povezane zidanim arkadnim trijemom s vitkim toskanskim stupovima i polukružnim lukovima renesansnih obilježja. Sa prvog kata trijema kod južne kule odvaja se zidani most prema ulazu u palas. Pretpostavlja se da je palas dao sagraditi grof Fridrik II Celjski (1378.—1454.) a njegov nasljednik Ivan Vitovec (?—1468.) je započeo izgradnju polukružnih renesansnih kula, zapadne i jugozapadne.

Gradom je najduže gospodarila obitelj Rattkay (1502.—1793.) U impresivnom atriju Velikog Tabora oživjeti će slavno doba viteštva, legendarno doba Veronike Desiničke koja je prema usmenoj predaji zazidana u zid Velikog Tabora upravo u vrijeme kralja Sigismunda i kraljice Barbare, povijesnih likova koji su zajedno s Veronikom Desiničkom uprizoreni u sklopu Srednjovjekovnih svečanosti, a isto tako u starom gradu Veronike Desiničke svake godine ožive povijesni likovi i legende, pored viteških borbi, dvorskih luda i žonglera posjetitelji mogu sudjelovati i u brojnim radionicama te upoznati tradicionalne vještine i zanate.“¹⁹

Od 2003. godine u prostorima Velikog Tabora održava se međunarodni festival kratkometražnog filma, a od 2013. godine, nakon nekoliko godina izbivanja zbog obnove dvora, festival se vraća u „domaću atmosferu“. Ono što je zanimljivo, u spomen na legendu o Veroniki Desničkoj, pobjednici za nagradu dobivaju tzv. Veronikinu lubanju.

Tablica 7. Prikaz cijena i usluga u dvorcu Veliki Tabor

¹⁸ Dvor Veliki Tabor < dostupno na <https://www.veliki-tabor.hr/o-muzeju/pregled/povijest> > [01.03.2021.]

¹⁹ Dvor Veliki Tabor < dostupno na <https://www.veliki-tabor.hr/o-muzeju/pregled/povijest> > [01.03.2021.]

Izvor: izradila Danijela Funda prema prikupljenim terenskim istraživanjem

Dvorac Veliki Tabor	
Cijene karata tokom cijele godine	<p>Djeca, studenti, umirovljenici – 15,00 kn (grupe veće od 30 osoba ostvaruju pravo na popust i cijenu od 12,00 kn)</p> <p>Odrasli – 25,00 kn (grupe veće od 30 osoba ostvaruju pravo na popust i cijenu od 20,00 kn)</p> <p>Obiteljska ulaznica – 55,00 kn (za roditelje s malodobnom djecom)</p> <p>Članovi ICOM-a, HMD-a, i sl. muzejskih udruženja: besplatno</p> <p>Članovi ostalih udruženja HAK, UHPA: 20,00 kn</p> <p>Članovi Saveza izviđača Hrvatske: 12,00 kn</p> <p>Osobe s invaliditetom ostvaruju pravo na popust: 20 %</p> <p>Donosioci kartice Zagorje CARD: 10 %</p> <p>Dva pratitelja na 30 osoba imaju pravo na besplatnu ulaznicu</p> <p>Djeca do 3 godine imaju pravo na besplatnu ulaznicu</p> <p>Popust se može koristiti samo po jednoj osnovi</p>
Cijene stručnih vodstava i radionica	<p>Stručno vodstvo na hrvatskom – 100,00 kn</p> <p>Stručno vodstvo na stranom jeziku (engleski) – 150,00 kn</p> <p>Kostimirano stručno vodstvo – 150,00 kn</p> <p>Kostimirano stručno vodstvo na stranom jeziku – 200,00 kn</p> <p>Tematsko stručno vodstvo – 250,00 kn</p> <p>Tematsko stručno vodstvo na engleskom – 300,00 kn</p> <p>Radionice – 30,00 kn / po osobi</p> <p>Predstave – 30,00 kn / po osobi</p>
Radno vrijeme dvoraca	<p>Ponedjeljak: muzej je zatvoren za posjetitelje</p> <p>Utorak – nedjelja: od 09 do 17 sati (zadnji ulaz u muzej u 16 sati)</p> <p>Muzej je zatvoren za posjetitelje:</p> <p>Blagdanima: 1. siječnja, na Uskrs, 1. studenoga, 25. i 26. prosinca.</p>

5. ISTRAŽIVANJE RAZLOGA POSJEĆIVANJA TURISTA DVORCIMA

Cilj ovog istraživanja bilo je istražiti razloge zbog kojih turisti posjećuju dvorce, motive njihovih posjeta dvorcima, zadovoljstvo ponudom tijekom posjeta dvorcima s obzirom na njihova očekivanja te utjecaj tog iskustva na kvalitetu života.

S obzirom na broj i karakter ispitanika te metoda ispitivanja koje nisu bile ujednačene, rezultati samo indikativni, ali dobro ukazuju na određene karakteristike posjetitelja dvoraca, njihove motivacije, obrazaca posjeta te konačno zadovoljstvo posjetom. Provedenim istraživanjem dobili su se sveobuhvatni rezultati na temelju koji se provela analiza te su se dobile povratne informacije koje će poslužiti za daljnju obradu podataka.

Većina se anketa provela vlastitim istraživanjem, odnosno samim posjetom dvorcima, dvorce zapadne Njemačke posjetila sam u svibnju 2018. godine, dvorce doline rijeke Loire u ožujku 2019. godine, te dvorce sjeverozapadne Hrvatske u veljači 2021. godine.

Ankete sam radila sa razgovorom turistima, mještanima te zaposlencima dvoraca. Oni su temeljem vlastitih iskustava davali odgovore na pitanja koja su im postavljena. Isto tako turisti s kojima sam razgovarala davali su odgovore prema vlastitim očekivanjima i iskustvima. Većina povratnih informacija, kao što su dob, spol i porijeklo posjetitelja, dobivena je ispitivanjem zaposlenika u samim dvorcima koji su povratne informacije dobili putem tableta za virtualne vodiče koje su posjetitelji dobivali prilikom posjeta dvorcu gdje su ispunjavali male ankete vezane uz istraživanja i statistiku dvorca.

U dvorcima Trakošćan i Veliki Tabor te su informacije dali djelatnici dvorca koji vode statistiku posjetitelja.

Istraživačka pitanja posjetiteljima odnose se na razloge zbog kojih su odlučili posjetiti dvorac, na motivaciju posjeta dvorcu, način na koji uređenost mjesta utječe na njihov posjet dvorcu, prihvatljivost cijene ulaznica, te ljubaznost osoblja i informiranost o destinaciji.

5.1 Dvorci doline rijeke Loire

Kod posjeta dvorcima doline rijeke Loire 2019. godine posvetila sam se i promatranju turista koji posjećuju dvorce doline rijeke Loire, razgovarala s lokalnim stanovništvom, te zaposlenicima dvoraca, kao i s turistima.

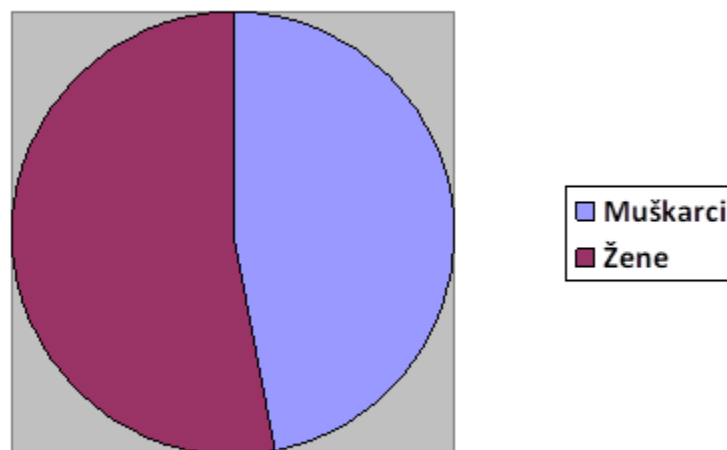
Budući da je moj posjet dvorcima bio u ožujku 2019. godine, posjećenost dvoraca nije bila prevelika. Visoka sezona za posjet dvorcima doline rijeke Loire je tijekom mjeseci svibanj, lipanj, srpanj, kolovoz i rujan. Tijekom ostalih mjeseci posjećenost dvoraca je mala, odnosno ne stvaraju se gužve prilikom kupovine karata, kao ni u samim dvorcima što je velika prednost

prilikom posjeta dvoraca jer se onda puno više sazna o povijesti dvorca, puno se više vremena može posvetiti samom dvorcu, njegovim parkovima i vrtovima po čemu su francuski dvorci poznati.

Odgovore na pitanja vezana za spol, dob i porijeklo posjetitelja dvoraca dobila sam od zaposlenika dvoraca koji imaju statistiku o posjetiteljima putem tableta koje posjetitelji dobivaju prilikom posjeta dvorcima. Rezultate ankete sam prikazala u postocima te se odnose na razdoblje siječanj – ožujak 2019. godine.

SPOL

Tijekom posjeta dvorcima doline rijeke Loire u ožujku 2019. godine prema ustupljenim podacima koji se odnose na statistiku zaključila sam da u tom periodu žene (53%) više posjete dvorce nego muškarci (47%)

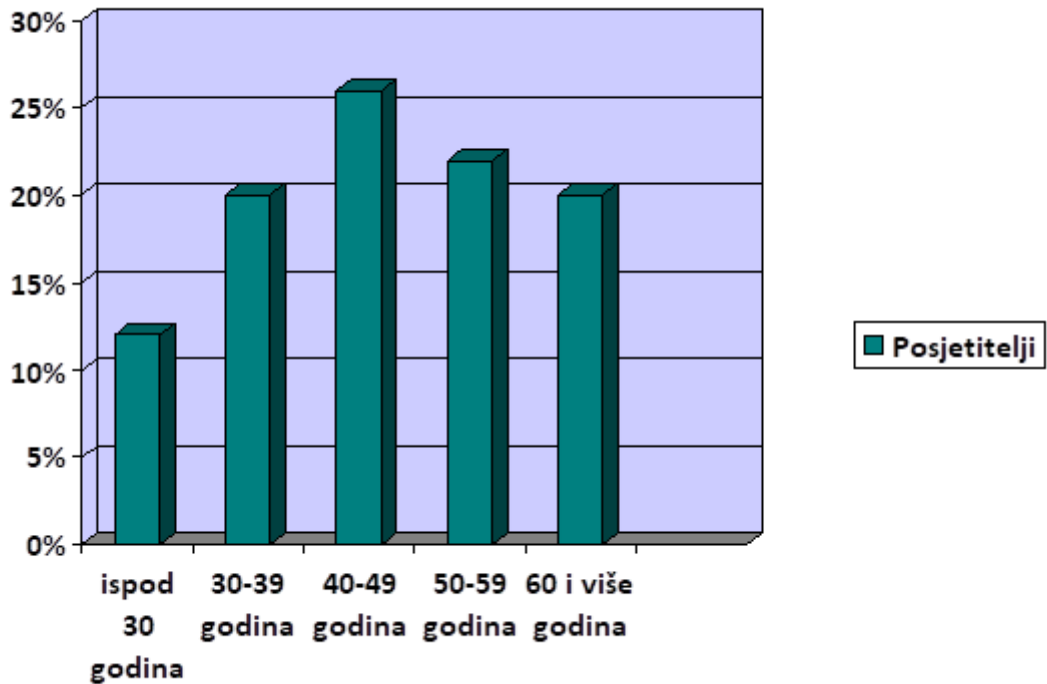


Grafikon 1. Spol
Izvor. Uradak autorice

DOB

Među u promatranom vremenskom razdoblju, najviše je bilo osoba u dobi od 40 do 49 godina (26%), te 50 do 59 godina (22%).

Ova je anketa pokazala da dvorce u mjesecu ožujku najviše posjećuju osobe srednje životne dobi te osobe ispod 30 godina, odnosno školari kojima je posjet dvorcima obavezan dio nastavnog kurikula kao dodatno znanje iz povijesti, jer je francuska povijest dosta vezana uz dvorce doline rijeke Loire. Naravno, tu je bilo posjetitelja i ostalih dobnih skupina.



Grafikon 2. Dob
Izvor: uradak autorice

ODAKLE DOLAZE POSJETITELJI?

Budući da su dvorci doline rijeke Loire prema UNESCO-u mjesto svjetske baštine, posjetitelji dolaze sa svih strana svijeta, pa i u vrijeme niske sezone posjeta dvorcima.

Tijekom mog istraživanja najviše je bilo posjetitelja iz Francuske, njih skoro 66%, dok su na drugom mjestu posjetitelji iz SAD-a, njih 15%, a ostalo je bilo većinom iz Europe, te poneka grupa posjetitelja iz Kine.

ZBOG ČEGA STE ODLUČILI POSJETITI DVORCE?

Prilikom posjeta dvorcima doline rijeke Loire, zanimalo me je zbog čega su se osobe odlučile posjetiti dvorce doline rijeke Loire. Bilo je zanimljivih odgovora kao:

- zbog toga što je na UNESCO-vom popisu svjetske baštine,
- zbog povijesti dvoraca i povijesti Francuske,
- zbog ljepota dvoraca i same doline,
- preporuke turističkih agencija u Parizu,
- internetske preporuke,
- preporuke prijatelja i rodbine koji su posjetili dolinu rijeke Loire,
- drugi razlozi za posjet dvorcima.

ŠTO VAS MOTIVIRA ZA POSJET DVORCIMA?

Kod turističkog odredišta najprije je nužno razumjeti da se razlozi za turističko putovanje množe s razvojem društva i ukupnom sposobnošću ljudi da turistički putuju i da razlozi kulturnog turizma mogu biti daleko različiti unutar samoga kulturnog turizma.

Najčešći motivi posjeta dvorcima doline rijeke Loire jesu:

- baština i dvorci,
- upoznavanje nove kulture i povijesti,
- reputacija regije, odnosno doline rijeke Loire,
- stjecanje novog iskustva,
- zabava i druženje,
- priroda i okruženje,
- odmor,
- gastronomija i vinske ture.

CIJENA ULAZNICA

Cijena ulaznica u dvorcima doline rijeke Loire u većini je dvoraca skoro ista i iznosi od 14 do 16 eur/po osobi.

Prilikom anketiranja, zadovoljstvo cijenom ulaznica kreće se od ocjene 3 do ocjene 5, što znači da je većina ispitanika ankete zadovoljna s visinom ulaznica u pojedinim dvorcima.

U cijenu ulaznica u većini dvoraca uključen je posjet dvorskim parkovima i vrtovima, te audio/video tablet s vodičem.

LJUBAZNOST OSOBLJA

Većina posjetitelja zadovoljna je ljubaznosti zaposlenika u dvorcima.

Sama sam se uvjerila da je osoblje jako pristupačno, dobro poznaje druge jezike što je meni bilo uvelike od pomoći jer ne pričam francuski jezik, jako dobro je upoznato s poviješću dvoraca i uvijek su prisutni u gotovo svakoj prostoriji dvorca, tako da i ako želite dobiti neke informacije koje nema na vodičima ili lecima, možete ih slobodno pitati.

Ocjena kojom bi se ocijenilo osoblje dvoraca je visoka 4.

INFORMACIJA O DESTINACIJI

Budući da su dvorci doline rijeke Loire na UNESCO-vom popisu svjetske baštine, informacije o dvorcima dostupne su svugdje.

U Francuskoj informacije možete dobiti putem:

- interneta,
- turističkih agencija,
- plakatima, jumbo plakatima pored cesta,
- turističkim informativnim centrima,
- od lokalnog stanovništva,
- u dvorcima, atrakcijama doline.
-

Dolina je jako poznata i izvan granica Francuske, tako da ljudi većinu informacija dobivaju putem interneta, društvenih mreža, preporukom ljudi koji su posjetili dolinu, turističkih agencija, knjiga i novina.

Informiranost o destinaciji dobiva ocjenu 5 jer iz mog iskustva sve potrebne informacije koje su mi trebale bile su lako dostupne i jednostavne.

UREĐENOST MJESTA, PARKA

Posjetitelji su uređenost dvoraca, mjesta i njihovih parkova i vrtova ocijenili s ocjenama 4-5, jer je uređenost vrlo dobra, pored dvoraca postoje i dodatne aktivnosti i dodatni sadržaji koji posjetiteljima omogućuju da uz posjet dvorcu mogu i odmoriti, a i dodatno uz određene aktivnosti naučiti o povijesti i razvoju dvorca.

ZAKLJUČAK ISTRAŽIVANJA

Turistički teritorij doline rijeke Loire karakterizira značajna asimetrija, posebno s obzirom na broj posjetitelja dvorcima. Uz to, ističu Morice i Violier (2009) da iako turističke institucije doline rijeke Loire ističu da „veličanstvena rijeka definitivno se može istražiti” (ibid, str. 93), zapravo je turistima teško približiti se dolini rijeke Loire.

Tipični posjetitelji atrakcija doline rijeke Loire su oni koji su upoznati s baštinom i kulturnim aktivnostima, odnosno borave u zemlji šest dana i posjete četiri dvorca.

Posjet dvorcu glavna je motivacija za putovanje, ali otkrivanje prirodnih atrakcija i kušanje hrane i vina također je presudno za posjetitelje. Istraživanje potvrđuje da su turisti u dolini rijeke Loire uglavnom dobro obrazovani kulturni turisti, odnosno oni koji su upoznati s baštinom i stoga su relativno zahtjevni s obzirom na usluge i atrakcije. Dolina rijeke Loire dokazuje raznolikost svoje kulturne imovine, uključujući baštinu, prirodu, vino i kuhinju, te je teritorij kojeg vrijedi ponovno posjetiti. Uz to, većina turista koji posjećuje dolinu rijeke Loire dobro je upoznata s lokalnom kulturom.

5.2 Dvorci zapadne Njemačke

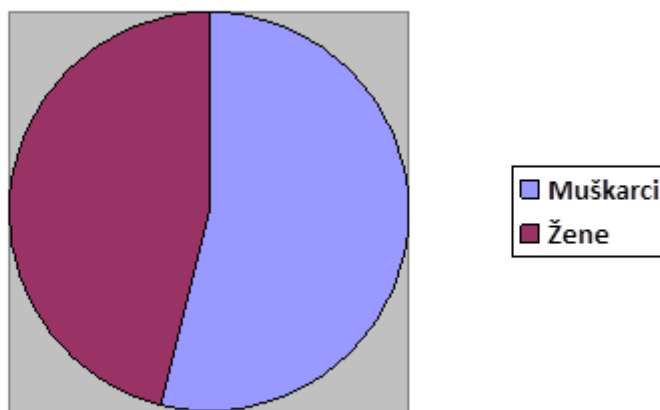
Kod posjeta dvorcima zapadne Njemačke 2018. godine posvetila sam se i promatranju turista koji posjećuju dvorce zapadne Njemačke, razgovarala s lokalnim stanovništvom, te zaposlenicima dvoraca, kao i turistima.

Budući da je moj posjet dvorcima bio u svibnju 2018. godine, posjećenost dvoraca nije bila prevelika, odnosno tek je počela visoka sezona za posjet dvoraca koja traje sve do rujna. Ostale je mjesece posjećenost dvoraca mala, odnosno ne stvaraju se gužve prilikom kupovine karata, kao ni u samim dvorcima što je velika prednost prilikom posjeta dvorcima jer se onda puno više sazna o povijesti dvorca, puno se više vremena može posvetiti samom dvorcu.

Odgovore na pitanja o spolu, dobi i porijeklu posjetitelja dvoraca doznala sam od zaposlenika dvoraca. Anketne sam rezultate prikazala u postocima i oni se odnose na razdoblje siječanj – svibanj 2018. godine.

SPOL

Tijekom posjeta dvorcima zapadne Njemačke 2018. godine, prilikom studije i brojanja posjetitelja zaključila sam da u tom periodu muškarci (54%) više posjete dvorce nego žene (46%)

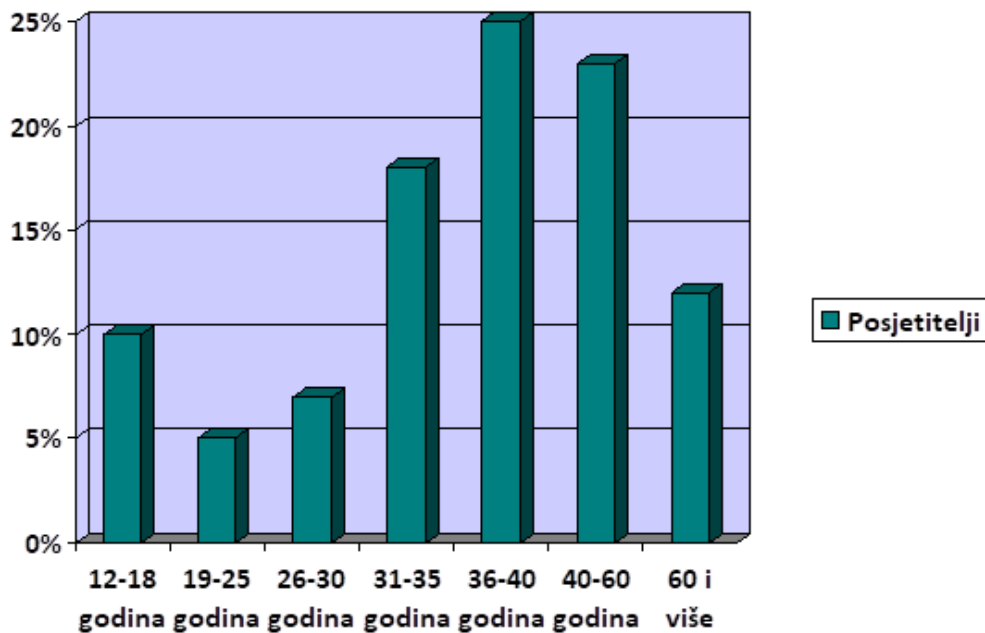


Grafikon 3. Spol
Izvor: uradak autorice

DOB

Među sudionicima istraživanja najviše je bilo osoba u dobi od 35 do 40 godina (25%), te 40 do 60 godina (23%).

Naravno, tu je bilo posjetitelja i ostalih dobnih skupina.



Grafikon 4. Dob
Izvor: uradak autorice

ODAKLE DOLAZE POSJETITELJI?

Budući da su dvorci zapadne Njemačke jedni od najpoznatijih dvoraca svijeta, zahvaljujući dvorcu Neuschwanstein i Waltu Disneyju, dvorce posjećuju ljudi sa svih strana svijeta.

Tijekom moje studije najviše je bilo posjetitelja iz Europe, njih skoro 47%, dok je na drugom mjestu bilo posjetitelja iz SAD-a, njih 38%, a ostali posjetitelji (15%) stizali su s raznih strana svijeta.

ZBOG ČEGA STE ODLUČILI POSJETITI DVORCE?

Prilikom posjeta dvorcima zapadne Njemačke zanimalo me je zbog čega su se ljudi odlučili posjetiti te dvorce:

- većinom zbog dvorca Neuschwanstein, koji ima i najveću posjećenost u Njemačkoj,
- zbog povijesti dvoraca,
- zbog ljepota dvoraca i okolnih krajeva,

- preporuke turističkih agencija,
- internetske preporuke,
- preporuke prijatelja i rodbine koji su posjetili dvorce
- razni drugi razlozi za posjet dvorcima.

ŠTO VAS MOTIVIRA ZA POSJET DVORCIMA?

Kod turističkog odredišta najprije je nužno razumjeti da se razlozi za turističko putovanje množe s razvojem društva i ukupnom sposobnošću ljudi da turistički putuju i da razlozi kulturnog turizma mogu biti daleko različiti unutar samog kulturnog turizma.

Najčešći motivi posjeta dvorcima zapadne Njemačke su:

- baština i dvorci,
- Walt Disney – dvorci su mu bili inspiracija za poznate crtiće,
- upoznavanje nove kulture i povijesti,
- stjecanje novog iskustva,
- zabava i druženje,
- odmor,
- priroda i okruženje.

CIJENA ULAZNICA

Cijena ulaznica u dvorcima zapadne Njemačke varira. U većini dvoraca je skoro ista i iznosi od 14 do 16 eur/po osobi, dok u manjim dvorcima ili manje poznatim dvorcima cijena varira od 3 do 5 eur/po osobi.

Prilikom anketiranja, zadovoljstvo cijenom ulaznica kreće se od ocjene 3 do ocjene 5, što znači da je većina ispitanika ankete zadovoljna s visinom ulaznica u pojedinim dvorcima.

U cijenu ulaznica u većini dvoraca uključen je posjet dvorskim parkovima i vrtovima, te audio vodič.

LJUBAZNOST OSOBLJA

Većina posjetitelja zadovoljna je ljubaznosti zaposlenika u dvorcima.

Prema istraživanju i studiji i sama sam se uvjerala da je osoblje jako pristupačno, dobro poznaje druge jezike, jako dobro je upoznato s poviješću dvoraca i uvijek su prisutni u gotovo svakoj prostoriji dvorca, tako da i ako želite dobiti neke informacije koje nema na vodičima ili lecima dvoraca možete ih slobodno pitati.

Ocjena kojom bi se ocijenilo osoblje dvoraca je visoka 4.

INFORMACIJA O DESTINACIJI

U Njemačkoj informacije možete dobiti putem:

- interneta,
- društvenih mreža,
- turističkih agencija,
- turističkih informativnih centara,
- od lokalnog stanovništva,
- u dvorcima.

Dvorci zapadne Njemačke među poznatim su dvorcima svijeta zahvaljujući bajkama i crtanim filmovima, te su zbog toga lako dostupni turistima i posjetiteljima koji imaju namjeru posjećivati dvorce.

Informiranost o destinaciji dobiva ocjenu 5 jer iz mog iskustva sve potrebne informacije koje su mi trebale bile su lako dostupne i jednostavne.

UREĐENOST MJESTA, PARKA

Posjetitelji su uređenost dvoraca, mjesta i njihovih parkova i vrtova ocijenili s ocjenama 4-5, jer je uređenost vrlo dobra, pored dvoraca postoje i dodatne aktivnosti i dodatni sadržaji koji posjetiteljima omogućuju da uz posjet dvorcima mogu i odmoriti, a i dodatno uz određene aktivnosti naučiti o povijesti i razvoju dvorca.

ZAKLJUČAK ISTRAŽIVANJA

Njemačka je kultura tijekom cijele bogate njemačke povijesti bila pod utjecajem i oblikovala se kao važan dio Svetog Rimskog Carstva, a kasnije kao jedno od najstabilnijih gospodarstava na svijetu. Njemačka kulturno bogatstvo temelji i na raznolikom kulturnom krajoliku u raznim regijama koji se razvijao s vremenom. U usporedbi s drugim državama, Njemačka ima posebno gustu mrežu kulturnih institucija, a to bogatstvo izvanrednih kulturnih atrakcija nije samo u velikim urbanim mjestima, već i u manjim gradovima i ruralnim regijama. Teritorij zapadne Njemačke od velikog je kulturnog značaja za cijelu Njemačku.

Tipični posjetitelji dvoraca zapadne Njemačke su oni koji su dobro upoznati s njemačkom kulturom i povijesti i s popratnim aktivnostima i sadržajima.

Ovdje nije glavna motivacija za putovanje posjet dvorcima, nego je glavna motivacija za putovanje otkrivanje kulturne baštine i kulturnih atrakcija zapadne Njemačke te istraživanje lokalne gastronomije i lokalne kulture i povijesti.

Istraživanje potvrđuje da su turisti u zapadnoj Njemačkoj uglavnom dobro obrazovani kulturni turisti, odnosno oni koji su upoznati s baštinom i povijesti Njemačke. Zapadna Njemačka može

se pohvaliti sa svojom kulturnom imovinom, baštinom te prirodom, a na sjeveru zapadne Njemačke vinom i gastronomijom, te je isto kao i dolina rijeke Loire teritorij koji vrijedi ponovno posjetiti.

5.3 Dvorci sjeverozapadne Hrvatske

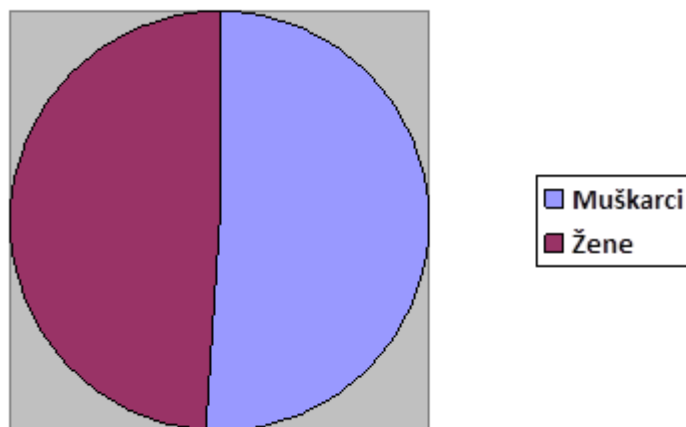
Kod istraživanja dvoraca sjeverozapadne Hrvatske u veljači 2021. godine htjela sam saznati zašto ljudi posjećuju dvorce i koji su njihovi motivi.

Uz to, jedan od ciljeva istraživanja bilo je i pitanje određenih činitelja turističke ponude poput: cijene ulaznica, ljubaznosti zaposlenika, uređenosti, informacija o destinaciji.

Anketne sam rezultate prikazala u postocima te se oni odnose na razdoblje siječanj – veljača 2021. godine.

SPOL

Tijekom posjeta dvorcima sjeverozapadne Hrvatske 2021. godine prilikom studije i brojanja posjetitelja, zaključila sam da je u tom periodu gotovo podjednaka posjećenost dvoraca, prvenstveno jer u Hrvatskoj dvorce posjećuju većinom parovi i obitelji i jer je anketa vršena u doba korone 2021.

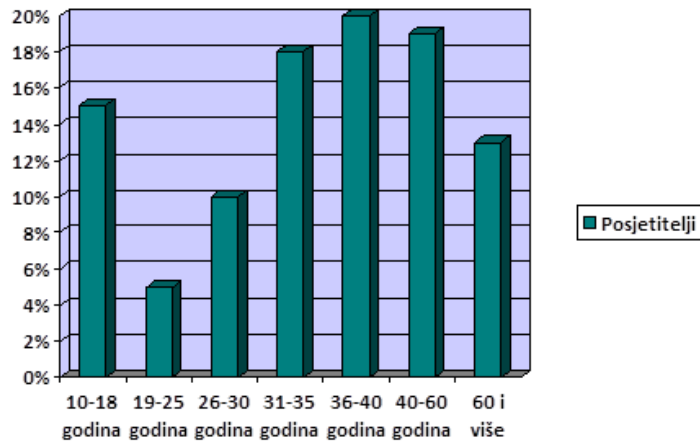


Grafikon 5. Spol
Izvor: uradak autorice

DOB

Među sudionicima istraživanja najviše je bilo osoba u dobi od 35 do 40 godina (20%), te 40 do 60 godina (19%), a zatim djece od 10 do 18 godina.

Naravno, tu je bilo posjetitelja i ostalih dobnih skupina. Do ovih informacija sam došla uz pomoć zaposlenika koji rade na prikupljanju informacija, odnosno prodaji ulaznica, te samog menadžmenta dvoraca.



Grafikon 6. Dob
Izvor: uradak autorice

ODAKLE DOLAZE POSJETITELJI?

Budući da se ispitivanje radilo u doba korone u veljači 2021. godine, većina je posjetitelja bila iz središnje Hrvatske, te Varaždinske i Krapinsko-zagorske županije.

ZBOG ČEGA STE ODLUČILI POSJETITI DVORCE?

Prilikom posjeta dvorcima sjeverozapadne Hrvatske zanimalo me je zbog čega su se ljudi odlučili posjetiti te dvorce, a najčešći odgovori su bili:

- zbog korone,
- zbog atrakcije dvoraca,
- zbog prirode i parkova,
- zbog povijesti dvoraca,
- preporuke prijatelja i rodbine
- razni drugi razlozi za posjet dvorcima.

ŠTO VAS MOTIVIRA ZA POSJET DVORCIMA?

Kod turističkog odredišta najprije je nužno razumjeti da se razlozi za turističko putovanje množe s razvojem društva i ukupnom sposobnošću ljudi da turistički putuju i da razlozi kulturnog turizma mogu biti daleko različiti unutar samog kulturnog turizma.

Najčešći motivi posjeta dvorcima su:

- socijalizacija,
- izleti,
- stjecanje novog iskustva,
- zabava i druženje,
- odmor,
- upoznavanje nove kulture i povijesti,
- korona.

CIJENA ULAZNICA

Cijena ulaznica u dvorcima sjeverozapadne Hrvatske varira. U većini je dvoraca skoro ista i iznosi od 25 do 50 kn/po osobi.

Prilikom anketiranja, zadovoljstvo cijenom ulaznica kreće se od ocjene 3 do ocjene 5, što znači da je većina ispitanika ankete zadovoljna s visinom cijene ulaznica u pojedinim dvorcima.

LJUBAZNOST OSOBLJA

Većina posjetitelja zadovoljna je ljubaznosti zaposlenika u dvorcima.

Ocjena kojom bi se ocijenilo osoblje dvoraca je visoka 4.

INFORMACIJA O DESTINACIJI

U sjeverozapadnoj Hrvatskoj informacije možete dobiti putem:

- interneta,
- društvenih mreža,
- turističkih agencija,
- turističkih informativnih centara.
-

Informiranost o destinaciji dobiva ocjenu 3 jer iz mog iskustva sve potrebne informacije koje su mi trebale nisu bile baš tako lako dostupne i jednostavne kao u dvorcima zapadne Njemačke i doline rijeke Loire. Jedini dobar kanal za informacije je internetska stranica preko koje se može saznati sve o dvorcima.

UREĐENOST MJESTA, PARKA

Posjetitelji su uređenost dvoraca, mjesta i njihovih parkova i vrtova ocijenili ocjenama 4-5, jer je uređenost vrlo dobra, pored dvoraca postoje i dodatne aktivnosti i dodatni sadržaji koji posjetiteljima omogućuju da uz posjet dvorcu mogu i odmoriti, a i dodatno uz određene aktivnosti naučiti o povijesti i razvoju dvorca.

ZAKLJUČAK ISTRAŽIVANJA

U teritoriju sjeverozapadne Hrvatske najviše se ističe područje Hrvatskog Zagorja. Nažalost, ovdje nije bila motivacija putovanja posjet dvorcu, nego zabava i druženje.

Budući da je anketiranje provedeno u mjesecu ožujku 2021. u doba koronavirusa i zatvaranja, u velikom broju slučajeva, motivacija za putovanje u dvorce bila je korona. Rezultati istraživanja pokazali su da posjetitelji nemaju znanja o dvorcima, odnosno da raspolažu osrednjim znanjem o kulturi i povijesti dvoraca sjeverozapadne Hrvatske.

6. PREPORUKE ZA RAZVOJ TURIZMA DVORACA SJEVERNE HRVATSKE

Vlastite preporuke za razvoj turizma dvoraca sjeverozapadne Hrvatske, na temelju provedenog teorijskog i empatiskog turizma su:

- digitalizirati kulturnu baštinu,
- „100 dvoraca sjeverne Hrvatske – projekt koji uključuje: sistematizaciju dvoraca, kurija i utvrda sjeverne Hrvatske po nekoliko kriterija (atraktivnost za turizam, vlasništvo, postojeća infrastruktura, prezentacija, dostupnost, sadržaji, interpretiranje, spremnost za turiste, planovi za budućnost, potencijali razvoja...), selekciju turističko-tržišno najspremnijih dvoraca, kreiranje jedinstvenog, zajedničkog vizuala i slogana, izradu jedinstvenog interpretiranja pojedinih lokacija, izradu baze fotografija i kratkih videosnimaka, izradu internetske stranice, kreiranje tematskih ruta, tiskanje kataloga i ostalih promotivnih materijala, izradu tematskih suvenira, edukaciju turističkih vodiča, uključivanje rute u agencijsku ponudu, promociju na domaćem i inozemnom tržištu, edukaciju domicilnog stanovništva“²⁰
- unaprijediti i dopuniti pravni sustav zaštite kulturne baštine poboljšanjem zakonskih okvira i uspostavljanjem kompatibilnosti propisa s ostalim sektorima koji utječu na očuvanje kulturnih dobara kako bi se stvorila osnova za održivo korištenje graditeljske baštine,
- istražiti i dokumentirati nove lokacije koje nisu u uporabi, odnosno povećati broj provedenih istraživanja, analizirati i upotrijebiti dokumentaciju za upravljanje kulturnim dobrima (dvorcima koji nisu u upotrebi) – poslovni planovi, konzervatorske studije i analize, planovi upravljanja, planovi izvodljivosti, te analiza troškova i koristi,
- pružiti poticaj Hrvatskom restauratorskom zavodu u razvoju cjelovitih programa obnove kulturnih dobara od posebnog interesa uključivo lokalitete na Svjetskoj listi baštine i kulturnih dobara nacionalnog značenja,
- povećati postotak očuvanih i obnovljenih dvoraca u funkciji,
- ulagati u marketing dvoraca na nacionalnoj razini,
- jačati prisutnosti hrvatskih dvoraca u svijetu,
- sudjelovati u kulturi i razvoju publike,
- prodavati suvenire.

²⁰ 100 dvoraca sjeverna Hrvatske: <dostupno na: <https://www.htz.hr/hr-HR/dvorci-sjeverne-hrvatske-napokon-jedinstveni-turisticko-kulturni-proizvod> > [15.03.2021.]

7. ZAKLJUČAK

Danas sve veći broj turista traži putovanja koja pružaju mogućnost stjecanja novih znanja i priliku u uključenost i doživljaj lokalne kulture. Stoga, kulturni turizam najviše pruža od svega toga, dok turisti koji se klasificiraju kao „kulturni turisti“ u pravilu imaju veće prihode od prosječnoga turista, znatno su obrazovaniji i većinom su starije životne dobi i češće putuju i na svojim putovanjima posjećuju kulturne manifestacije, kao i na području svog stalnog boravka. Suvremeni kulturni turisti danas traže autentičnost, originalnost, sudjelovanje u lokalnim kulturnim manifestacijama i iskušavanje lokalnog.

Posjet dvorcima nije samo proizvod nekih modernih turističkih trendova, nego je taj trend prisutan još u vrijeme Grand Toura prije više od stotinu godina. Taj kontinuitet djelovanja ima većina europskih dvoraca, dok je taj trend u Hrvatskoj oživio tek zadnjih 10-15 godina. Nažalost, nakon Drugog svjetskog rata većina je dvoraca u Republici Hrvatskoj nacionalizirana i prepuštena je nebrizi.

Kod razvoja kulturnog turizma dvorci imaju najviše potencijala jer osim atraktivnog izgleda, raste i potražnja, ali potrebno je prilagoditi se trendovima i turistima ponuditi i puno više od samog razgledavanja. U europskim dvorcima ponuda u sklopu dvoraca je na zavidnoj razini, jer osim razgledavanja većina dvoraca ima i popratne događaje, priče i sadržaje, dok u većini dvoraca sjeverozapadne Hrvatske nudi se samo razgledavanje, te poneka manifestaciju u vidu izložbe. Nedvojbeno možemo reći da su dvorci jedan od najljepših ukrasa sjeverozapadne Hrvatske, ali njihov potencijal nije u potpunosti iskorišten. Zbog toga je potrebno pametno isplanirati i iskoristiti njihove potencijale, u potpunosti uključiti lokalnu zajednicu, zajedno s turističkim agencijama osmisliti turistička događanja koja mogu biti kao vikend putovanja ili jednodnevni izleti. Isto tako u svakom dvorcu bilo bi dobro povremeno organizirati kulturne manifestacije, razna događanja u svrhu privlačenja ne samo kulturnih turista, nego i ostalih turista.

Realizacijom takvih manifestacija i iskorištavanjem potencijala dvoraca dolazi do određenih pozitivnih trendova kao što su veća mogućnost zapošljavanja, veća potrošnja turista na destinaciji, održavanje malih kultura na životu zahvaljujući tim potencijalima, tako i zbog pozitivnih potencijala dolazi i do negativnih ishoda kao što su preveliki priljev turista u mala područja, oštećenja građevina, veća zagađenja i velike gužve, te je zbog negativnih trendova kulturnu baštinu potrebno dodatno zaštititi.

8. IZJAVA

Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti

Ime i prezime studenta: Danijela Funda

Matični broj studenta: 0135144895

Naslov rada: DVORCI KAO ATRAKCIJSKA OSNOVA ZA RAZVOJ KULTURNOG TURIZMA

Pod punom odgovornošću potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristio sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirao niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam naveo autora i izvor te ih jasno označio znakovima navodnika. U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spreman sam snositi sve posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene dijelom i na temelju ovoga rada.

Potvrđujem da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio mentor.

Datum:

Potpis studenta

11.06.2021.

9. LITERATURA

9.1 Knjige:

1. Jelinčić, D. A. (2010.), Kultura u izlogu: kratki vodič za upravljanje kulturnim dobrima. Meandarmedia: Meandar. Zagreb
2. Jelinčić, D. A.(2008.), Abeceda kulturnog turizma. Meandarmedia. Zagreb
3. Jelinčić, D. A. (2010), Kultura, turizam, interkulturalizam. Institut za međunarodne odnose. Meandarmedia, Zagreb
4. Marušić, M.; Prebežac, D. (2004.), Istraživanje turističkog tržišta, Zagreb, Adeco
5. Obad-Šćitaroci M. (2005.), Perivoji i dvorci Hrvatskog Zagorja, Zagreb, Školska knjiga
6. Reisinger, Yvette (1994), Tourist-Host Contact as a Part of Cultural Tourism. World Leisure and Recreation
7. Richards, Greg. (2005) Cultural Tourism in Europe. Willingford: ATLAS
8. Senečić, J.; Grgona, J. (2006.), Marketing menadžment u turizmu, Zagreb, Mikrorad d.o.o.
9. Tilden, Freeman (1967), Interpreting Our Heritage, Chapel Hill, University of North Carolina Press
10. Vizjak, Ana .(1998), Značenje kulture u turizmu Europe, Turizam vol.46., Zagreb
11. Vukonić, B.; Keča, K. (2001.), Turizam i razvoj, Zagreb, Mikrorad d.o.o.
12. Vuković, I. (1998.), Razvoj turizma u Europi i njegove daljnje strategije razvoja. Ekonomska misao i praksa.
13. Weber, S.; Mikačić, V. (1995.), Osnove turizma, Zagreb, Školska knjiga
14. Strategija razvoja kulturnog turizma „Od kulture i turizma do kulturnog turizma“ (2003), Zagreb, Institut za turizam
15. Akcijski plan razvoja kulturnog turizma (2015), Zagreb, Institut za turizam

9.2 Članci u časopisima:

1. Demonja,D. (2011.), Kulturni turizam: Hrvatska iskustva. Antroplogija 11, str 185
2. Demonja,D. (2011.), Kulturni turizam: Hrvatska iskustva. Antroplogija 11, str 195-196
3. Hitrec, T. (2000), Novi pomaci u turističkoj politici Europske unije. Ekonomska misao i praksa: časopis Sveučilišta u Dubrovniku 1, str. 68

4. Pančić Kombol, Tonka (2006), Kulturno nasljeđe i turizam. Radovi Zavoda za znanstveni rad Varaždin, 16/17; str. 211-226.
5. Plešina, Lenko (2005.) „Obnova dvoraca kroz promjenu i rast.“ U Međunarodni znanstveno stručni skup suvremeno korištenje i kreativno upravljanje dvorcima, kurijama i ljetnikovcima, ur. Nikša Božić, str. 131-138. Zagreb: Arhitektonski fakultet
6. Richards, G.(2002), Od kulturnog do kreativnog turizma: europske perspektive. Turizam. br. 50, 2002., str. 229-236.
7. Schweitzer, Carol, (1999.), Cultural Tourism: The Hot Ticket to Cool Meetings. Association Management 51, No 8, str. 121-130.
7. Sršen, M.(2006), "Uloga Hrvatske turističke zajednice u sustavu kulturnog turizma". U: Etnologija i kulturni turizam.Zagreb: Filozofski fakultet, Odsjek za etnologiju i kulturnu antropologiju, str. 17.
8. Vrtiprah, V.(2006.) Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21. stoljeću. Ekonomska misao i praksa. 15, str. 279-296.
9. Vukonić, Boris.(2008), Povijesni gradovi i njihova turistička razvojna opcija. Acta Turistica Nova. 2, str 111-122.

9.3 Internet izvori:

1. Akcijski plan razvoja kulturnog turizma <https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//1412-AP-%20kulturnog.pdf> (19.01.2021.)
2. Dvorac dostupno na stranici: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=16782>
<https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/vrste-kulturne-bastine/nepokretna-kulturna-bastina/pojedinacna-kulturna-dobra/dvorci-i-kurije-7246/7246> (01.03.2021.)
3. Definicije kulturnog turizma <https://www.culturenet.hr/default.aspx?id=23208> (19.01.2021.)
4. Jelinčić D. A.(2001). Globalizacija i Hrvatski identitet dostupno na: <https://matis.hr/images/zbornici/2001/Text/Text5-1.htm> (16.01.2021.)
5. Portal za kulturni turizam
<http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/okulturnomturizmu/762/opsirnije/> (19.01.2021.)
6. Službene stranice dvorca d'Amboise <https://www.chateau-amboise.com/en/> (24.02.2021.)
7. Službene stranice dvorca Clos-luce <https://www.vinci-closluce.com/en/place-presentation> (24.02.2021.)
8. Službene stranice dvorca Chambord <https://www.chambord.org/en/> (24.02.2021.)
9. Službene stranice dvorca Chenonceau <https://www.chenonceau.com/en/> (24.02.2021.)
10. Službene stranice dvorca Eltz <https://www.burg-eltz.de/en/> (27.02.2021.)
11. Službene stranice dvorca Lichtenstein
<https://www.schloss-lichtenstein.de/en/> (27.02.2021.)
12. Službene stranice dvorca Neuschwanstein <https://www.neuschwanstein.de/7> (27.02.2021.)
13. Službene stranice dvorca Trakošćan <https://trakoscan.hr/> (01.03.2021.)
14. Službene stranice dvorca Veliki Tabor <https://www.veliki-tabor.hr/> (01.03.2021.)

15. Strategija razvoja kulturnog turizma

<http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/Strategij-Razvoja-Kulturnog-Turizma.pdf>
(16.01.2021.)

16. Tomljenović, R., Boranić Živoder, S., 2015., Akcijski plan razvoja kulturnog turizma, Institut za turizam, Zagreb, dostupno na:

https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/001_160128-AP_kulturni.pdf (14.01.2021.)

17. Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo turizma, Strategija razvoja kulturnog turizma; (2016.), dostupno na:

<https://vlada.gov.hr/UserDocsImages/2016/Sjednice/Arhiva/73.%20-%201.4.pdf>

(16.01.2021.)

18. 100 dvoraca sjeverna Hrvatske, dostupno na: <https://www.htz.hr/hr-HR/dvorci-sjeverne-hrvatske-napokon-jedinstveni-turisticko-kulturni-proizvod> (15.03.2021.)

19. <https://crvenared.wordpress.com/publications/uloga-kulture-i-kulturnih-industrija-u-lokalnom-ekonomskom-razvoju-aida-vezic/> [21.01.2021.]

10. POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA

10.1 Popis slika

Slika 1. Dvorac d'Amboise, dolina rijeke Loire, 2019.	18
Slika 2. . Dvorac d'Amboise, dolina rijeke Loire, 2019.	19
Slika 3. 'Close-Luce' - kuća Leonarda de Vincija, 2019.	20
Slika 4. Dvorac Chenonceau, 2019.	22
Slika 5. Dvorac Chambord, 2019.	24
Slika 6. Dvorac Chambord, 2019.	25
Slika 7. Dvorac Neuschwanstein, 2016.	27
Slika 8. Dvorac Eltz, 2018.,	29
Slika 9. Dvorac Lichtenstein, 2018.	31
Slika 10. Dvorac Trakošćan, 2017.	33
Slika 11. Veliki Tabor	35

10.2 Popis grafikona i tablica

Grafikon 1. Spol	Pogreška! Knjižna oznaka nije definirana.
Grafikon 2. Dob.....	Pogreška! Knjižna oznaka nije definirana.
Grafikon 3 Spol	Pogreška! Knjižna oznaka nije definirana.
Grafikon 4. Dob.....	Pogreška! Knjižna oznaka nije definirana.
Grafikon 5. Spol.....	Pogreška! Knjižna oznaka nije definirana.
Grafikon 6. Dob.....	Pogreška! Knjižna oznaka nije definirana.

10.3 Popis tablica

Tablica 1. Prikaz cijena i usluga u dvorcu Amboise i Clos Lucé – kuća Leonarda da Vincija,	21
Tablica 2. Prikaz cijena i usluga u dvorcu Chenonceau.....	23
Tablica 3. Prikaz cijena i usluga u dvorcu Chambord.....	26
Tablica 4. Prikaz cijena i usluga u dvorcu Neuschwanstein	28

Tablica 5. Prikaz cijena i usluga u dvorcu Eltz	30
Tablica 6. Prikaz cijena i usluga u dvorcu Trakošćan.....	34
Tablica 7. Prikaz cijena i usluga u dvorcu Veliki Tabor	36



11. ŽIVOTOPIS

DANIJELA FUNDA

Državljanstvo: hrvatsko (+385) 915053560

Datum rođenja: 03/06/1981

Spol: Žensko

E-adresa: danijela@funda.hr

Adresa: Bana J. Jelačića 61, 10290 Zaprešić (Hrvatska)

OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

Srednja stručna sprema SSS

Škola za cestovni promet [01/09/1995 – 01/07/1999]

Adresa: 10000 Zagreb (Hrvatska)

RADNO ISKUSTVO

Radnik u turizmu

FUNDA d.o.o. [21/04/2001 – Trenutačno]

Mjesto: Zaprešić

Zemlja: Hrvatska

- izvedba poslovnog plana i programa za turizam
- preuzima odgovornost za financijske i poslovne aktivnosti vezane uz turizam u poduzeću FUNDA d.o.o.
- brine o popunjenosti apartmana, djelatnicima i gostima
- sudjeluje u ostalim poslovima na samim lokacijama u Bolu i na otoku Šolti tokom cijele sezone
- radi završne financijske i ostale izvještaje, te analizu završene sezone

JEZIČNE VJEŠTINE

Materinski jezik/jezici: hrvatski

Drugi jezici:

Engleski jezik:

Slušanje C1; Čitanje C1; Pisanje B2; Govorna produkcija C1; Govorna interakcija C1

Španjolski jezik:

Slušanje A2; Čitanje A2; Pisanje A1; Govorna produkcija A2; Govorna interakcija A2

DIGITALNE VJEŠTINE

- rad na računalu (izvrsno baratanje i korištenje računalnih programa, pdf, internet, email)
- MS Office (Excel, Word, PowerPoint)
- aktivno korištenje društvenih mreža i alata za komunikaciju (različite platforme)
- aktivno korištenje društvenih mreža (različite platforme)
- sluzenje društvenim mrežama
- odlično korištenje računala u Windows okruženju
- Email okruženje (outlook, gmail, hotmail)
- komunikacija putem emaila
- alati za komunikaciju na daljinu (društvene mreže, email)
- opsežno korištenje internetom, e-mailom i web stranicama

VOZAČKA DOZVOLA

Vozačka dozvola: B kategorija