

Kulturno-povijesna baština u turističkoj ponudi Samobora

Greguričević, Sandra

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Science / Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:217:495662>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-29**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Faculty of Science - University of Zagreb](#)



Sandra Greguričević

**Kulturno-povijesna baština u turističkoj ponudi
Samobora**

Diplomski rad

Zagreb

2019.

Sandra Greguričević

**Kulturno-povijesna baština u turističkoj ponudi
Samobora**

Diplomski rad

predan na ocjenu Geografskom odsjeku
Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu
radi stjecanja akademskog zvanja
profesor geografije

Zagreb

2019.

Ovaj je diplomski rad izrađen u sklopu dodiplomskog sveučilišnog studija *Profesor geografije* na Geografskom odsjeku Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, pod vodstvom izv. prof. dr. sc. Vuka Tvrтка Opačića.

Sveučilište u Zagrebu
Prirodoslovno-matematički fakultet
Geografski odsjek

Diplomski rad

Kulturno-povijesna baština u turističkoj ponudi Samobora

Sandra Greguričević

Izvadak: Kulturno-povijesna baština važan je dio turističke ponude Samobora. Samobor je turistički grad, grad muzej, s dugom turističkom tradicijom koja seže u početke 19. stoljeća. Grad ima izrazito povoljan turističkogeografski položaj te obiluje prirodnim i antropogenim atrakcijama, a turistički promet je u stalnom porastu. Koncentracija kulturnih spomenika u užoj gradskoj jezgri je izrazito velika, ali nedovoljno turistički valorizirana. Samobor je domaćin brojnim kulturnim i zabavnim manifestacijama, a prepoznatljiv je i po tradicijskim posebnostima. Glavni cilj ovog istraživanja jest turističkogeografskim pristupom istražiti prezentaciju kulturne baštine Samobora u turističkoj ponudi te istražiti njezinu turističku valorizaciju. U istraživanju se koriste metoda analize sadržaja i dubinskog intervjua. Zaključno, predlažu se mjere bolje turističke iskoristivost kulturne baštine, a s ciljem njezina očuvanja i boljeg turističkog vrednovanja.

47 stranica, 16 grafičkih priloga, 4 tablica, 28 bibliografskih referenci; izvornik na hrvatskom jeziku

Ključne riječi: kulturno-povijesna baština, Samobor, turistička ponuda, tradicija, kulturni turizam, turistička valorizacija

Voditelj: izv. prof. dr. sc. Vuk Tvrtko Opačić

Povjerenstvo: izv. prof. dr. sc. Vuk Tvrtko Opačić
prof. dr. sc. Zoran Curić
doc. dr. sc. Ružica Vuk

Tema prihvaćena: 3. 4. 2013.

Rad prihvaćen: 12. 9. 2019.

Rad je pohranjen u Središnjoj geografskoj knjižnici Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Marulićev trg 19, Zagreb, Hrvatska.

BASIC DOCUMENTATION CARD

University of Zagreb
Faculty of Science
Department of Geography

Master Thesis

Cultural and Historical Heritage in the Tourism Supply of Samobor

Sandra Greguričević

Abstract: Cultural and historical heritage is an important tourism supply of Samobor. Samobor is a popular tourist destination, a museum town, with a long tourist tradition that dates back to the early 19th century. The city has a very favorable tourist geographical position and is full of natural and anthropogenic attractions, and tourist traffic is constantly increasing. The concentration of cultural monuments in the city center is large, but it is not sufficiently validated. Samobor hosts many cultural and entertainment events, and it is famous for its traditional specialties. The main objective of this research is to investigate the presentation of Samobor cultural heritage in the tourism supply using the tourist geographical approach and to explore its tourist valorization. In the research we used the method of content analysis and in-depth interview. Finally, we propose measures for better tourist utilization of cultural heritage, for the purpose of preservation and better valuation.

47 pages, 16 figures, 4 tables, 28 references; original in Croatian

Keywords: cultural-historical heritage, Samobor, tourism supply, tradition, cultural tourism, tourist valorization

Supervisor: Vuk Tvrtko Opačić, PhD, Associate Professor

Reviewers: Vuk Tvrtko Opačić, PhD, Associate Professor
Zoran Curić, PhD, Full Professor
Ružica Vuk, PhD, Assistant Professor

Thesis title accepted: 03/04/2013

Thesis accepted: 12/09/2019

Thesis deposited in Central Geographic Library, Faculty of Science, University of Zagreb, Marulićev trg 19, Zagreb, Croatia

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i prostorni obuhvat istraživanja	1
1.2. Cilj istraživanja	3
1.3. Metodologija istraživanja	3
1.4. Pregled dosadašnjih istraživanja	4
2. TURISTIČKOGEOGRAFSKA OBILJEŽJA SAMOBORA	6
2.1. Turističkogeografski položaj	6
2.2. Turistička atrakcijska osnova	7
2.2.1. <i>Prirodne atrakcije</i>	7
2.2.2. <i>Antropogene atrakcije</i>	8
2.3. Receptivni faktori	9
2.4. Turistički promet	10
2.5. Oblici turizma u turističkoj ponudi Samobora	13
2.6. Razvoj turizma u gradu Samoboru	14
3. KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA KAO PRIVLAČNI FAKTOR	17
3.1. Kulturno-povijesni spomenici i važne građevine	17
3.2. Sakralni objekti	24
3.3. Kulturne ustanove	27
3.4. Kulturne i zabavne manifestacije	29
3.5. Tradicijske posebnosti	33
3.6. Sportski i rekreacijski sadržaji	34
4. KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA U RECENTNOJ TURISTIČKOJ PONUDI SAMOBORA	35
4.1. Dubinski intervju s direktoricom Turističke zajednice grada Samobora	35
4.2. Analiza zastupljenosti kulturno-povijesne baštine u sredstvima komunikacije	36
5. PERSPEKTIVA DALJNJEG RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA I VEZE S OSTALIM OBLICIMA TURIZMA	41

6. ZAKLJUČAK	43
LITERATURA	45
IZVORI	47
PRILOZI	VIII

Pisanje ovog diplomskog rada ne bi bilo moguće bez savjeta mog mentora izv. prof. dr. sc. Vuka Tvrka Opačića. U prikupljanju podataka i istraživanju pomogli su mi djelatnici Gradske knjižnice Samobor, Turistička zajednica grada Samobora te Muzej grada Samobora. Od srca im zahvaljujem na susretljivosti i pomoći, a zahvalu za emotivnu podršku u pisanju rada upućujem mojima: Teni, Tinu i Maxu. Veliko hvala Koraljki koja me motivirala i pokrenula nakon tolikih godina i posebno hvala mojoj Tanji koja je uvijek bila tu za mene.

1. UVOD

Turizam u Samoboru ima dugu tradiciju i bogatu povijest te je već krajem 19. stoljeća Samobor bio popularno mondено ljetovalište. Posljednjih 30-tak godina te je atribute donekle izgubio, ali se grad ponovo budi i traži pravu orijentaciju u turističkom smjeru. U uvodnom dijelu razmotrit će se predmet i prostorni obuhvat istraživanja, cilj i metodologija te dati kratak pregled dosadašnjih istraživanja.

1.1. Predmet i prostorni obuhvat istraživanja

Osnovni predmet istraživanja diplomskog rada je kulturno-povijesna baština u turističkoj ponudi Samobora te perspektiva daljnjeg razvoja kulturnog turizma.

Težište razmatranja bit će kulturno-povijesni segment te njegova recentna uključenost i iskorištenost u turističkoj ponudi Samobora. Treba naglasiti da Samobor ima poprilično bogatu turističku ponudu i velike potencijale razvoja kao i brendiranja, kako samog grada, tako i autohtonih tradicijskih proizvoda i ponude. „U današnje vrijeme sveprisutne globalizacije, upravo je isticanje lokalnog identiteta u turističkoj ponudi često presudan element u stvaranju identiteta turističkog odredišta. Kulturno naslijeđe, kao „čuvar“ prostornog identiteta pri tome ima prvorazredno značenje (Opačić, 2017).

Sam naziv kulturna baština, kako nalazimo u literaturi, mijenjao se, pa se tako mogu pronaći termini „povijesni spomenik“, „spomenik kulture“, „kulturno dobro“, „starine“, „kulturno naslijeđe“ i dr. Ne postoji jedinstvena ni precizna definicija kulturne baštine jer je riječ o širokom i kompleksnom pojmu te se definicije s vremenom mijenjaju, nadopunjuju i proširuju. „Kulturna baština, materijalna i nematerijalna, zajedničko je bogatstvo čovječanstva u svojoj raznolikosti i posebnosti, a njena zaštita jedan je od važnih čimbenika za prepoznavanje, definiranje i afirmaciju kulturnog identiteta.“ (Ministarstvo kulture, 2019). Možda najprihvaćenija od svih definicija je UNESCO-ova iz *Konvencije za zaštitu svjetske kulturne i prirodne baštine* (1972), koja uključuje svjetsku prirodnu i kulturnu baštinu, ali se odnosi samo na materijalnu kulturu. Stoga je 2003. godine UNESCO donio i *Konvenciju o zaštiti nematerijalne kulturne baštine*.

Kulturna baština je turistički vrlo atraktivan čimbenik, ali nisu svi baštinski objekti jednako zanimljivi posjetiteljima, kao ni lokalnom stanovništvu, te se ne mogu jednako

turistički vrednovati. Stoga je potrebno provesti istraživanja o turističkoj atraktivnosti i potencijalnoj valorizaciji te izraditi projekcije financijske isplativosti. Vrednovanje kulturne baštine podrazumijeva njenu uključenost u ukupnu turističku ponudu određene destinacije te je ona samostalan turistički proizvod ili dio drugog turističkog proizvoda. Očuvanje i održavanje baštine predstavlja velike troškove, osobito ako se prezentira i u turističke svrhe. Stoga se stalno traže novi izvori financiranja i prihoda, osim javnih sredstava, koja se s godinama sve više smanjuju. Zato turizam može preuzeti važnu ulogu u financiranju te postati jedan od glavnih izvora prihoda održavanja i revitalizacije kulturne baštine.

Prostorni obuhvat rada i predmet istraživanja je naselje Samobor (dalje u tekstu: grad Samobor ili Samobor), kao uži prostor administrativne jedinice Grada Samobora (sl. 1), kojeg je poprilično teško promatrati izdvojenog od okolice tj. šireg samoborskog kraja s kojim je usko povezan brojnim interakcijama. Samoborski je kraj smješten u sjeverozapadnoj Hrvatskoj, u neposrednoj blizini Zagreba i granice sa Slovenijom te obuhvaća zapadne dijelove Zagrebačke županije. Samobor je šesnaesti grad po veličini u Hrvatskoj, a drugi je najveći u Zagrebačkoj županiji. Prema popisu stanovništva 2011. godine, Samobor je imao 37.633 stanovnika (DZS, 2011). Gustoća naseljenosti iznosila je 151 stanovnika po km², a njegova ukupna površina je 250 km².



Sl. 1. Područje istraživanja – naselje Samobor

Izvor: <https://www.google.com/maps/> (23.08.2019.)

1.2. Cilj istraživanja

Svrha istraživanja je turističkogeografskim pristupom istražiti položaj, turističko atrakcijsku osnovu, prirodne i antropogene atraktivne faktore, receptivne faktore, turistički promet, oblike turizma, dati kratak pregled razvoja turizma, a sve u svrhu analize privlačnost i zastupljenost kulturno-povijesne baštine u turističkoj ponudi Samobora. Cilj istraživanja je uvidjeti koliko je kulturno-povijesna baština atraktivan i privlačan čimbenik te na koji način je prezentirana i koliko je zastupljena u recentnoj turističkoj ponudi grada.

Istražit će se koliko je ta ponuda opsežna, kvalitetna i dostupna te vodi li se dovoljna briga o zaštiti, konzervaciji kao i marketinškoj promociji kulturne baštine ili su to samo, ukoliko je riječ o sakralnim i profanim građevinama, nijemi svjedoci nekih drugih, prošlih „zlatnih“ vremena. Baštinski objekti su već na prvi pogled oronuli, uglavnom su zapušteni, najčešće radi imovinsko-pravnih odnosa, financijskih poteškoća ili nebrige vlasnika, te polako, ali sigurno propadaju i gube bitku s vremenom.

Dakle, glavni cilj rada je istražiti pozitivne, kao i eventualne negativne, čimbenike utjecaja turizma na privlačnost kulturno-povijesne baštine u ukupnoj turističkoj ponudi grada Samobora. Iz čega proizlazi pitanje, može li kulturna baština Samobora biti samostalan turistički proizvod ili je njena valorizacija moguća samo kao dio ukupne turističke ponude Samobora. Isto tako, koliki je utjecaj kulturno-povijesne baštine na višednevno zadržavanje turista i promoviranje Samobora kao popularne i vrlo atraktivne, ne samo izletničke, destinacije.

1.3. Metodologija istraživanja

Tijekom istraživanja korišteni su tekstualni, grafički i numerički izvori podataka. Korištena je metoda kompilacije literature i raznih izvora podataka, osobito tekstualnih kompilacija iz raznih izvora, odnosno radova raznih autora koji govore o ovoj temi, npr. monografija, fotomonografije, razni vodiči, stručni časopisi, brošure, katalogi, godišnjaci te publicistika.

Slijede online pretraživanja prema ključnim riječima, domaće i strane literature, numeričkih podataka, statističkih podataka DZS-a, podataka HTZ-a, pretraživanje građe zavičajne zbirke Gradske knjižnice Samobor, društvenih mreža i kanala (*Facebook, Instagram, YouTube*), sustava *eVisitor* i dr.

Korištena je metoda analize sadržaja (fotografija) tj. zastupljenosti kulturne baštine u sredstvima vizualne komunikacije, metoda dubinskog intervjua s direktoricom Turističke zajednice grada Samobora, kao i neformalni razgovori s djelatnicama TZ te Samoborskog muzeja i metoda terenskog opažanja. Za prikupljanje, analizu i prikaz statističkih podataka korištene su kvalitativne i kvantitativne metode.

1.4. Pregled dosadašnjih istraživanja

Može se reći da je zadnjih 20-tak godina sve veći trend, u globalnim razmjerima, posvećen upravo vrednovanju i promicanju vrijednosti kulturne baštine, kao i njene turističke valorizacije. Povećan je broj znanstvenih radova i istraživanja o odnosu kulturne baštine i turizma.

Sve do prije dvadesetak godina kulturna baština bila je promatrana kao statična vrijednost kojoj je potrebna zaštita i o kojoj se govorilo uglavnom u kontekstu konzervacije. Tek u novije doba, krajem dvadesetog stoljeća, javlja se literatura koja kulturna dobra promatra u dinamičnom odnosu s turizmom (Slunjski, 2019) (tab. 1).

Jedna od najpoznatijih knjiga stranih autora na temu kulturne baštine s geografskog aspekta je *A Geography of Heritage* (Graham, Ashworth i Tunbridge, 2002), a neki od značajnih autora koji su se bavili odnosom kulturne baštine i turizma su Richards (1996), DuCross (2001), Mc Kercher (2011), Ho (2011) i dr.

U Hrvatskoj tek u zadnjih 10-tak godina dolazi do pojačanog interesa za istraživanje kulturne baštine i njene turističke valorizacije, kao i za kulturni turizam općenito. Stoga broj provedenih istraživanja i radova na tu temu nije velik. Ističu se radovi Jelinčić *Abeceda kulturnog turizma* (2008) i *Kultura u izlogu* (2010), a od ostalih autora mogu se spomenuti Kušen (2002), Obad-Šćitaroci (2004), Dumbović Bilušić (2015) i dr.

Tako ni Samobor nije iznimka te ne postoje znanstveni radovi o Samoboru na temu kulturne baštine i turističke valorizacije. Postoji nekoliko znanstvenih radova koji se pojedinačno bave kulturno-povijesnom baštinom kao npr. sakralnim spomenicima kulture (Horvat, 1988; Repanić-Braun, 1997; Librić 1998), arhitekturnim spomenicima kulture (Peharnik Žegarac i Remussini, 2016), samoborskim Starim gradom (Noršić, 1992; Miletić, 2001; Đurić, 2004), počecima turističke povijesti Samobora (Vojak, 2012), samoborskom urbanom jezgrom i arhitekturom općenito (Dumbović Bilušić, 1987, 1995, 2003, 2007, 2011).

Tab. 1. Glavna obilježja, teme i ciljevi istraživanja kulturne baštine u turizmu te najcitiraniji autori u svijetu i Hrvatskoj

	1990. - 2003.		2003. do danas	
	u svijetu	u Hrvatskoj	u svijetu	u Hrvatskoj
Glavna obilježja i teme istraživanja	<ul style="list-style-type: none"> - pojava i naglo povećanje broja znanstvenih radova o turističkoj valorizaciji kulturne baštine - turistička valorizacija kulturne baštine i gospodarski razvitak 	<ul style="list-style-type: none"> - mali broj istraživanja i istraživača - uspješno upravljanje baštinskim atrakcijama 	<ul style="list-style-type: none"> - povećan broj radova o turističkoj valorizaciji kulturne baštine, naročito nematerijalne - slojevit odnos kulturne baštine i kulturnog turizma 	<ul style="list-style-type: none"> - pojačan interes te veći broj istraživača i radova u odnosu na prethodno razdoblje - upotreba i zaštita kulturnih resursa u turističkoj ponudi
Glavni ciljevi istraživanja	<ul style="list-style-type: none"> - istražiti valorizaciju kulturne baštine s različitih aspekata (turističkog, ekonomskog, političkog i dr.) 	<ul style="list-style-type: none"> - istražiti postavke uspješnog upravljanja kulturnim dobrima u turizmu 	<ul style="list-style-type: none"> - analizirati odnos baštine i turizma te istražiti prezentaciju, valorizaciju i zaštitu materijalne i nematerijalne baštine u turističkoj djelatnosti 	<ul style="list-style-type: none"> - podizati svijesti o potrebi očuvanja baštine te istražiti načine korištenja kulturnih resursa u kontekstu turizma
Vodeći autori	Richards, G., Hughes, H., McKercher, B., DuCros, H., Boniface, P., Graham, B.	Jelinčić, D. A., Antolović, J., Marušić, Z., Tomljenović, R.	Richards, G., McKercher, B., Timothy, D., Boyd, S., DuCross, H., Millar, S., Smith, L.	Jelinčić, D. A., Antolović, J., Marušić, Z., Tomljenović, R., Gredičak, T., Geić, S., Vrtiprah, V.

2. TURISTIČKOGEOGRAFSKA OBILJEŽJA SAMOBORA

Predispozicije Samobora za što bolju turističku valorizaciju kulturno-povijesne baštine nalaze se kako u prometnogeografskom i turističkogeografskom položaju, tako i u prirodnogeografskim i društvenogeografskim uvjetima, te u njihovoj turističkoj atraktivnosti, prezentaciji, turističkoj politici i smještajnim kapacitetima. U ovom poglavlju razmotrit će se i oblici turizma u turističkoj ponudi Samobora te razvoj turizma grada.

2.1. Turističkogeografski položaj

Prostorni smještaj i turističkogeografski položaj Samobora u odnosu na glavne turističke tokove je povoljan. Turistički tokovi u Europi pokazuju da Europljani putuju iz jedne zemlje u drugu pa je njihov smjer kretanja interregionalan. Samobor se nalazi u blizini važnih međunarodnih cestovnih pravaca: Trst-Ljubljana-Samobor-Zagreb, Graz-Maribor-Zagreb-Samobor, Klagenfurt-Ljubljana-Samobor-Zagreb, Budimpešta-Varaždin-Zagreb-Samobor.

Prometna povezanost sa 20-tak kilometara udaljenim Zagrebom je dobra i višestruka. U blizini se nalazi auto-cesta Ljubljana-Zagreb s dva sekundarna prometna čvorišta, Bregana, neposredno uz granicu sa Slovenijom i Sveta Nedelja. Blizina glavnog grada donosi Samoboru značajan broj posjetitelja, s naglaskom na izletnike, a ne turiste, koji u gradu ne ostvaruju noćenja. Kako je Zagreb jako receptivno središte, pojavljuje se i novi trend, sve veći broj turista primarno odsjeda u Zagrebu, a Samobor posjećuje samo izletnički.

Samobor ima potencijal postati receptivno središte (turističko mjesto) jer se u odnosu na prometne tokove nalazi u blizini glavnih europskih emitivnih regija. Isto tako, ima i povoljan tranzitni položaj za turiste kojima su glavna odredišta druge destinacije npr. jadranska obala ili drugi gradovi i države u regiji. Dobar primjer smještajnog kapaciteta tranzitnog turizma je obližnji kamp *Rakitje*, jedini kamp zagrebačke županije s većim kapacitetom koji je otvoren cijelu godinu. Sve navedeno otvara mogućnosti veće popunjenosti turističkih kapaciteta Samobora i ostvarenja većeg broja noćenja.

2.2. Turistička atrakcijska osnova

Turističku atrakcijsku osnovu čine prirodne ili antropogene atrakcije, a to su oni resursi koji svojim atributima privlače turiste i predstavljaju osnovu za razvoj turizma nekog područja. U praksi se pojmovi turistički resurs i turistička atrakcija često poistovjećuju. Razlika postoji u praktičnom značenju, može se reći da svaka turistička atrakcija predstavlja ujedno i turistički resurs dok svaki turistički resurs nije ujedno i turistička atrakcija.

„Realne turističke atrakcije su one atrakcije kojima je osigurana turistička pristupačnost, a potencijalne su one atrakcije kojima nije osigurana pristupačnost i turističko korištenje“ (Kušen, 2002). Klasifikacija turističkih atrakcija preduvjet je njihova uključivanja u turističku djelatnost, a efikasnost korištenja atrakcija determinira ekonomsku uspješnost turizma na određenom prostoru.

U radu su navedene skupne turističke atrakcije s osnovnom podjelom na prirodne atrakcije, kulturno-povijesne (društvene) atrakcije i atraktivnu turističku suprastrukturu klasificirane na pojedinačne turističke atrakcije prema Kušenovoj (2002) “osnovnoj funkcionalnoj klasifikaciji turističkih atrakcija” (Slunjski, 2019, 86).

2.2.1. Prirodne atrakcije

Privlačnost prirodne sredine i pejzaža u kojem su smješteni objekti kulturne baštine ima veliki utjecaj na njihovu atraktivnost, ali i obrnuto. Za turističku valorizaciju baštinskih objekata važna je atraktivnost okolnoga pejzaža (prirodnoga i kulturnoga) te njihova uklopljenost u pejzaž zbog čega su često najprivlačniji oni objekti koji dominiraju određenim prostorom (Dumbović Bilušić, 2015).

U prirodne atraktivne faktore mogu se ubrojiti klima, reljef, insolacija, hidrografski elementi, flora i fauna, posebne prirodne rijetkosti kao što su špilje, kanjoni, slapovi i sl. te prirodna baština. Na širem samoborskom području možemo istaknuti Park prirode Žumberak-Samoborsko gorje, Tepec, rječice Gradnu i Breganu, Cerinski vir, termalne izvore na lokaciji Šmidhen, Grgosovu spilju, Vilinske jame, botanički vrt ljekovitog bilja Suban, počnu stazu Otruševac, endemsko bilje Samoborskog gorja, divlji životinjski svijet Samoborskog gorja, ribnjake i dr.

Zaštita i očuvanje izvornosti prirode na širem samoborskom području povjerena je Javnoj ustanovi Zeleni prsten Zagrebačke županije, sa sjedištem u Samoboru. Njena zadaća je upravljanje zaštićenim područjima i drugim zaštićenim dijelovima prirode na području Zagrebačke županije „Zeleni prsten“. Bogatstvo i raznolikost prirodnih atraktivnih faktora na samoborskom području kojima upravlja JU Zeleni prsten sistematizirana su prema kategorijama zaštićenih područja:

- park šuma: Okić grad-okolica, Tepec-Palačnik-Stražnik
- Parkovi prirode: Žumberak-Samoborsko gorje
- Posebni botanički rezervat: Smerovišće
- Posebni rezervat šumske vegetacije: Japetić
- Spomenici parkovne arhitekture: Lug-park oko dvorca, Samobor-park u Bistracu, Samobor-park u Langovoj, Samobor-park Mojmir, Samobor-tisa
- Spomenik prirode: Grgosova spilja
- Značajni krajobrazi: Slapnica

2.2.2. Antropogene atrakcije

Antropogene atrakcije obuhvaćaju kulturno-povijesne spomenike, važne građevine, kulturne ustanove, sakralne objekte, kulturne i zabavne manifestacije i tradicijske posebnosti o kojima će biti više riječi u narednim poglavljima.

„Sve turističke atraktivnosti i atrakcije snažno su prostorno obilježene, bez obzira jesu li same dio prostora ili je njihova pojavnost strogo prostorno određena. Razvitak „novog turizma“ na tragu „održivog razvoja“, ovisi o cjelovitoj identifikaciji, valorizaciji i zaštiti svih turističkih atraktivnosti i atrakcija, u postojećoj ili potencijalnoj turističkoj destinaciji“ (Kušen, 1999).

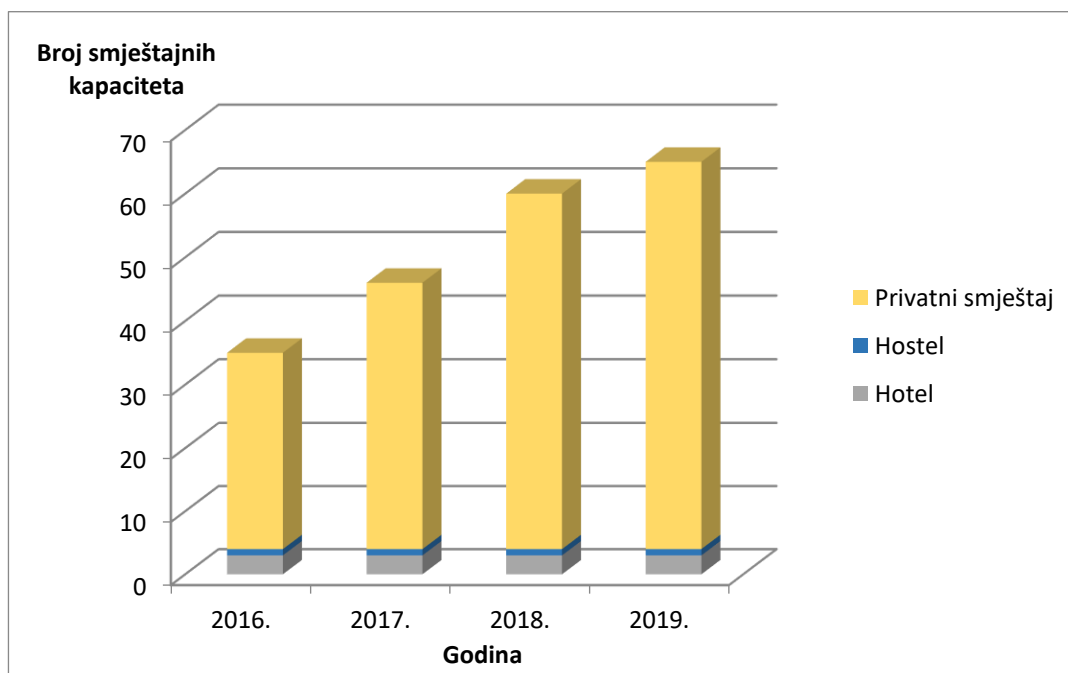
Najpoznatije antropogene atrakcije Samobora su: Stari grad Samobor, Trg kralja Tomislava (zaštićena gradska jezgra); kultura života i rada: gastronomija, tradicijski zanati (tzv. samoborski obrti), rudnik sv. Barbare; kulturne ustanove: Muzej grada Samobora, POU Samobor, Galerija Prica, Fotogalerija Lang, Bunker; manifestacije: Fašnik, Bitka kod Samobora, Samoborska salamijada, *Cu'Fus*, Dan grada, Dani rudarske greblice i dr.; turističke staze, putevi, ceste: samoborske biciklističke rute, planinarske staze, Samoborska vinska cesta (najmlađa u Zagrebačkoj županiji od 2012. godine sa 7 vinotočja i 5 izletišta).

2.3. Receptivni faktori

Samobor ima poprilično bogatu ugostiteljsku ponudu, što se ne može reći i za smještajne kapacitete, osobito hotelske s većim brojem ležajeva i višim standardom usluga.

Zadnjih godina bilježi se konstantan porast dolazaka i noćenja turista, te se ističe porast potreba za hotelskim smještajnim kapacitetima s većim brojem ležajeva i višom kategorijom, a s druge strane neki od hotela, s manjim brojem ležajeva i nižom kategorijom, su zatvoreni ili prenamijenjeni. Trenutno su u gradu Samoboru tri hotela, od toga je jedan dislociran jer se nalazi na širem području grada, s ukupnim brojem od 100 ležajeva. Najpoznatiji hoteli, *Livadić* i *Lavica*, s dugom povijesnom tradicijom smješteni su u reprezentativnim građevinama u samoj gradskoj jezgri.

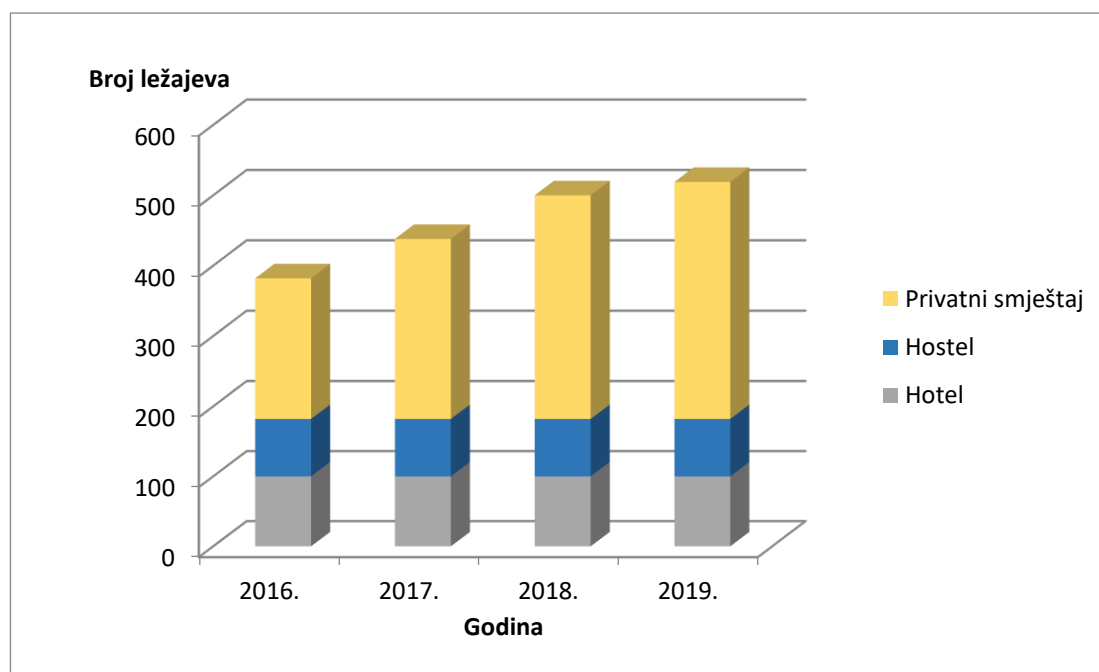
Konstantno se povećava broj privatnih smještajnih jedinica te one prevladavaju u ponudi npr. apartmani, kuće za odmor, pansioni, sobe, OPG-i te ih ima ukupno 337 (prema podacima TZ grada Samobora na dan 30. 06. 2019.) (sl. 2). Hostel je jedan sa 82 ležaja te je to bio prvi hostel u Zagrebačkoj županiji. Mini kamp je isto jedan, sa svega šest kamp mjesta a od brojnih planinarskih domova, samo dva nude uslugu smještaja. Samobor trenutno nudi ukupno 519 ležajeva (podaci Turističke zajednice grada Samobora, na dan 30. 06. 2019.) (sl. 3).



Sl. 2. Broj smještajnih kapaciteta u Gradu Samoboru¹ u razdoblju od 2016. do 2019. godine

Izvor: Turistička zajednica grada Samobora (30. 06. 2019.)

¹ Statistički podaci TZ grada Samobora odnose se na administrativnu jedinicu Grada Samobora.



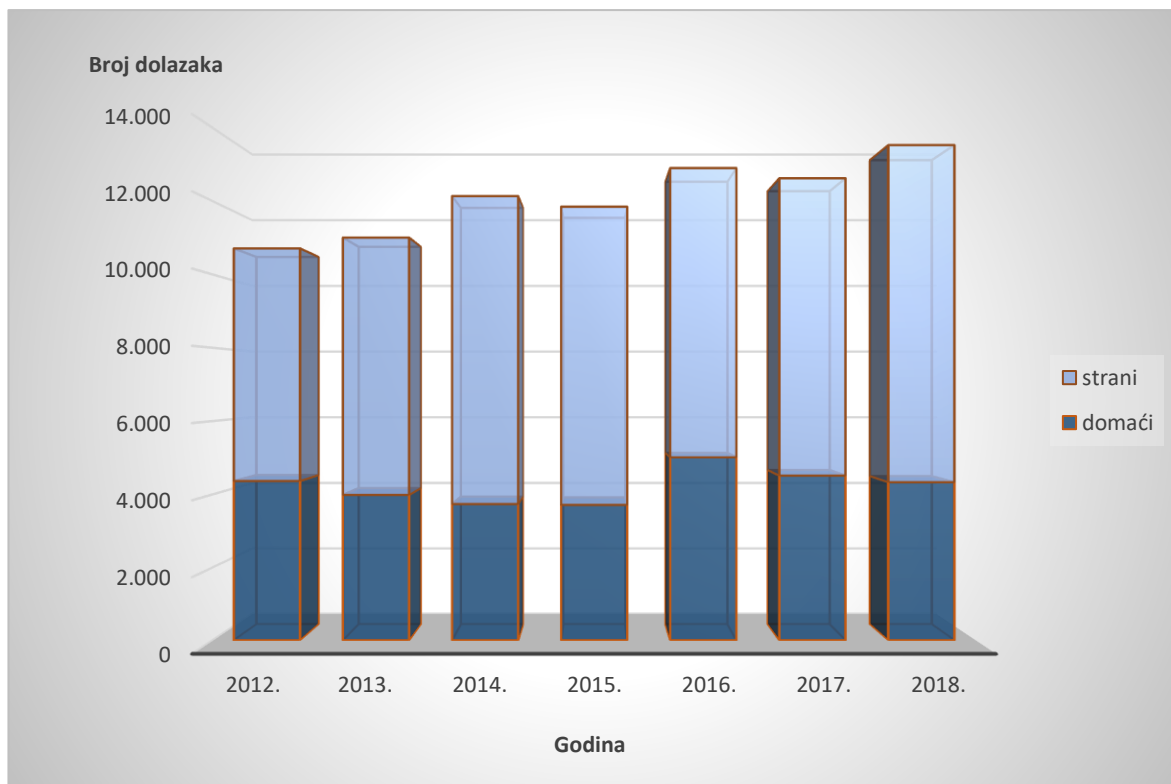
Sl. 3. Broj ležajeva u Gradu Samoboru² u razdoblju od 2016. do 2019. godine
Izvor: Turistička zajednica grada Samobora (30. 06. 2019.)

2.4. Turistički promet

Turistički promet iskazuje se dolascima i noćenjima, domaćih i stranih turista. Iskazani statistički podaci Državnog zavoda za statistiku odnose se na Grad Samobor, a ne samo na naselje Samobor. Uočava se brzo rastući pozitivan trend ukupnog porasta turističkog prometa, u dolascima i noćenjima, praćen u razdoblju od 2012. do 2018. godine.

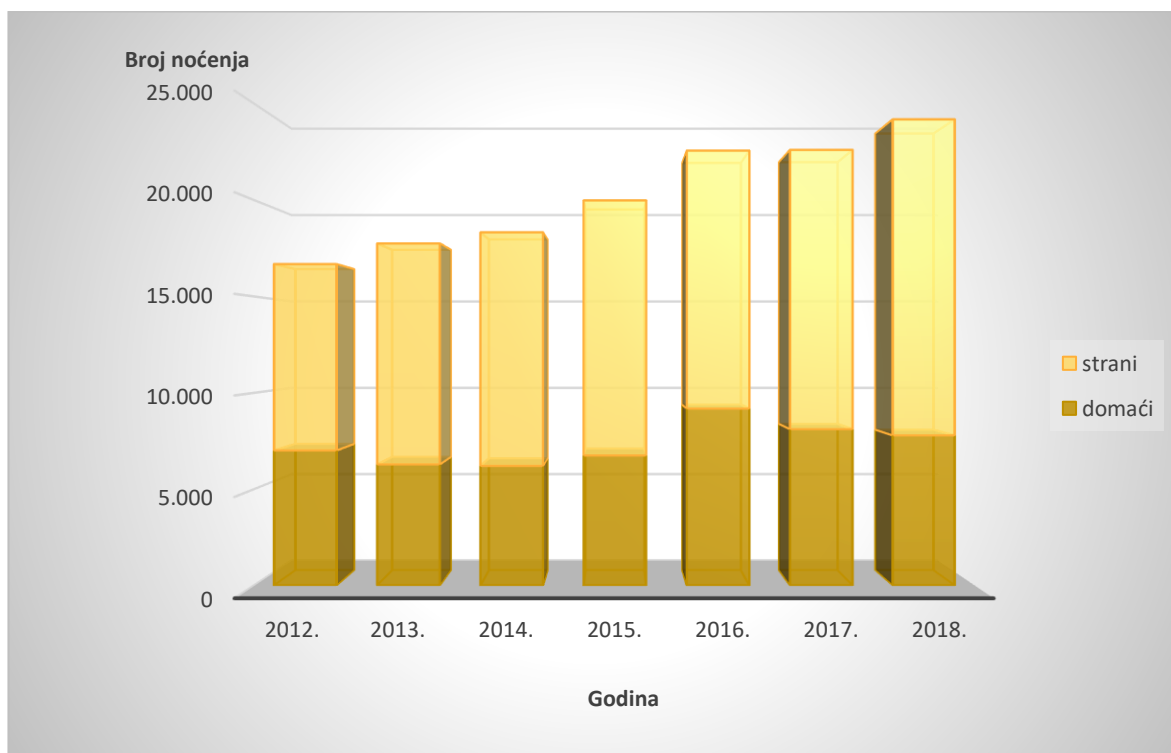
Broj dolazaka domaćih turista je bio najveći 2016. godine, a nakon toga je u blagom padu. Broj dolazaka stranih turista je gotovo u konstantnom porastu, nešto manji broj uočljiv je 2016. godine u odnosu na prethodnu godinu (sl. 4). Broj ostvarenih noćenja domaćih turista bio je najveći 2016. godine, a 2017. i 2018. godine je u blagom padu. Broj ostvarenih noćenja stranih turista je konstantno u porastu u cijelom razdoblju (sl. 5). U usporedbi dolazaka i noćenja u navedenom razdoblju, veći je broj stranih turista. Gledano prema državama, najviše stranih turista dolazi iz Bugarske (9,85 %), Njemačke (6,91 %), Italije (3,81 %), Bosne i Hercegovine (3,58 %), Srbije (3,22 %), Austrije (3,17 %), Slovenije (3,04 %), Južne Koreje (2,63 %), a prema podacima iz sustava *eVisitor* (2018).

² Statistički podaci TZ grada Samobora odnose se na administrativnu jedinicu Grada Samobora.



Sl. 4. Dolasci domaćih i stranih turista u Grad Samobor u razdoblju od 2012. do 2018. godine

Izvor: DZS, Gradovi u statistici, 2019.



Sl. 5. Noćenja domaćih i stranih turista u Gradu Samoboru u razdoblju od 2012. do 2018. godine

Izvor: DSZ, Gradovi u statistici, 2019.

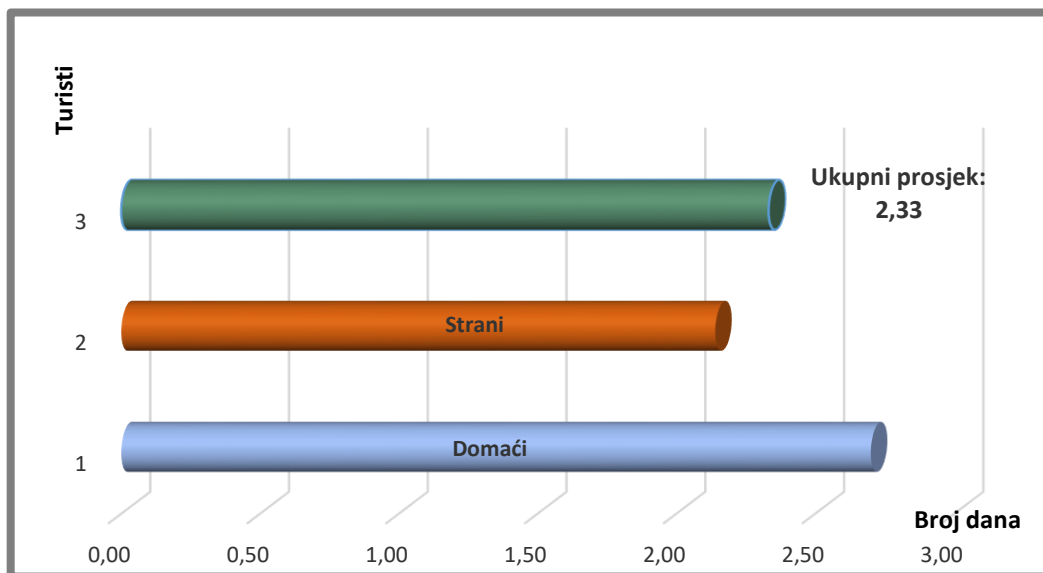
Ipak, broj noćenja na području Samobora ne možemo uzeti kao relevantan prikaz stanja u turističkom prometu jer su posjetitelji grada, oduvijek, uglavnom izletnici koji ostaju samo jedan dan bez registracije dolaska. „Turistička statistika tj. kvantitativni pokazatelji turističkog prometa značajni su pokazatelj vrijednosti nekog turističkog resursa. Upotrebom samo statističkog kriterija ne može se saznati sve o pojavi koja se analizira, pogotovo ne o uzrocima ostvarenog prometa. Ipak, statistika pomaže da se kvantificiraju neka zapažanja jer se iz statističkog praćenja pojedinih pojava u turističkom fenomenu (broj posjetitelja i noćenja, prosječna dužina trajanja turističkog boravka, prosječno povećanje kapaciteta u turističkom smještaju i sl.) mogu izvesti sasvim relevantni podaci o trenutnom stupnju atraktivnosti nekog resursa na turističkom tržištu.“ (Vukonić, 1994, 180).

Prema dostupnim podacima TZ grada Samobora, ne postoje alati kojima bi se mjerio broj dolazaka izletnika ili barem radila procjena istih. Postoje neslužbene procjene kako u vrijeme Fašnika Samobor ima oko 100 000 posjetitelja, a na mjesečnoj bazi ih je oko 50 000. Upravo taj veliki broj neregistriranog turističkog prometa bez korištenja usluge noćenja, definira Samobor kao izletničku destinaciju, tip grada prazničnog turizma kako nalazimo u literaturi, a ujedno i otežava planiranje potrebnih smještajnih kapaciteta u budućnosti, kojih prema sadašnjem prometu nedostaje, pogotovo u hotelskom smještaju. Postoji potencijal za proširenje usluga smještaja kroz sve popularnije tzv. *bike and bed* ili *run and bed* smještaje kojima bi ljubitelji rekreacijskih aktivnosti produžili boravak uz dodatnu ponudu kroz informacije o stazama, servisima za bicikle, turističkim atrakcijama, kulturnoj baštini i sl.

U dolascima i noćenju turista zamjećujemo i sezonalnost što je vezano uz održavanje brojnih manifestacija i drugih događanja u gradu tokom godine, sezonu godišnjih odmora, praznika i sl. Tako je uočljiv trend većeg broja u stranih turista, u dolascima i noćenjima, u razdoblju od travnja do listopada, a domaćih, u dolascima i noćenjima, ima najviše u prosincu, a nešto manje od rujna do studenog (podaci TZ grada Samobora, razdoblje 01. 01. 2016. do 30. 06. 2019).

Prosječno trajanje boravka turista u Samoboru, statistički gledano, u razdoblju od 2016. do 2018. godine je 2,33 dana (sl. 6). Domaći turisti borave nešto duže (2,70), a strani kraće (2,17 dana). Dominantni su turisti s kraćim boravkom od 1 do 2 dana, a prema podacima TZ grada Samobora, jedino hotel *Livadić* u strogoj gradskoj jezgri ima stalne goste koji češće odsjedaju u njemu. Zbog već spomenutih manjih kapaciteta objekata nije moguće organizirati prihvata većih grupa, npr. jednog autobusa gostiju. Nedostatak

dodatnih sadržaja smještajnih jedinica još više utječe na nemogućnost zadržavanja gostiju u dužem razdoblju te ne potiče na veću potrošnju.



Sl. 6. Prosječno trajanje boravka domaćih i stranih turista u Gradu Samoboru od 2016. do 2018. godine

Izvor: Turistička zajednica grada Samobora, 2019.

2.5. Oblici turizma u turističkoj ponudi Samobora

U turističkoj ponudi Samobora zastupljeni su brojni oblici turizma, što je i za očekivati, budući je turizam jedna od gospodarskih osnova grada te način brendiranja i života Samobora. Grad teži kulturnoj i sportsko-rekreacijskoj motivaciji posjetitelja, bogat je prirodnim i antropogenim atrakcijama te je zastupljen kulturni, religijski, enogastro, cikloturizam, ribolovni turizam, a prostora ima i za veću popularizaciju pustolovnog, ruralnog, zdravstvenog i ekoturizma. Razvoj selektivnih oblika turizma važan je za očuvanje turističke destinacije, produženje turističke sezone i za razvoj održivog turizma općenito. Mnoštvo je različitih oblika selektivnog turizma, a njihova potpuna tipologija s obzirom na različite kriterije gotovo da i nije moguća. Tipologije koje se najčešće koriste su (Geić, 2011):

1) prema motivaciji:

- kulturni turizam
- zdravstveni turizam
- sportsko-rekreacijski turizam
- poslovni i kongresni turizam
- politički turizam (političkih manifestacija)

2) prema resursnoj osnovi:

- oblici turizma zasnovani na prirodno resursnoj osnovi (ruralni, avanturistički, geoturizam, ekoturizam, nautički, lovni i ribolovni)

- oblici turizma zasnovani na društvenoj resursnoj osnovi (kulturni, religijski, industrijski, filmski, enogastro)

3) prema broju sudionika:

- individualni turizam

- masovni turizam

- obiteljski turizam

- kolektivni turizam

- klupski turizam.

2.6. Razvoj turizma grada Samobora

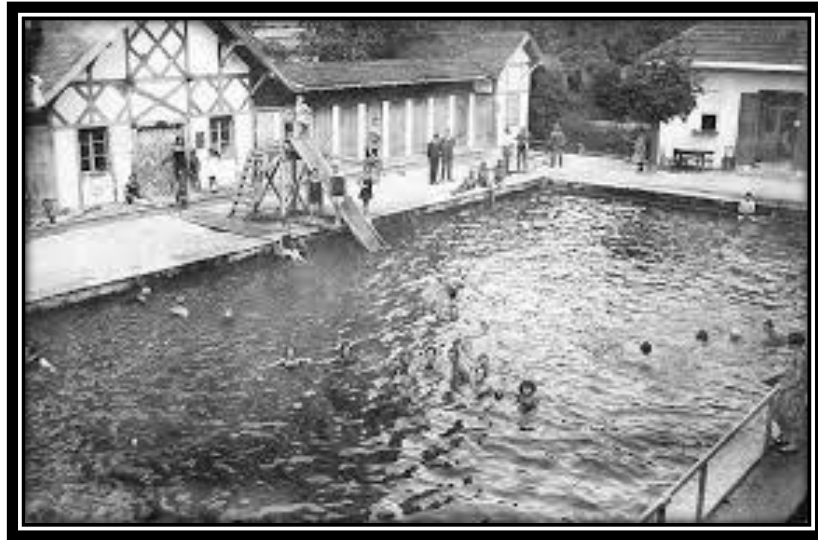
Turistička tradicija u Samoboru je duga. Počeci samoborskog turizma sežu u prvu polovicu 19. stoljeća. Tada je otvorena stanica poštanske diližanse i prvi samoborski hotel „K gradu Trstu“ na glavnom Trgu. Kasnije je osnovano društvo za poljepšavanje Samobora, preteča današnje Turističke zajednice. Glavni zadatak društva bio je očuvati prirodnu i kulturnu baštinu Samobora (Brekalo, Sinković i Žokalj, 2017).

Kako je tekao razvoj turizma na području grada Samobora, može se sažeti u nekoliko faza (Mihočinec, 1999): 1. faza - do početka 20. stoljeća, 2. faza - do početka Drugog svjetskog rata i 3. faza - do Domovinskog rata.

Prva najbogatija faza, do početka 20. stoljeća, obilježena je stvaranjem preduvjeta za razvoj turizma kroz izradu plana uređenja i izgradnje gradskog trga, regulaciju korita Gradne te izgradnje prvog hotela 1810. godine. U to vrijeme Samobor su posjećivali poznati Ilirci, okupljajući se u kurijama i ladanjskim kućama. *Agramer Zeitung* poziva na balove i karnevalske zabave već 1835. godine. To je jedna od prvih promidžbenih poruka takvog tipa kojom se pozivaju posjetioци iz Zagreba. U to vrijeme otvorena je i prva tvornica stakla *Glažuta* u kojoj su se izrađivali unikatni suvenirni. Pojavljuje se i prvi konjski omnibus za prijevoz izletnika iz Zagreba, gosti se počinju prijavljivati, uvodi se jedinstveni cjenik ugostiteljskih i hotelskih usluga, tiskaju se prve razglednice, organiziraju prve fašničke povorke. Godine 1868. počinje izgradnja Šmidhenovih sumpornih toplica, 1875. godine organizira se prvi planinarski izlet u povijesti hrvatskog planinarstva, a 1878.

godine općina prodaje zemljište za prvi ljetnikovac, vilu Wagner. Slijedi projektiranje parka Anindol i izgradnja mosta na Savi kod Podsuseda čime je omogućena bolja povezanost sa Zagrebom.

U cilju što veće turističke promocije osniva se 1886. godine Društvo za poljepšavanje Samobora, slijedi Statut za ugostiteljstvo, a 1889. godine otvoreno je hidropatsko kupalište na Vugrinščaku (sl. 7).



Sl. 7. Hidropatsko kupalište na Vugrinščaku

Izvor: Službeni Facebook grada Samobora (24. 08. 2019.)

Druga faza, od početka 20.stoljeća do početka Drugog svjetskog rata, donijela je puštanje u promet popularnog vlaka Samoborčeka 1901. godine. Počinju izlaziti tiskovine *Sraka* i *Samoborski list*, otvara se Hidropatički zavod na Vugrinščaku s protočnom vodom iz Gradne, baš kao i danas. Otvara se *Penzion* i restoran, na mjestu današnjeg hotela *Lavice* u dijelu kompleksa Livadićevog dvora, tako 1914. godine Samobor ima tri hotela, „penzion“, restoran, kavanu i oko 50-tak gostionica. Osniva se Klimatsko povjerenstvo Samobor, zatim Društvo za promet stranaca, a 1939. godine i Općinski turistički odbor.

Slijedi treća faza, u razdoblju od Drugog svjetskog rata koja je donijela mnoge promjene na globalnoj razini, do početka Domovinskog rata. Nakon savjeta za turizam, 1952. godine osnovano je Turističko društvo Samobor. Gospodin Grgos je 1973. godine na svom posjedu otkrio spilju, nazvanu Grgosova spilja te je uredio za posjete i otvorio danas poznatu tradicionalnu gostionicu. Hotel *Šmidhen* otvoren je 1974. godine, a godinu kasnije i Turistička poslovica.

Turistička zajednica grada Samobora osnovana 1994. godine, a u njenom sklopu djelovala je i turistička agencija *Sambor-receptiv* s ciljem organiziranog dovođenja turista

u Samobor. Na području grada danas postoji pet turističkih agencija koje nemaju specijalizirane pakete za Samobor i okolicu, tek jedna nudi razgledavanje rudnika sv. Barbare u Rudama.

Može se reći da Samobor nakon Domovinskog rata, kada je došlo do znatne stagnacije turizma, u novoj fazi nastoji obnoviti staru slavu, opet se budi i postaje sve privlačniji i otvoreniji prema novim trendovima turizma. Grad želi vratiti funkciju značajnog topličkog središta, većeg od nekadašnjeg kupališta *Šmidhen* te je izgradnja novog bazena na vidiku uz pomoć sredstava iz Fondova EU. Ljepote Samobora i okolice te vrlo zanimljive turističke manifestacije moraju se odraziti na jačanje ugostiteljstva i hotelijerstva, ruralnog turizma, razvoja prometne mreže i vraćanja željezničke veze sa Zagrebom (Feletar, 2011; Samoborske novine, 2019).

„Ipak, suprotno tradiciji, samoborski turizam danas ne zadovoljava. Izletnici i namjernici, uglavnom iz Zagreba, dolaze po inerciji, na osnovi „stare slave“, a pozitivni pomaci su najčešće spontani, rjeđe organizirani i svakako nepovezani“ (Službene vijesti grada Samobora, 2013, 16-18).



Sl. 8. Pogled na staru gradsku jezgru Samobora iz zraka
Izvor: fotografirala dronom Sandra Greguričević (kolovoz, 2019.)

3. KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA KAO PRIVLAČNI TURISTIČKI ČIMBENIK

Samobor je grad koji odiše poviješću, često se spominje i kao „grad muzej“, osobito stara gradska jezgra (sl. 8), koja je u Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske zaštićena kao spomenik prve kategorije (Prilog 1). Teško je selektivno izdvojiti samo dijelove, a ne spomenuti većinu kulturne baštine Samobora jer bi za njega mogli reći da je pravi kulturno-povijesni spomenik. U nastavku je pregled nekih značajnijih i poznatijih potencijalno privlačnih faktora kulturno-povijesne baštine.

3.1. Kulturno-povijesni spomenici i važne građevine

U Samoboru i njegovoj okolini nalaze se ostaci starih utvrda, brojni dvorci, kurije, vile, građanske kuće. U dvorcima i u kurijama, povremeno ili stalno, stanovali su plemići, s razlikom da su kurije skromnijeg uređenja, a površinom su puno manje od dvoraca. Bez obzira na brojnost baštinskih objekata, nisu svi u dobrom stanju te je samim time njihova turistička valorizacija umanjena, a može se reći i upitna.

Turistička zajednica grada Samobora osmislila je tri šetnje gradom u različitom trajanju, a prema interesima posjetitelja (šetnja s razgledavanjem u trajanju od sat i pol, rekreativna šetnja u trajanju od sat do dva i dječja šetnja u trajanju od 40 minuta). U ponudi je i plan koji pomaže u snalaženju i orijentaciji.

Trg kralja Tomislava

Samobor je vizualno najprepoznatljiviji po staroj gradskoj jezgri i zgradama koje ga zatvaraju. Neka od imena trga kroz povijest bila su: Plac, Glavni trg, Trg Leopolda Salvatora, po austrijskom nadvojvodi, a današnje ime, Trg kralja Tomislava dobio je 1925. godine povodom obilježavanja tisućljetne obljetnice hrvatskih kraljeva. Današnji preuređeni i modernizirani izgled dobio je 2002. godine (sl. 9).

„Stara gradska jezgra Samobora je sama po sebi muzej na otvorenom“ (Somek i Ibrišević, 2003, 28). Tu je srce grada, administrativni, upravni, kulturni i duhovni centar, a

osim važnog prometnog značenja trg je u prošlosti bio prostor održavanja sajmova, crkvenih svečanosti, političkih skupova. Danas je nezaobilazno mjesto okupljanja kako Samoboraca, tako i posjetitelja grada, mjesto uživanja uz kavu i poznate samoborske kremšnite.



Sl. 9. Trg kralja Tomislava

Izvor: TZ Grada Samobora, 2019.

Na broju 1 je ugaona jednokatnica, podignuta 1800. godine, rodna kuća arhitekta Franje Gabrića, a danas hotel i kavana *Livadić*. Iste godine izgrađena je zgrada na broju 3, nekadašnji hotel *Gradu Trstu*, a u kavani hotela bila je prva čitaonica. Središnja zgrada sjeverne strane trga je gradska vijećnica u kojoj se nalazi i ured gradonačelnika te gradska uprava. Izgrađena je 1826. godine po nacrtima Bartola Felbingera, poznatog zagrebačkog graditelja. Na južnoj strani trga, preko puta, nalazi se kuća trgovačke obitelji Cantilly iz koje potječe Julijana, poznatija kao Ljubica, motiv i inspiracija Vrazovog ljubavnog kanconijera „*Dulabije*“. Na broju 14 stanovao je hrvatski književnik Antun Gustav Matoš koji je bio oduševljen Samoborom te ga je prozvao „jednim od najhrvatskijih hrvatskih mjesta“ posvetivši mu brojne intimne tekstove.

Na kraju su početkom 20. stoljeća izgrađene Samoborska štedionica i ljekarna, a projektirao ih je Franjo Gabrić, samoborski arhitekt. Današnja ljekarna nalazi se na istom mjestu s autohtonim interijerom nekadašnje Kleščićeve ljekarne „*K zlatnom anđelu*“.

Zgrada je prepoznatljiva po poprsjima dva krilata anđela koji se nalaze na krovu (sl. 10). U stilu secesije izgrađen je i armiranobetonski most koji spaja trg i Perkovčevu ulicu. Dug je 20 metara i jedan od prvih armiranobetonskih mostova u Hrvatskoj (Mihočinec, 1999).



Sl. 10. Kleščićeva gradska ljekarna

Izvor: fotografirala Sandra Greguričević (kolovoz, 2019.)

Ono što Samoboru daje dodatnu posebnost, svakako je njegov život uz rječicu Gradnu. Zgrade na južnoj stani trga, sa stražnjih strana gledaju na Gradnu i daju Samoboru epitet „hrvatske Venecije“ s osam mostova.

Na Trg je ponovo postavljen zdenac, koji se u dokumentima spominjao još davne 1764. godine. Uz njega se veže i legenda, „tko popije iz zdenca, taj će se uvijek vraćati u Samobor“.

Stari grad Samobor

Na strateškom brdu Tepec s kojeg se otvara pogled na Samobor i okolicu, češki kralj Otokar II. Premisl, izgradio je utvrdu oko 1270. godine kako bi učvrstio svoju vlast. U to

vrijeme ili ranije nastala je srednjovjekovna baština grada Samobora u kraljevskim i plemićkim gradovima Samobor-grad, Okić-grad i Lipovec-grad.



Sl. 11. Stari grad Samobor
Izvor: TZ grada Samobora, 2019.

Utvrda Starog grada (sl. 11) je nadograđivana i pregrađivana u 16. i 17. stoljeću. Unutar zidina su i ruševine gotičke kapelice Sv. Ane, a u pisanim se izvorima se prvi puta spominje 1334. godine (Noršić, 1992). Tijekom 18. stoljeća utvrda više nije imala obrambenu funkciju te je postupno, ali sigurno osuđena na postupno propadanje. Njezino kamenje koristilo se za gradnju vlastelinskih kurija u Samoboru i okolici pa je utvrda još više propadala (Brekalo, Sinković i Žokalj, 2017).

Tijekom stoljeća izmjenjivali su se brojni vladari od kraljevskih do hrvatskih plemićkih obitelji. Spomenimo samo najpoznatije Arpadoviće, grofove Celjske, Frankopane, Tahija, Korvina, Erdödijeve, Auerspergove, Kulmera, Kiepacha te Montecuccolija od kojeg je samoborska općina 1902. godine otkupila Stari grad za 5293 krune i prepoznala njegovu kulturno-povijesnu vrijednost.

Sportsko društvo Šišmiš pokrenulo je 1901. godine akcije spašavanja Starog grada, a 1910. godine dobili su i službenu dozvolu za obnovu kule. Nakon te djelomične obnove 1912. godine u popravljenoj je kuli otvoren prvi muzej u Samoboru. Glavna prepreka za daljnju sanaciju bio je manjak financijskih sredstava. Valja napomenuti kako ovi radovi i rekonstrukcija nisu bili nadzirani od strane struke.

Nakon ovih radova provedena su istraživanja Tihomila Stahuljka uz nadzor Konzervatorskog zavoda, ali niti ta sanacijska faza nije završena. Zavod za zaštitu spomenika u Zagrebu, nakon Drugog svjetskog rata, ponovo kreće sa sanacijom. Ideje o turističkoj valorizaciji kroz sanaciju i otvaranje ugostiteljskog objekta, većim dijelom radi nezainteresiranosti gradskih vlasti, ubrzo su potonule u zaborav (Miletić, 2001).

Turistička zajednica grada Samobora nema baš jasnih pojašnjenja ni vizija u kojem smjeru će ići sudbina ovog ponosnog starca koji i dalje propada, a obilazak je moguć samo na vlastitu odgovornost. Kako navode, prema njihovim saznanjima, do sada nije bilo većih nezgoda prilikom posjeta. Stari grad je prepoznat kao jedna od najvažnijih turističkih atrakcija grada, kao njegov simbol, s čime se slažu i u TZ pa su takav stav i politike u potpunosti nejasni. Osobito u današnje vrijeme kada su moguća brojna sufinanciranja iz Fondova EU, zatim Ministarstva kulture, Zagrebačke županije, sponzora i zaljubljenika u grad. Prostora za barem minimalna poboljšanja itekako ima, barem u obliku bolje turističke signalizacije i održavanja prilaznih staza, a poznato je da Samobor vodi brigu o prostornom uređenju kroz Strateški program razvoja grada Samobora od 2013 do 2020. godine (Službene vijesti Grada Samobora, 2013).

Vile, kurije i dvorci

Neke od najpoznatijih samoborskih kurija su Špigelski, Dvoržak, Reiser, Kiepatch, Bistrac, Giznik, Hamor i dr.

Kurija Dvoržak ucertana je na kartu A. P. Praunspergera 1764. godine i moguće da je tu bio manji fortifikacijski objekt. Dio kurije je obnovljen 2015. godine te je kurija naseljena i u privatnom vlasništvu.

Kurija Reiser sagrađena je prvoj polovici 18. stoljeća, a nalazi se u Mirnovcu te je mnogima poznata upravo pod tim imenom. Osim arhitektonskih vrijednosti ona ima i kulturno-povijesni značaj kao mjesto sastajanja samoborskih Iliraca. Kuriju je za života posjedovao poznati hrvatski slikar Nikola Reiser, a danas njegovi nasljednici.

Kurija Kiepatch sagrađena je u 18 stoljeću, bila je u vlasništvu obitelji Erdödy, zatim Drašković pa Kulmer. Nekada se uz kuriju nalazio perivoj i geometrijski organiziran vrt. Danas je kurija u izrazito lošem stanju, perivoj je prerastao, a vrta više nema. Posjed je u privatnom vlasništvu.

Kurija Bistrac sagrađena je sredinom 18. stoljeća, naručitelj je bila obitelj Kulmer. Kurija je imala reprezentativan perivoj s rijetkim vrstama drveća i ukrasnog bilja koji je u potpunosti devastiran i propao. Danas se oko posjeda vodi dugotrajan spor, a objekt s perivojem propada.

„Dvorac Podolje je vlasništvo obitelji Praunsperger-Bošnjak koja ulaže izuzetnu energiju kako bi sačuvala obiteljsko nasljeđe. Budući da je sačuvan i inventar, ovaj se dvorac izdvaja kao jedan od najvrijednijih u Hrvatskoj.“ (Žegarac Peharnik i Remussini, 2016, 42) Sagrađen je u Gornjem kraju, u blizini Lipovačke Gradne, nasuprot Starom gradu. Svojim položajem je zajedno sa Starim gradom osiguravao prilaz gradu te je bio stan gradskih kastelana. Dokaz tome su puškarnice u prizemlju dvorca. Jedan je od najvrijednijih dvorova ovog kraja i jedan od rijetko sačuvanih spomenika u kontinuiranom vlasništvu jedne obitelji od 1779. godine, zbirka portreta porodica Saich i Praunsperger iz 17. i 18. stoljeća ima veliku kulturno-povijesnu vrijednost. U dvorcu se čuva i zbirka starog oružja.

Balagovi dvori prvi put se spominju 1620. godine kada ih je Tomo Erdödy darovao Kristoforu Balagoviću radi vjerne službe. Kasnije prelazi u vlasništvo obitelji Kulmer. Spomenik je 2. kategorije i najveći perivoj s dvorcem samoborskog kraja, a danas je školska ustanova.

Nekadašnje vile, odnosno ljetnikovci gradile su se na periferiji gradova ili na selu te su imale i hortikulturno uređene površine. Neke od prelijepih samoborskih vila su „kuća na pećini“ tj. vila Prohaska, vila Allnoch, vila Wagner, Begova vila, Kirinova vila, vila Suhodol i dr.

Rijetke vile su očuvane, obnovljene i dobrom stanju, a većina bi trebala hitnu sanaciju, vrtovi su zapušteni, prerasli, a neke vile su vlasnici, neadekvatnim nadogradnjama narušili i umanjili im urbanističku i estetsku vrijednost.

Vila Wagner (sl. 12) nalazi se u Langovoj ulici nasuprot franjevačkog samostana, jedna je od najugroženijih. Sagrađena 1891. godine bila je reprezentativan primjer vile s karakteristikama malog dvorca i prva „samoborska vikendica“. Oko vile bio je uređen perivoj s vrlo rijetkim primjercima stabala, pod posebnom zaštitom, koji je prepušten totalnom propadanju. Vila je devastirana u potpunosti. Javna ustanova Zeleni prsten Zagrebačke županije planirala je ponovno zasaditi nestale vrste, ali to nije bilo moguće radi prevelikih troškova nabave. „Pa, eto prilika za državne, županijske i gradske vlasti kao i za Samoborce, da zajednički spasimo i obnovimo ovo kulturno dobro bez obzira na privatno vlasništvo“ (Žegarac Peharnik i Remussini, 2016, 31)



Sl. 12. Vila Wagner u Langovoj ulici

Izvor: fotografirala Sandra Greguričević (kolovoz, 2019.)

Šetališta i parkovi

Kao što je navedeno, nekada su za plemićke šetnje uz svaki dvorac bili izgrađeni parkovi i perivoji. Ta tradicija ipak nije nestala te se Samobor može pohvaliti brojnim uređenim parkovima i šetnicama. Najpoznatije samoborsko šetalište je svakako Anindol. Ime, naravno, potječe od kapele svete Ane kraj koje je sniman i poznati film „Tko pjeva, zlo ne misli?“ Tu su snimljeni kadrovi velikog Aninog proštenja i uređenog „tanc placa“.

Kapela svete Ane povezana je s kapelom svetog Jurja križnim putem, a dalje pristojno uređena staza vodi sve do Starog grada i dalje prema Vugrinščaku.

Omiljeno je i Šetalište uz mlinove, od Trga Matice Hrvatske uz Gradnu, gdje dolazimo do sunčanog sata. Šetnica je dobila ime po mlinovima koji su se tu nekada nalazili.

Šetalište dr. Franje Tuđmana povezuje park s platanama uz Samoborski muzej i Vugrinščak. To je danas lijepo uređena i proširena šetnica u neposrednoj blizini glavnog trga.

Vugrinščak je najpoznatiji po svome hidropatskom kupalištu čiji počeci sežu u 1888. godinu. Otvoreni prostor pogodan je za održavanje kulturnih, sportskih i drugih manifestacija. Nekada su tu bili teniski tereni, igralište za odbojku, ali sve je poprilično zapušteno bez konkretne namjene, a veliki potencijal postoji. Zanimljivost su ljubavni lokoti na sigurnoj ogradi koja prati potok Gradnu.

Spomen perivoj Park Domovinske zahvalnosti osmišljen je 2002. godine i smješten je uz župnu crkvu svete Anastazije. Značajan je po spomenicima žrtvama Domovinskog rata i kipu Majke Božje. Uređen je na specifičan i atraktivan način, a 2001. godine Branko Siladin dobio je nagradu saveza arhitekata „Viktore Kovačić“ za najbolju arhitektonsku realizaciju (Mihočinec, 2007).

3.2. Sakralni objekti

U Samoboru i okolici izgrađeno je mnogo crkvi i kapelica, što proizlazi iz njegove bogate povijesti i kontinuirane naseljenosti. Sakralni objekti mogu biti dobra osnova vjerskog turizma. Jedan od primjera je Kuća susreta Tabor, pri Franjevačkom samostanu gdje se organiziraju susreti, seminari, edukacije i sl. te se tako postupno razvija vjerski turizam u gradu.

Župna crkva sv. Anastazije

Župna crkva svete Anastazije spominje se već 1242. godine u Zlatnoj buli kralja Bele IV te je jedna od najstarijih župa zagrebačke biskupije. U početku je bila građena uz samu Gradnu te je često poplavljavana. Da bi riješili taj problem građani Samobora htjeli su sagraditi crkvu na povišenom mjestu. Pomogla im je tadašnja vlasnica feudalnog grada Ana Elizabeta Ausperg, gradnja nove crkve počela je 1671. i trajala je do 1675. godine. U 19. stoljeću je obnovljena i opremljena oltarima koji se i danas nalaze u njoj.

Crkva je građena u kasnobaroknom stilu po uzoru na crkvu sv. Katarine u Zagrebu. Zvonik je visok 36 metara i ima baroknu kapu. Nova automatska ura stigla je iz Beča 1972. godine. Svakako treba spomenuti vitraje u crkvi, kao posebnu vrijednost, postavljeni su

krajem 19. i početkom 20. stoljeća. U tom razdoblju uređen je i park oko crkve, postavljen je kip Blažene Djevice Marije i uređen je grob Julijane Cantilly. Crkva je obnovljena 1975. godine prilikom tristogodišnjice župe, ali zbog dotrajalosti potrebna je detaljna obnova (Librić,1998).

Franjevačka crkva Uznesenja Djevice Marije i Franjevački samostan

Najveći sakralni kompleks Samobora je svakako crkva Uznesenja Djevice Marije s franjevačkim samostanom. Franjevci su došli u Samobor u prvoj polovici 16. stoljeća kada je radi turskih osvajanja došlo do preseljavanja unutar zemlje. Oko 1525. godine došli su iz bosansko-hrvatske franjevačke provincije. Darovana im je crkva Blažene Djevice Marije u Polju, koju je još 1242. godine sagradio Bela IV. Današnji Franjevački samostan sagrađen je u 18 st. u baroknom stilu te je jedan od najvećih u sjevernoj Hrvatskoj, a čine ga tri krila koja s crkvom zatvaraju kalustar. „Samostan čuva vrijedne slike, Franjevačka knjižnica čuva vrijedna djela, među kojima su i tri inkunabule.“ (Čebušnik, 2012, 14).

Kapela sv. Jurja

Dolazeći iz smjera Svete Nedelje prva se iznad Samobora zamjećuje kapela sv. Jurja na brdu Tepec. Sagrađili su je vinogradari Male Rakovice i Giznika, a prvi puta se spominje 1555. godine. Više puta je obnavljana i nadograđivana, a kapela je bila bogata brojnim slikama i kipovima.

Anindolska piramida je novi objekt, vidikovac smješten na brdu Tepec, točno iznad Starog grada, na rubu park-šume Anindol, nedaleko od kapela sv. Jurja i sv. Ane te križnog puta, s kojeg se pruža pogled prema Zagrebu, Medvednici i naravno, gradskom središtu. Visok je 14 metara i nalazi se na mjestu gdje se od 1913. do 1946. godine nalazila drvena promatračnica koja je tada izgorjela. Tek 2005. godine Samobor je na inicijativu *Društva inženjera i tehničara Grada Samobora*, dobio novu piramidu, metalne konstrukcije (Grakalić, 2006). Ova turistička atrakcija nije dovoljno turistički valorizirana te je nepoznata većem dijelu stanovnika posjetitelja i Samobora.



Sl. 13. Kapela sv. Mihalja

Izvor: fotografirala Sandra Greguričević (kolovoz, 2019)

Kapela sv. Mihalja

Nalazi se u najstarijem dijelu Samobora, u Taborcu, ispod zidina Starog grada, najstarija i najznačajnija crkvice među samoborskim kapelama (sl. 13). Sagrađena je u 15. stoljeću, u vrijeme provale Turaka, služila je za euharistiju i bila je zaštićena samoborskim kaštelom. Oko nje je bilo groblje, a kasnije je dograđivana i nadsvođena. Ima elemente raznih stilova, gotike i baroka. Prije izgradnje crkve sv. Anastazije bila je župna crkva. Obnovljena je 1994. i 1995. godine kada je dobila i sat.

U blizini crkve, ispred gostionice „*K Gabreku*“ stajala je do 1812. godine gradska kula koju možemo vidjeti na grbu grada Samobora, srušili su je Francuzi koji su vladali gradom od 1809. do 1813. godine zbog preuskih vrata koja su smetala tovarnim kolima s bakrenom rudačom iz Ruda.

Kapela sv. Ane

Nalazi se na brdu Tepec, u parku Anindol, najmlađa je i najpopularnija gradska barokna kapela iz 18. stoljeća. Izgrađena je 1751. godine pod pokroviteljstvom grofa Auersperga. Kapela ima pravokutnu lađu, masivno zvono i tri oltara koja su i danas u funkciji. Svrstana je u II. kategoriju umjetničke vrijednosti (Librić, 1998). Njeno ime je „simbol“ grada, opjevana je i u poznatoj pjesmi „Kraj kapele sv. Ane“, a poznato je i Anino „proštenje“³.

3.3. Kulturne ustanove

Samoborski muzej

Livadićev dvorac (sl. 14) postao je 1948. godine Samoborski muzej, godinu dana kasnije zbirke su se proširile na cijelu zgradu. Fundus muzeja sadrži brojne zbirke raspoređene na dva kata, tu se nalaze geološka, kulturno-povijesna, etnografska zbirka u gospodarskoj zgradi, rudarska, cehovska, zbirka stakla iz tvornice *Osredok* s brojnim materijalima koji svjedoče o kontinuitetu naseljenosti ovog područja.

Najzanimljiviji eksponati, a treba napomenuti kako je svima potrebna hitna restauracija, su prva samoborska zastava, glasovir na kojem je Livadić skladao budnicu „Još Hrvatska nij' propala“ 1833. godine i na kojem je svirao veliki Franz Liszt, knjiga višestoljetne parnice vlasnika Starog grada i Samobora, Kleščićeve bicikl kojim je išao u Trst i nazad i dr.

„Još uvijek su nesistematizirani brojni predmeti i materijali koje je prikupljao osnivač muzeja Ivica Sudnik prvenstveno radi pomanjkanja prostora“ (Zrinka Kušer, viša kustosica Samoborskog muzeja).

³ **Proštenje**, naziv za hodočašće u sjeverozapadnim hrvatskim krajevima, nastao u vezi s oprostjenjem grijeha, odnosno ispovijedi koja se za hodočašća obavljala; također, društveno okupljanje seljana, njihovih rođaka i prijatelja, uz hodočasnike i druge namjernike, na blagdan seoskih ili župnih svetaca zaštitnika (*god, kirbaj, kirvaj, fjera*). Bila je to i prilika za druženje mladih, iskazivanje naklonosti mladića i djevojke, među ostalim i darivanjem medenim kolačima (*licitari*), ogrlicama od nanizanih oraha (*grotulje*) i sl., pa i biranje budućih bračnih drugova. Proštenja se održavaju i danas, s donekle reduciranim značenjem.



Sl. 14. Dvorac Livadić, Muzej grada Samobora

Izvor: Muzej grada Samobora

„Dvorac je prvi puta ucrtan na Praunspergerovoj karti 1764. godine na posjedu pl. Kralića. Promijenio je nekoliko vlasnika, sve do 1809. godine kada ga je oporučno naslijedio Ferdo Livadić Wiesner. Tada počinje zlatno doba dvorca. Ferdo Livadić kao jurist i glazbenik, načelnik i sudac svome ugošćuje mnoge ugledne ljude svog vremena, a najviše ilirce: Stanka Vraza, Ljudevita Gaja, Janka Draškovića, Petra Preradovića i dr.“ (Čebušnik, 2012, 16).

Nakon Livadićeve smrti dvorac je prodan Matiji Baueru, a nakon kratkog vremena novi vlasnik je samoborski veleposjednik Ivan pl. Francisi. Tada je dvorac temeljito uređen, postavljene su i danas vrlo upečatljive pločice, polažu se parketi, obnavlja inventar, hodnik prizemlja se oslikava 1895. godine freskama. Uređen je i park, posađene su platane, a na pročelju dvorca uzidan je obiteljski grb (Baldani, 1971).

Danas je dvorac u vlasništvu grada Samobora. Bogat društveni život u njemu se nastavlja kroz glazbene, izložbene, edukativne programe. Unatoč svemu, dobro bi došlo osvježanje i rekonstrukcija kako dvorca, tako i eksponata.

Iako, prema neslužbenim procijenjenim podacima Samoborskog muzeja broj prodanih ulaznica u 2017. godini bio je 3800, a u 2018. je ta brojka još manja, 3100 ulaznica, tako je situacija daleko od očekivanja. Interes za posjet muzeju je vrlo slab. U

prosjeku se dnevno proda između 8 i 11 ulaznica. U te podatke ne računaju se posjetitelji izložbi, koncerata, edukacija, radionica i sl.

Galerija Prica

Galerija je osnovana 2002. godine. Utemeljena je na poticaj akademika, slikara, kipara i grafičara Zlatka Price koji je donirao svoju dragocjenu zbirku slika i skulptura, kao i fotografije kćeri, Vesne Price. Stalni postav galerije nalazi se na prvom katu zgrade Hrvatskog doma, a u prizemlju, Mala dvorana Galerije Prica je prostor za izložbe drugih autora. U istoj zgradi, koja je nedavno u potpunosti obnovljena, je Pučko otvoreno učilište Samobor i gradsko kino.

Foto galerija Lang

Osnovana je 2002. godine, kao dio neprofitne Udruge za promicanje suvremene fotografije Fotum-Samobor. Prostor galerije je vrlo malen, ali zato je kvaliteta sadržaja velika. Poznate su tematske izložbe Fašnika. Do sada je uspješno odradila 130 izložbi, a ujedno doprinosi razvoju hrvatske fotografije na međunarodnoj sceni.

Bunker

Najveći centar za mlade u Hrvatskoj otvoren je 2017. godine u kompleksu bivše vojarne. Njegova glavna zadaća je osigurati što korisnije trošenje vremena mladih Samoboraca, ali i ostalih posjetitelja. Bunker je moderno opremljen računalima, raznim igrama i sadržajima te je osiguran prostor za učenje, čitanje i odmor. Zimi je tu lijepo uređeno klizalište za sve generacije, ali nedostaje malo više adventskog duha i čarolije kroz ugostiteljsku ponudu.

3.4. Kulturne i zabavne manifestacije

Fašnik

Samoborski fašnik je najvažnija, najposjećenija i najpoznatija samoborska tradicijska manifestaciju, ujedno i najveća takva manifestacija u kontinentalnom dijelu Hrvatske. Fašnik simbolizira tjeranje zime koju treba zamijeniti proljeće te obnovu prirode i plodnost novog života. „Kad je bal, nek je bal“, refren je nezaobilazne fašničke pjesme.

Simboli Fašnika su Sraka, Princ Fašnik, Sudec i Fiškal, a stalno fašničko geslo “Bedaki noriju saki dan, a pametni samo na fašnik!” U vrijeme fašnika je sve dozvoljeno, čak i nećudoredno ponašanje, izrugivanje svemu i svačemu od politike do erotike.

„Kroz Fašnik se može vidjeti društveni, ekonomski i politički kontekst samoborskog kraja u određenom vremenskom periodu“ (Roćenović, 2011, 25). Najstariji zapis o održavanju fašnika potječe iz 1827. godine, a 2019. godine je održan 193. Samoborski fašnik, što potvrđuje njegovu tradicionalnost na širem području. Fašnički list „*Sraka*“ izlazi, s kraćim prekidima, od 1904. godine do danas. Od 1997. godine Samobor je član saveza karnevalskih gradova Europe.

„Samoborski fašnik imao je za turizam u tome kraju pokretačku ulogu. Nakon puštanja u rad željezničke pruge Zidani most-Zagreb, Samobor i njegovi hoteli i restorani ostali su u zapečku. Odbor za uljepšavanje Samobora, prvo hrvatsko turističko društvo, osnovan 1820. godine pokrenuo je niz akcija za turistički preporod grada, gradonačelnik Šmidhen uspio je urediti termalno kupalište u Svetoj Heleni, kasnije poznato kao Šmidhenovo kupalište“ (Grakalić, 2006, 41).

Fašnik je definitivno najvažnija manifestacija i kulturno dobro grada jer upravo je on, uz Stari grad i kremšnite, najprepoznatljiviji simbol i asocijacija Samobora. Uz puno smijeha, šarenila, kiča, tona krafni i kuhanog vina, blještavila lunaparka, glasne glazbe i dr.

Osim što se zadržala tradicija uvijek atraktivnih i domišljatih povorki mjesnih odbora i dječjeg fašnika, sve manje posjetitelja dolazi maskirano. U vrijeme Fašnika grad posjeti oko 100.000 posjetitelja što nije zanemariva brojka za samoborski turistički promet. Značajno je napomenuti da se zadnjih godina pojavljuju kopiranja samoborskog Fašnika u okolnim gradovima i mjestima pa time Samobor gubi jedan dio posjetitelja.

Bitka kod Samobora 1441. godine

Povijesno gledajući, u borbi za nasljedstvo prijestolja 1.ožujka 1441. godine sukobile su se vojske kralja Vladislava Jagelovića i kraljice Elizabete, uz pomoć grofova Celjskih koji su i pobijedili. Od 2006. godine održava se rekonstrukcija te bitke u organizaciji Turističke zajednice i Muzeja grada Samobora, oživljava se srednjovjekovni duh sa 400 sudionika na prostoru Vugrinščaka. Dolazi do maskiranja i borbe konjanika, mačevaoca i streličara nakon čega slijedi opuštanje i uživanje u tradicionalnoj hrani (Mihočinec, 2007). Ovoj sve popularnijoj manifestaciji ne smetaju ni hladnoća, ni padaline koje su vrlo izgledne u ožujku.

Samoborski proljetni sajam

„Hvaliti se tradicijom obrtništva i vrijednih samoborskih ruku je lako, međutim, vrijedno je samo ako se to uspije svima prikazati i dokazati. Zato se svake godine s početkom proljeća organizira Samoborski proljetni sajam koji pod šatorom na Trgu kralja Tomislava okuplja najvrijednije od samoborske obrtničke tradicije, obiteljske proizvodnje te kulturne i gastronomske ponude“ (<https://www.samobor.hr/visit/samoborski-proljetni-sajam-c64>). U ponudi se mogu pronaći licitari, medičari, rakije, likeri, vina, bermet, muštarda, greblice, samoborska salama, češnofka, stari zanati, suveniri, kraluši, tradicijske igračke, samoborski kristal. Dakle, gotovo svi tradicionalni i autohtoni samoborski proizvodi.

Prema podacima Obrtničkog udruženja Samobor (na dan 27. 08. 2019.) u Gradu Samoboru je trenutno otvoreno 910 obrta, od toga je značajno za turizam 18 umjetničkih i tradicijskih obrta, 79 ugostiteljskih obrta i dva obrta koji pružaju usluge smještaja.

Samoborska salamijada

Samobor je osim po kremšnitama i bermetu, poznat i po svojoj salami koja je dobila međunarodnu natjecateljsku manifestaciju. Samoborska salama nastala je u kletima te su je entuzijasti iz udruge *Zlatna šajba* pretvorili u priznatu robnu marku. Salamijada se održava u ožujku i privlači brojne ljubitelje domaće hrane, iz Hrvatske i inozemstva.

Cu'Fus

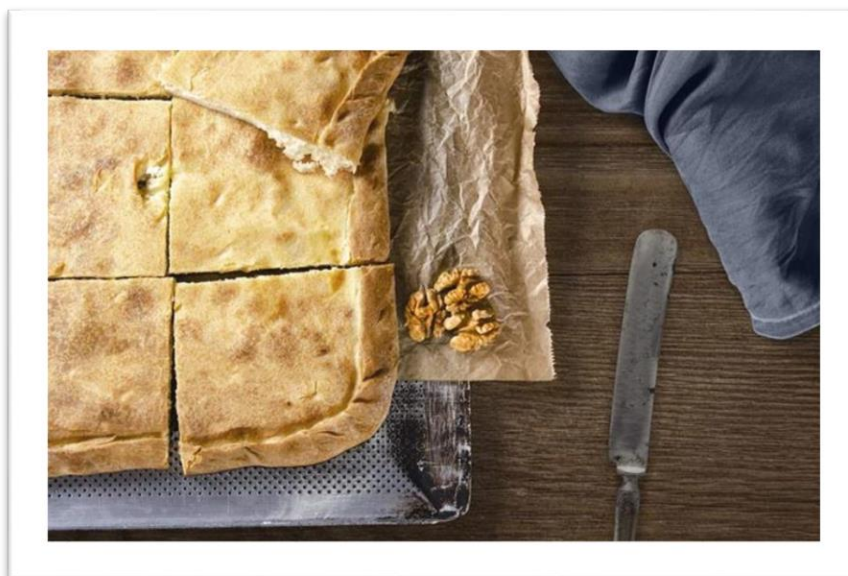
U organizaciji samoborske Cirkulture sredinom svibnja parkovi, trгови i ulice grada Samobora rezervirani su za Cirkuski ulični festival, popularni *Cu'Fus*. Međunarodni i domaći ulični umjetnici četiri dana zabavljaju posjetitelje žongliranjem, vožnjama monocikla, hodanja po žici, cirkuskih radionica, dječjim programima. Ovom manifestacijom nastoji se upotpuniti cjelokupna turistička ponuda grada.

Dani rudarske greblice

Rudarska greblica ili „tenki kolač“ je izvorni specijalitet samoborskog kraja (sl. 15), a danas je zaštićen kao nematerijalno kulturno dobro. Pripravlja se već stoljećima, a recept su donijeli njemački rudari koji su naselili Rude radi eksploatacije bakrene rudače i gipsa.

Nekada je taj slani kolač bio glavno jelo obiteljskog ručka. Ime dolazi od drvenog alata greblice kojim se razgrtao pepeo u krušnoj peći. Kolač se izvorno radio od bijelog

brašna, a bio je punjen sirom ili sirom i orasima. Najčešće se prodavao na proštenjima i sajmovima (Lang, 2009).



Sl. 15. Rudarska greblica

Izvor: TZ grada Samobora, 2019.

Neke od ostalih manifestacija koje je potrebno spomenuti su: Vrazova Ljubica, Rally Oldtimera, Dan grada Samobora, Glazbene jeseni, Festival vatrometa, Dani kruha i vina, Grand Prix Croatia, Jurjevski krijes, Međunarodna brdska utrka XCO Samobor, Jazz festival, Dani kraluša i dr.

Samobor obiluje kulturnim i zabavnim manifestacijama, neke imaju vrlo dugu tradiciju, a neke se tek pozicioniraju i traže svoju publiku, a sve doprinose očuvanju kulturne baštine grada. Upravo radi njihove brojnosti turistički promet pokazuje sezonalnost. Neke manifestacije traju više dana, a neke su jednodnevne ili traju samo dio dana. Tih dana ostvaruje se značajniji promet turista, iako su to uglavnom izletnici koji ne ostvaruju noćenja te se nigdje ne registriraju. Ponekad se vrše mjerenja broja automobila koji ulaze u grad. Uslijed takvog kretanja posjetitelja vrlo je teško analizirati ili napraviti statističke izvještaje o broju i strukturi posjetitelja te o ukupnoj potrošnji. Procjenjuje se da broj posjetitelja Fašnika iznosi oko 100 000 tisuća te ima tendenciju smanjenja, prema procijenjenim podacima TZ grada Samobora.

3.5. Tradicijske posebnosti

Pri pomisli na tradicijske posebnosti Samobora odmah se nameću proizvodi gastro baštine. Na prvom mjestu su kremšnite, kraljice među kolačima, simbol i prva asocijacija na Samobor. Kremšnite je prvi počeo raditi Đuro Lukačić u slastičarni na Trgu još 20-tih godina prošlog stoljeća, a prema kombiniranoj recepturi zagrebačkih majstora s utjecajem mađarskih i austro-ugarskih recepata. Tu spada i rudarska greblica, ali o njoj je već bilo riječi. Zatim tradicionalna proizvodnja bermeta i muštarde. Bermet je vrsta aperitiva prema recepturi s crvenim vinom, travama i voćem. Nekada se koristio i kao lijek. Postoje različiti recepti pripreme te je gotovo svaka kuća pripremala sa svojim tajnim dodatkom. Milan Lang je pisao o njemu u poznatoj etnografskoj monografiji o Samoboru (Lang, 2009). Muštarda je specifičan pikantan umak čiju su recepturu donijeli Francuzi 1880-tih godina. Umak je napravljen od goruščice, grožđa, šećera i soli te je potpuno prirodan. Jede se uz kuhano ili pečeno meso i češnofke. Ponovo moramo spomenuti samoborsku salamu, češnofke i samoborski kotlet, nadaleko poznata tradicionalna samoborska jela.

Ono što je još posebno značajno su tradicijski zanati i obrti. Medičari i medičarski obrti, gvirc, izrada licitara imaju dugu tradiciju u ovom kraju.

Tradicija proizvodnje Kristala duga je 180 godina, preko prve tvornice u Osretku, zatim nadaleko poznatog Kristala Samobor koji se ugasio, ali je ostao tradicijski obrt, manufakturna radionica obitelji Tuk. Nekada je bilo nezamislivo otići iz Samobora bez kristalnog suvenira, ali danas su se trendovi promijenili (TZ Samobor, 2019; <https://www.kristalsamobor.com/>).

„Ništa manje vrijedan, ali još nedovoljno prepoznatljiv kraluš - raskošna ogrlica, dio svečane ženske tradicionalne nošnje samoborskog kraja. Budući da se sve izrađuje ručno, svaki je kraluš unikatan i jedinstven. Kraluš se nosio na vjenčanju i dobivao u miraz, bio je znak društvenog statusa žene ili djevojke koja ga je nosila. Kako kraluš karakterizira ljepota, ali i vještina izrade, on je vrijedan do kulturne baštine Samobora“ (Grakalić, 2007, 32-34).

Samoborci još žale za popularnim Samoborčekom (sl. 6) koji je povezivao Samobor sa Zagrebom od 1901. do 1979. godine te je znatno doprinio razvoju turizma u Samoboru. Mladen Kušec je zapisao: „Tko je prosim bil bedak i ukinul mali vlak?“ (Somek i Ibrišević, 2003, 31).



Sl. 16. Samoborček

Izvor: TZ grada Samobora, 2019.

3.6. Sportski i rekreacijski sadržaji

Samobor ima bogatu tradiciju sportskog života te obiluje rekreacijskim sadržajima. Planinarenje, biciklizam, borilački sportovi, nogomet, tenis, ples, plivanje, trčanje, ribolov, poučne staze samo su neke od brojnih mogućnosti. Dilema svakog izletnika koji dolazi u Samobor je razgledavanje grada i okolice pješice, planinarski ili biciklom. Kultura planinarenja je vrlo duga, a zadnjih nekoliko godina intenzivno se razvija i cikloturizam. Uređeno je sedam biciklističkih ruta za svaki ukus i kondiciju, ukupne dužine od 150 kilometara, a sve polaze i završavaju na samoborskom Trgu.

4. KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA U RECENTNOJ TURISTIČKOJ PONUDI SAMOBORA

4.1. Dubinski intervju s direktoricom Turističke zajednice grada Samobora

Metodom dubinskog intervjua, koji je vrsta razgovora u kojem sugovornik slobodno govori o određenoj temi bez prekidanja, vođen je razgovor s direktoricom Turističke zajednice grada Samobora u srpnju 2019. godine (Prilog 2). s ciljem dobivanja najpouzdanijih informacija o valorizaciji kulturno-povijesne baštine u turističkoj ponudi Samobora. U uvodnom dijelu saznaje se da je vizija TZ pozicioniranje Samobora u poznatu kontinentalnu destinaciju poželjnu za odmor, čija se ponuda temelji na doživljaju. Dugoročni ciljevi su smanjiti sezonalnost turističkih aktivnosti i proširiti ih na cijelu godinu, osigurati sredstva iz EU fondova, jačati prepoznatljivost grada kao brenda, povećati broj registriranih noćenja u kategoriji hoteli, pozicionirati Samobor kao interesantno i poželjno odredišta kontinentalne Hrvatske.

Iz razgovora se moglo zaključiti kako suradnja s ostalim kulturnim ustanovama u gradu nije sinkronizirana. Kako se sudbina Starog grada još uvijek ne zna, bilo je minimalnih uređenja i postavljena je turistička signalizacija te ga posjetitelji obilaze na vlastitu odgovornost, a nekih nezgoda, prema službenim saznanjima nije bilo. Prema mišljenju direktorice TZ, radi se dosta, „osluškuje“ se tržište pa su tako prevedene i brošure na kineski i korejski jezik, a info stanice tj. interpretacijske ploče na Trgu i na Autobusnom kolodvoru rade s povremenim poteškoćama koje se brzo otklone, a u planu je postavljanje novih. Zastupljenost grada na društvenim mrežama je zadovoljavajuća te se ulaže u *Internet* oglašavanje, prvenstveno u *online* komunikacije, ali i u *offline* komunikacije (brošure i ostali tiskani materijali). Budući se nedavno otvorio novi profil na *Facebooku* radi vizualnih promjena gradskog loga, broj prijatelja se smanjio s 8900 na 4800. Intenzivno se radi na promociji novog marketinškog vizualnog identiteta grada kroz novi slogan „*Samobor priča priču*“, novi logo „*Volim Samobor*“ i sl. Turistički potencijal kulturne baštine grada je velik, nedovoljno je iskorišten jer su potrebna i velika financijska ulaganja, bolje planiranje i suradnja većine gradskih, županijskih i državnih institucija.. Najvažniji lokaliteti kulturne baštine su gradska jezgra, Stari grad Samobor te samoborske kapele. Tri turistička proizvoda koja su prva asocijacija na grad su Fašnik, kremšnita i Stari grad Samobor.

4.2. Analiza zastupljenosti kulturno-povijesne baštine u sredstvima komunikacije

Metodom analize sadržaja istražena je zastupljenost kulturno-povijesne baštine u sredstvima komunikacije kako bismo dobili jasniju sliku njene prezentacije u turističkoj ponudi. Razvojem informacijskih tehnologija i društvenih mreža, prezentacija kulturne baštine na internetskim stranicama preuzima vodstvo i sve više dobiva na značenju, a brošure i razglednice, polako gube na važnosti, jednostavno takav vrijedan način komunikacije među ljudima gubi svoj značaj.

Razglednice

Kako Samobor ima dugu turističku tradiciju, tako su i razglednice bile njen sastavni dio te su hrabro odolijevale vremenu. Razglednice se mogu kupiti u suvenirnicama na Trgu te u poštanskom uredu Samobor. Analizirano je osam različitih, tiskanih u razdoblju od 2012. do 2017. godine. Tu nisu ubrojene autorske razglednice obrta *Srče* koje su suvenir te se prodaju u paketu po 12 komada za svaki mjesec ili pojedinačno. Ponuda nije velika budući da nema ni velike potražnje jer su kulturu slanja razglednica polako, ali sigurno zamijenili mobiteli.

Pri analizi sadržaja, tj. zastupljenosti kulturne baštine, cilj je bio utvrditi koja su kulturna dobra korištena u prezentaciji prostora i kolika je učestalost njihova pojavljivanja (tab. 2).

Na uzorku od osam razglednica najčešći motiv je zaštićena gradska jezgra koja se javlja na više od polovine analiziranih razglednica i to podjednako na razglednicama s jednim i razglednicama s više motiva. Na razglednicama s jednim motivom najčešće je prezentirana zračnom snimkom kao i Stari grad, a na razglednicama s više motiva fotografijama kulturno-povijesnih spomenika.

Tab. 2. Učestalost pojavljivanja kulturnih dobara na razglednicama Samobora

Rang	Kulturno dobro	Učestalost pojavljivanja
1.	Zaštićena gradska jezgra	6
2.	Crkva sv. Anastazije	5
3.	Stari grad Samobor	4
4.	Dvorac Livadić	3
5.	Franjevački samostan	1
6.	Samoborček	1
7.	Kapela sv. Mihalja	1
8.	Zdenac na Trgu	1

Brošure

Brošure o Samoboru osim u poslovnici TZ na Trgu kralj Tomislava, dostupne su i *online* na stranicama Turističke zajednice grada Samobora (<https://www.samobor.hr/visit/online-brosure-i-mape>). Analizirane su tri brošure sa ukupno 163 slike i 108 stranica. Izdavač svih brošura je grad Samobor 2017. i 2018. godine. Glavni motivi analiziranih fotografija kao i učestalost njihovog pojavljivanja tablično su prikazani (tab. 3).

Tab. 3. Učestalost pojavljivanja motiva kulturnih dobara u brošurama

Rang	Motivi	Učestalost pojavljivanja
1.	Ostale prirodne atrakcije	24
2.	Zaštićena gradska jezgra	9
3.	Crkva sv. Anastazije	8
4.	Kremšnita	6
5.	Sportovi	6
6.	Samoborske kapele	5
7.	Bermet	4
8.	Rudarska greblica	4
9.	Juha od gljiva	3
10.	Licitari	3
11.	Rudnik	3
12.	Šetnice	3
13.	Dvorac Livadić	3
14.	Stari grad Samobor	3
15.	Samoborska salama	2
16.	Kraluš	2
17.	Samoborček	2
18.	Spilje	2
19.	Fašnik	2
20.	Kristal	2
21.	Kapela sv. Ane	2
22.	Medenjaci	1
23.	Samoborski kotlet	1
24.	Pastrva	1
25.	Anindolska piramida	1
26.	Sunčani sat	1
27.	Kućica za knjige	1
28.	Metorološki stup	1
29.	Franjevački samostan	1
30.	Kapela sv. Mihalja	1
31.	Hidropatsko kupalište	1

Analiza brošura pokazuje da prevladavaju kulturno-povijesni motivi u prezentaciji grada, kao i na razglednicama. Vodeće pozicije, prema očekivanju imaju zaštićena gradska jezgra i Trg, Crkva sv. Anastazije i kremšnita. Ostale prirodne atrakcije iskočile su na prvo mjesto jer nisu detaljnije obrađene i podijeljene u pojedinačne motive.

Društvene mreže

Razvoj interneta i mobilne tehnologije otvorio je potpuno novu dimenziju oglašavanja i prezentiranja turističkih destinacija. Ne kaže se uzalud kako „slika govori više od riječi“.

Facebook

Analizirane su fotografije službenih profila grada Samobora na Facebooku, Instagramu i YouTube kanalu tokom kolovoza 2019. godine. Svaki od njih ima svoj krug pratitelja, kako kažu u TZ, „Instagram je platforma za mlađu populaciju, a na Facebooku su sada malo ozbiljniji.“

Facebook nudi nekoliko opcija s imenima Samobor, Grad Samobor, Naš Grad Samobor, Samobor moj grad, ali da bi se sigurno utvrdilo koja je službena FB stranica, preporučuje se ulaz preko službene web stranice Samobora. Djelatnica TZ pojašnjava kako su otvorili novi profil radi usklađenja vizualnog identiteta te su „izgubili“ nekoliko tisuća prijatelja. Stari profil ih je imao oko 8900, a novi ima tek 3700. Na Facebooku se objavljuju kratke gradske novosti iz života grada i turističke obavijesti te prijedlozi kako provesti vikend. Saznajemo kako danas nitko nema strpljenja čitati duge *postove*, a dodatne *linkove* gotovo nitko niti ne otvara.

Analizom ukupno 985 fotografija službenog FB profila Samobora, ponovo potvrđujemo tezu kako su zastupljeniji kulturno-povijesni spomenici od prirodnih atrakcija. Najzastupljeniji je Trg i zaštićena gradska jezgra sa ukupno 32 fotografije, Bitka kod Samobora sa 42 i Fašnik sa 37 fotografija.

Instagram

Službeni Instagram profil Samobor ima 2394 pratitelja i 975 objava. Popularni *hashtag*-ovi su: #kremšnita, #samoborskakremšnita, #starigradsamobor, #samobor, #volim samobor. Najviše se objavljuju fotografije s filterima koje najbolje prolaze kod pratitelja, prema riječima djelatnica TZ.

Najviše *like*-ova na dan 22.08.2019. godine imali su Spačeki 642, Biciklijada 439, slijedi Kristal sa 308, zaštićena gradska jezgra sa 289, Stari grad sa 287, Samoborček 266 itd.

Najzastupljenije su fotografije Fašnika (115), Bitke kod Samobora (17), zaštićene gradske jezgre i Trga (15), Starog grada (10), a zatim slijedi kremšnita (4).

Zaključujemo da je ovdje neznatno drugačiji poredak, najpopularnije samoborske manifestacije uspjele su preuzeti vodeće mjesto od uobičajeno visoko pozicioniranih kulturnih dobara. Visoka pozicija Spačeka nije relevantna jer je vezana uz nedavni 23. svjetski susret Spačeka koji se svake godine održava u drugoj državi.

YouTube

Službeni kanal ima 110 pretplatnika (*subcribera*), a najatraktivniji su, s najviše pregleda, u uzorku od 34 filmića :

- Kremšnita 16000, objavljeno prije 2 godine
- Fašnik 646, objavljeno prije 5 mjeseci
- Stari grad Samobor 478, objavljeno prije 2 godine
- Brdska utrka XC 454, objavljeno prije 1 godine
- Samoborček 422, objavljeno prije 1 godine

Pregledi na YouTube kanalu variraju od minimalno 13 za rudarsku greblicu jer nije poznata širem krugu ljudi, do maksimalno 25000 za snimku Samobor u HD formatu. Rang lista prva tri filmića je pomalo neočekivana jer se pretpostavlja da je YouTube kanal bolji za predstavljanje manifestacija i dinamičnih atrakcija. Rang lista glasi: kremšnita s daleko najvećim brojem pregleda od 16 000, slijedi Fašnik sa 6800 i iznenađujuće Franjevački samostan sa 1500.

Usporedbom zastupljenosti vodećih atrakcija u komunikacijskim kanalima (tab.4) zamjećuje se kako su vodeće i najprepoznatljivije atrakcije grada zaštićena gradska jezgra, tj. Trg kralja Tomislava i crkva sv. Anastazije, a odmah slijedi Stari grad Samobor, što je bilo i očekivano. Instagram i Facebook više prostora daju dinamičnim atrakcijama tj. manifestacijama kao što su Fašnik i Bitka kod Samobora te ih samim time promoviraju te pozivaju posjetitelje u grad. YouTube je drugačije sredstvo komunikacije te nije namijenjen ciljanoj publici, nego više prema preferencijama i interesu, svatko može odabrati za sebe, što ga zanima. Za pretpostaviti je da bolje promovira dinamične atrakcije, što se u ovom istraživanju nije pokazalo u potpunosti točnim.

Tab. 4. Zastupljenost vodećih atrakcija prema pojavljivanju u sredstvima komunikacije

Motivi	Razglednice	Brošure	Instagram	Facebook	YouTube
Zaštićena gradska jezgra (Trg kralja Tomislava)	6	9	15	32	61
Crkva sv. Anastazije	5	8	6	10	543
Stari grad Samobor	4	3	10	2	487
Samoborski muzej	3	3	1	1	2
Franjevački samostan	1	1	0	0	1500
Samoborček	1	1	1	1	1200
Kremšnita	0	6	4	1	16000
Rudarska greblica	0	4	1	1	16
Fašnik	0	2	115	37	6800
Bitka kod Samobora	0	0	17	42	878

5. PERSPEKTIVA DALJNJEG RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA I VEZE S OSTALIM OBLICIMA TURIZMA

SWOT analizom prikazane su snage, slabosti, prilike i prijetnje uočene tijekom istraživanja kulturne baštine, kulturnog turizma i turizma u Samoboru općenito, budući je nemoguće promatrati jedno bez drugoga. Analiza nam daje pregled mogućnosti za daljnji razvoj kulturnog turizma Samobora (Prilog 3).

Samobor ima dugu i bogatu turističku povijest i dobre temelje na kojima može nastaviti, ali i početi graditi novi kulturni *image*, kao još privlačnija destinacija kontinentalne Hrvatske, u neposrednoj blizini Zagreba, a u skladu s modernim trendovima u turizmu. Posebno je važno utvrditi profil turista koji posjećuju Samobor jer on ovisi o tome kako se destinacija promovira.

Snage Samobora kao turistički privlačne destinacije su: zaposleni stručnjaci za PR i marketing u gradu Samoboru i Turističkoj zajednici grada Samobora, kontinuirana suradnja s Turističkom zajednicom Zagrebačke županije, prezentacija Samobora kao tradicionalne turističke destinacije, brojnost proizvođača autohtonih proizvoda (tradicionalni obrti), postojanje proizvoda koji asociraju na Samobor, razvijena gastro ponuda, postojanje manifestacija za različite interesente, prepoznatljivost Fašnika diljem Hrvatske, porast broja domaćih posjetitelja, posjetitelja iz susjednih zemalja i posjetitelja iz udaljenih zemalja (posebno iz azijskih zemalja), očuvanost prirodnih ljepota, postojanje uređenih šetnica i planinarskih puteva, postojanje sportskih objekata i staza, bogata kulturna povijest grada Samobora, odlična pozicioniranost grada Samobora u odnosu na glavni grad, postojanje zračne luke i željeznice u blizini destinacije te postojanje info stanica u gradu.

Neke od uočenih **slabosti** destinacije su: nedostatak planova i planiranja projekata unaprijed, nedovoljna informatička i kreativna opremljenost ustanova, neznanje o fondovima EU i nedovoljna neiskorištenost sredstava EU, neadekvatno vođenje gospodarske politike na razini Grada, nedovoljno iskorištavanje besplatnih medija informiranja i promocije – društvenih mreža, nedostatno praćenje svjetskih trendova u turizmu i ekonomiji, nemotiviranost za inovacije, ponavljanje u programima brojnih događanja, neznanje stranih jezika među stanovništvom i djelatnicima u turizmu i ugostiteljstvu, nepostojanje jedinstvenog vizualnog identiteta grada, neiskorištenost brojnih legendi o Samoboru, manjak prepoznavanja vrijednosti kulturne baštine, nedostatak informacija na više stranih jezika na info stanicama i službenim stranicama Grada i TZ,

kratko i različito radno vrijeme TZ od navedenog u informacijama, nemogućnost ciljanog pretraživanja informacija na *web* stranicama Grada i TZ (nema opcije *Search*), nedostatak organiziranih posjeta turista radi nedostatka suradnje TZ i ugostitelja s turističkim agencijama te manjka hotelskih smještajnih kapaciteta, nepostojanje organiziranih tura po Samoboru, nepovezanost kulture s turizmom, kulturna ponuda nije razvijena (suveniri, knjige, poučne staze..), slaba medijska promocija, upitan interes javnosti za kulturne programe (interes oscilira), zamiranje tradicionalnih obrta, zatvaranje manjih trgovina i obrta te loše riješena infrastruktura lokalnog prometa (Kovačić, 2018).

Prilike za poboljšanje situacije u samoborskom turizmu su: u razvojnu strategiju grada potrebno je uključiti kulturnu strategiju u kojoj će biti obuhvaćeni svi elementi kulturnog razvoja grada – ustanove, udruge i dr., zaštita autohtonih proizvoda oznakom kvalitete, aktivnija suradnja s gradovima prijateljima u svrhu jačanja promocije Samobora u Hrvatskoj i u inozemstvu, porast inozemne potražnje za licenciranim proizvodima, aktivnija suradnja TZ grada Samobora s turističkim zajednicama Zagrebačke županije i okolnih gradova, ali i s Hrvatskom turističkom zajednicom, rad na prepoznatljivosti i originalnosti kulturnih brendova grada, iskorištavanje mogućnosti kreiranja programa na otvorenom, iskorištavanje prirodnih izvora vode za otvaranje novih kupališta, iskorištavanje samoborskih *influencera* – poznatih osoba koje žive u Samoboru u svrhu njegove promocije, porast ekološke svijesti, brojne samoborske legende i priče, prisutnost na sajmovima turizma, video materijali (osobito iz zraka), članci u časopisima za turizam, snimanje filmova u Samoboru i dr.

Izvjese **prijetnje** ukoliko se u što skorije vrijeme ne poduzmu predložene mjere: vremensko propadanje kulturne baštine grada na čijoj se konzervaciji ne radi, ekonomski i turistički razvoj konkurentskih kontinentalnih gradova, kontinuirana financijska kriza u Hrvatskoj, pad standarda obitelji srednje i više platežne moći, smanjene investicije hrvatskih i stranih poduzetnika na području Grada, nefleksibilnost državnih i lokalnih vlasti za rekonstrukcijom zaštićenih zgrada i oplemenjivanjem stare gradske jezgre, velik broj tranzitnih u odnosu na namjerne turiste, politička instrumentalizacija kulture, „kopiranje“ samoborskih manifestacija od strane okolnih gradova (npr. Svetonedeljski fašnik), bolja iskorištenost informatičkih medija od strane konkurentnih gradova, posebice Zagreba.

6. ZAKLJUČAK

Na kraju istraživanja o prezentaciji kulturno-povijesne baštine u turističkoj ponudi grada Samobora možemo ponovo utvrditi kako u konačnici većina te kulturno-povijesne baštine nije dovoljno turistički valorizirana niti sistematizirana iako je Samobor „grad muzej“, prepun atraktivnih kulturno-povijesnih spomenika. Većina objekata nema osnovne preduvjete za turističku valorizaciju. U prvom redu radi slabe pristupačnosti i gotovo nikakve označenosti te su *in situ* u puno gorem stanju nego je opisano u postojećoj literaturi ili na web stranici TZ grada Samobora, a kulturno-povijesni spomenici i građevine posebne arhitektonske vrijednosti, uglavnom, ili nisu otvorene za javnost ili se mogu posjetiti samo na vlastitu odgovornost. Uostalom, iz tog razloga je i prvi privatni muzej *Marton*, radi bolje dostupnosti, preselio u Zagreb.

Problematika kulturno-povijesnih spomenika Samobora je višestruka, nesređeni imovinsko-pravni odnosi, napuštenost i nebriga, financijske poteškoće vlasnika, financijska problematika na svim instancama, nestručna nadogradnja i nagrđivanje objekata (Dumbović Bilušić i Krezić, 2011), nerazumijevanje lokalnih vlasti, nedovoljna suradnja kulturnog i turističkog sektora i dr. Isto tako neki od objekata služe za stanovanje te samim time trenutno ne postoji mogućnost turističke valorizacije, dok drugi žude za obnovom. Sve navedeno vodi u daljnje propadanje, a rješenja kako osposobiti kulturnu baštinu da sama sebe financira kroz održivi turizam, kao da se ne naziru. U kratkoročnim, a ni u dugoročnim planovima TZ grada Samobora nema predviđenih mjera vezanih za bolje uključivanje kulturne baštine u turističke tokove. Možda bi se i pronašli načini spašavanja tih vrijednih starina kroz razne načine financiranja npr. europske fondove i državne institucije, ali za sada nema konkretnih mjera ni planova.

Današnji komunikacijski kanali, intenzivan razvoj ICT-a te digitalnih medija također bi mogli biti od velike pomoći u prezentaciji kulturne baštine i valorizaciji njene turističke privlačnosti kada bi se koristili i primjenjivali planski, budući da se s vremenom promijenio profil i interesi turista koji nisu previše zainteresirani samo za statičko promatranje bez interakcije i autohtonih doživljaja. Dobar primjer korištenja nekih suvremenih metoda i njenih mogućnosti u oživljavanju turizma vidi se kod kulturno-zabavnih manifestacija npr. u rekonstrukciji Bitke kod Samobora i tradicionalnom Samoborskom fašniku. Iako grad ima i niz manjih turističkih manifestacija, one nisu dovoljno prepoznate niti marketinški prezentirane.

Samoborski kulturni turizam ne razvija se u dobrom smjeru jer se ne provodi planski i osmišljeno. Prema podacima TZ posjetitelji su unaprijed dobro informirani o gradskim atrakcijama koje su dostupne na webu ili u brošurama, ali ih uglavnom zanimaju i detalji koji nisu uvijek dostupni na istima. Zaključuje se da zainteresiranost za kulturnu baštinu i motiviranost kulturom svakako postoji, ali na žalost turisti ne mogu uvijek doći do svih informacija.

Analize su nam pokazale i dokazale kako kulturno-povijesna baština dominira u slici grada te je utkana u svakodnevni život Samoboraca. Upravo zato, Samobor čeka svoju dobro ispričanu priču koja će na kvalitetan način predstaviti sve ono autohtono što će kroz agresivniji marketing prodati vrhunski doživljaj ovog šarmantnog grada.

LITERATURA

1. Baldani, J., 1971: *Kulturno-povijesni spomenici Samobora*, vodič, *Kaj*, 3-4, Zagreb.
2. Brekalo I., Sinković, S., Žokalj, G., 2017: *Po jutru se grad poznaje (Mala povijest Samobora)*, Ogranak Matice hrvatske u Samoboru, Samobor, 71-84.
3. Čebušnik M., 2012: *Ulice grada Samobora, u povodu 770. obljetnice Grada Samobora*, Studio Grozić, Samobor.
4. Dumbović Bilušić, B., 2015: *Krajolik kao kulturno nasljeđe: metode prepoznavanja, vrednovanja i zaštite Kulturnih krajolika Hrvatske*, Printera grupa d.o.o., Zagreb.
5. Dumbović Bilušić B., Krezić D., 2011: Uloga planiranja i upravljanja procesima obnove povijesnog grada-primjer Samobor, *Ecovast, Hrvatska sekcija*, Međunarodni znanstveno-stručni skup, Ivanić-Grad.
6. Feletar, D., 2011: *Samobor-zemljopisno-povijesna monografija*, knjiga 1 i 2, Meridijani, Samobor.
7. Geić, S., 2011: *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split.
8. Graham, B., Ashworth, G.J., Tunbridge J. E., 2000: *A geography of heritage: power, culture and economy*, Arnold, London.
9. Grakalić D., 2006: Samoborski fašnik, *Meridijani*, 102, 36-51.
10. Grakalić D., 2007: Kraluš samoborski tradicionalni nakit, *Meridijani*, 115, 32-34.
11. Kovačić, A., 2018: *Brendiranje grada Samobora-studija slučaja*, Diplomski rad, Fakultet političkih znanosti, Zagreb.
12. Kristal Samobor, <https://www.kristalsamobor.com/> (18. 08. 2019.)
13. Kušen, E., 1999: *Metodologija prostorne valorizacije turističkih privlačnosti*, Doktorska disertacija, Arhitektonski fakultet, Zagreb.
14. Kušen, E., 2002: *Turistička atrakcijska osnova*, Institut za turizam, Zagreb.
15. Lang, M., 2009: *Samobor- narodni život i običaji*, Meridijani, Samobor.
16. Librić, R., 1998: *Kapele samoborske-vodič*, Mabacom, Samobor.
17. Mihočinec Z., 1999: *Samobor-turistički vodič*, Turistička zajednica grada Samobora, Samobor.
18. Mihočinec Z., 2007: *Turistički vodič: Samobor-grad po mjeri čovjeka*, Turistička zajednica grada Samobora, Samobor.
19. Miletić, D., 2001: *Samoborski Stari grad*, Muzej grada Samobora, Samobor.

20. Noršić, V., 1992: *Samobor-grad, povijesne crte o njemu i njegovim gospodarima*, 3.izdanje, Anindol, Samobor, 116.
21. Opačić, V. T. , 2017: Modeli turističkog vrednovanja kulturnog nasljeđa, *Zbornik radova znanstvenog kolokvija „Modeli revitalizacije i unaprjeđenja kulturnog nasljeđa“*, ur. Obad-Šćitaroci, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 28-32.
22. Roćenović, L., 2011: *Bedaki noriju saki dan, a pametni samo na fašnik*, Samoborski muzej, TZ Samobora, 25-27.
23. Slunjski R., 2019: *Turističkogeografsko vrednovanje kulturne baštine Međimurja*, Geografski odsjek PMF-a, Doktorski rad, Zagreb, 86.
24. Službene vijesti grada Samobora, *Strategija razvoja Grada Samobora 2013.-2020. godine*, 3, 2017, 16-19, <https://www.samobor.hr/dokumenti/> (21. 06. 2019.)
25. Somek, P., Ibrišević, R., 2003: *Samobor i okolica*, Meridijani, Samobor, 22-31.
26. Timothy, D. J., 2011: *Cultural Heritage and Tourism*, Channel Wiew Publications, Bristol.
27. Vukonić, B., 1994: *Turizam u susret budućnosti*, Mikorad, Zagreb, 180.
28. Žegarac Peharnik M., Remussini G., 2016: *Kuće, vile, kurije i dvorci-arhitektonska baština*, Gradska knjižnica Samobor, 31, 41-50.

IZVORI

1. *Cu'fus*, <https://www.cufus.net/> (24. 07. 2019.)
2. Državni zavod za statistiku, <https://www.dzs.hr/> (16. 07. 2019.)
3. *eVisitor*, <https://www.evisitor.hr/> (21. 08. 2019.)
4. Facebook grada Samobora, <https://www.facebook.com/gradsamobor.hr/> (26. 08. 2019.)
5. Google Maps, <https://www.google.com/maps/place/Samobor/> (20. 08. 2019.)
6. Grad Samobor, službene stranice, www.samobor.hr (18. 08. 2019.)
7. Gradska knjižnica Samobor, Zavičajna zbirka, <https://www.samobor.hr/knjiznica> (10. 06. 2019.)
8. Hrvatska turistička zajednica, <https://htz.hr/> (03. 08. 2019.)
9. Instagram, <https://www.instagram.com/samobor/> (26. 08. 2019.)
10. Institut za turizam, www.iztzg.hr/ (04. 08. 2019.)
11. Ministarstvo kulture, <https://www.min-kulture.hr/> (28. 06. 2019.)
12. *My Croatian Experience*, <https://croatia.hr/> (15. 08. 2019.)
13. Portal za kulturni turizam, <http://www.kulturni-turizam.com/> (15. 08. 2019.)
14. *Pravilnik o jedinstvenom vizualnom identitetu sustava upravljanja zaštićenim područjima u Republici Hrvatskoj*, (NN 108/14) (03. 08. 2019.)
15. Radio Samobor, <http://www.radiosamobor.hr/> (21. 07. 2019.)
16. *Registar kulturnih dobara*, Portal otvorenih podataka Republike Hrvatske, <http://data.gov.hr/dataset/registar-kulturnih-dobara> (12. 08. 2019.)
17. Samoborske novine, <https://www.samobor.hr/assets/novine/Samoborske-novine-srpanj/> (13. 08. 2019.)
18. Samoborski fašnik, <https://hr-hr.facebook.com/SamoborskiFasnik> (02. 07. 2019.)
19. Samoborski glasnik, <http://www.samoborskiglasnik.net/> (22. 07. 2019.)
20. Samoborski muzej, <https://www.samobor.hr/grad/samoborski-muzej> (09. 08. 2019.)
21. Turistička zajednica grada Samobora, <https://www.samobor.hr/visit> (21. 08. 2019.)
22. Turistička zajednica Zagrebačke županije, <http://www.tzzz.hr/> (12. 08. 2109.)
23. Udruženje obrtnika Grada Samobora, <https://www.udruzenje-obrtnika-samobor.hr/> (12. 07. 2019.)
24. YouTube grad Samobor, <https://www.youtube.com/> (26. 08. 2019.)
25. *Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara*, (NN 69/99, 151/03, 157/03, 100/04, 87/09, 88/10, 61/11, 25/12, 136/12, 157/13, 152/14, 98/15, 44/17) (12. 08. 2019.)

PRILOZI

Prilog br. 1 Popis kulturnih dobara Samobora

Red. br.	NAZIV	VRSTA KULTURNOG DOBRA
1.	Kulturno-povijesna cjelina Samobor	Nepokretno kulturno dobro - kulturno – povijesna cjelina
2.	Balagovi dvori	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
3.	Crkva sv. Anastazije	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
4.	Dvorac Livadić, Livadićeva 7	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
5.	Dvorac Reiser, Langova 20	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
6.	Franjevački samostan s crkvom Uznesenja Blažene Djevice Marije	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
7.	Kapela sv. Ane	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
8.	Kapela sv. Jurja	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
9.	Kapela sv. Mihalja	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
10.	Kurija Bistrac	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
11.	Kurija Levičar, Gajeva 16	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
12.	Kurija Mirnovec	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
13.	Kurija Praunsperger - Bošnjak, Gornji Kraj 34	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
14.	Kurija Špigelski, Livadićeva 16	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
15.	Stari grad Samobor	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
16.	Vila Allnoch, Starogradska 12	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
17.	Vila Šojka, Giznik 2	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
18.	Vila Wagner, Langova 39	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
19.	Zgrada, Kleščićevo 1	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
20.	Zgrada, Langova 14	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
21.	Zgrada, Starogradska 15	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
22.	Zgrada, Šmidhenova 5	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
23.	Zgrada, Tomislavov trg 1	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
24.	Zgrada, Tomislavov trg 11	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
25.	Zgrada, Tomislavov trg 6	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
26.	Zgrada, Tomislavov trg 7	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
27.	Zgrada, Trg kralja Tomislava 3	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
28.	Zgrada, Trg kralja Tomislava 10	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
29.	Zgrada, Trg kralja Tomislava 12	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
30.	Zgrada, Trg kralja Tomislava 13	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
31.	Zgrada, Trg kralja Tomislava 14	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
32.	Zgrada, Trg kralja Tomislava 2	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
33.	Zgrada, Trg kralja Tomislava 5	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
34.	Zgrada, Trg kralja Tomislava 9	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
35.	Galerija Prica - Zbirka Zlatka i Vesne Prica, muzejska građa	Pokretno kulturno dobro - muzejska građa
36.	Samoborski muzej - muzejska građa	Pokretno kulturno dobro - muzejska građa
37.	Umijeće izrade samoborskog kraluša - pleteni kraluš i kraluš na košic	Nematerijalno kulturno dobro

Izvor: Registar kulturnih dobara, Ministarstvo kulture, (25. 08. 2019.),

<https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212>

Prilog br. 2 Dubinski intervju s direktoricom TZ grada Samobora

1. Prema Vašem mišljenju, kakav je turistički potencijal kulturne baštine u Samoboru i koji su projekti u tijeku ili u planu?

2. Koliko je, prema Vašem mišljenju, iskorištena kulturna baština u turističkoj ponudi Samobora i je li dovoljno očuvana? Navedite primjer.

3. Navedite svoje prijedloge za uspješnije integriranje kulturne baštine u turističku ponudu Samobora.

4. Koje lokalitete kulturne baštine u Samoboru smatrate najvažnijima u turističkoj ponudi i kakav je njihov turistički potencijal? Zašto?

5. Koja su tri turistička proizvoda ili atrakcije prva asocijacija na Samobor?

Prilog br. 3 SWOT analiza

SNAGE

- tradicionalna turistička destinacija
- autohtoni proizvodi
- očuvanost prirodnih ljepota
- tradicionalni obrti
- razvijena gastro ponuda
- prepoznatljive manifestacije
- bogata kulturna povijest grada

SLABOSTI

- neprepoznavanje vrijednosti kulturne baštine
- nerazvijena kulturna ponuda
- neiskorištenost brojnih legendi
- nepostojanje organiziranih tura
- nepovezanost kulture s turizmom
- slaba medijska promocija
- zamiranje tradicionalnih obrta

PRILIKE

- nova kulturna strategija
- zaštita autohtonih proizvoda
- porast inozemne potražnje
- brojne legende i priče
- samoborski *influenceri*
- sajmovi turizma, časopisi o turizmu
- snimanje filmova u Samoboru
- društvene mreže

PRIJETNJE

- propadanje kulturne baštine
- konkurencija i kopiranje
- financijska kriza, smanjene investicije
- veliki broj tranzitnih turista
- neodržavanje zaštićenih zgrada i objekata
- neiskorištenost komunikacijskih kanala
- politička instrumentalizacija kulture

POPIS SLIKA

- Sl. 1. Područje istraživanja – naselje Samobor, str. 2
- Sl. 2. Broj smještajnih kapaciteta u Gradu Samoboru od 2016. do 2019., str. 9
- Sl. 3. Broj ležajeva u Gradu Samoboru od 2016. do 2019. godine, str. 10
- Sl. 4. Dolasci domaćih i stranih turista u Gradu Samoboru od 2012. do 2019., str. 11
- Sl. 5. Noćenja domaćih i stranih turista u Gradu Samoboru od 2012. do 2019., str. 11
- Sl. 6. Prosječno trajanje boravka domaćih i stranih turista u Gradu Samoboru od 2016. do 2019., str. 13
- Sl. 7. Hidropatsko kupalište na Vugrinščaku, str.15
- Sl. 8. Pogled na gradsku jezgru Samobora iz zraka, str. 16
- Sl. 9. Trg kralja Tomislava, str. 18
- Sl. 10. Kleščićeva gradska ljekarna, str. 19
- Sl. 11. Stari grad Samobor, str. 20
- Sl. 12. Vila Wagner u Langovoj ulici, str. 23
- Sl. 13. Kapela sv. Mihalja, str, 26
- Sl. 14. Dvorac Livadić, Muzej grada Samobora, str. 28
- Sl. 15. Rudarska greblica, str. 32
- Sl. 16. Samoborček, str. 34

POPIS TABLICA

- Tab. 1. Glavna obilježja, teme i ciljevi istraživanja kulturne baštine u turizmu te najcitiraniji autori u svijetu i Hrvatskoj, str. 5
- Tab. 2. Učestalost pojavljivanja kulturnih dobara na razglednicama Samobora, str. 36
- Tab. 3. Učestalost pojavljivanja motiva kulturnih dobara u brošurama, str. 37
- Tab. 4. Zastupljenost vodećih atrakcija prema pojavljivanju u sredstvima komunikacije, str. 40