

KLAIPĖDOS UNIVERSITETAS
Sveikatos mokslų fakultetas
Sporto, rekreacijos ir turizmo katedra

ANTONI GAUDI ARCHITEKTŪROS OBJEKTŲ
TURISTINIO PATRAUKLUMO IDENTIFIKAVIMAS
BARSELONOJE

Rekreacijos ir turizmo studijų programos
magistro baigiamasis darbas

Autorius
Vadovė

DMSRT18 gr. stud. Benas Žilinskas
prof. dr. Leta Dromantienė

Klaipėda, 2020

MAGISTRO BAIGIAMOJO DARBO LYDRAŠTIS

Benas Žilinskas

(magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)

Antoni Gaudi architektūros objektų turistinio patrauklumo identifikavimas Barselonoje

(magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)

Patvirtinu, kad magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas magistro baigiamasis darbas ar jo dalis nebuvo panaudotas Klaipėdos universitete ir kitose aukštosiose mokyklose.

.....
(magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė ir parašas)

Sutinku, kad magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 m. Klaipėdos universiteto studijų procese.

.....
(magistro darbo autoriaus vardas, pavardė ir parašas)

Magistro baigiamąjį darbą ginti

(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)

.....
(data)

.....
(magistro baigiamojo darbo vadovo vardas, pavardė ir parašas)

Baigiamasis darbas įregistruotas katedroje

2020 06 08

(data)

61Sv-B-BD-SRT-Eil.Nr.

(registracijos Nr.)

Vilija Lazarevičiūtė

(katedros sekretorės vardas, pavardė ir parašas)

Magistro baigiamąjį darbą ginti

(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)

2020 06 08

(data)

prof. dr. Asta Šarkauskienė

(katedros vedėjo vardas, pavardė ir parašas)

Recenzentu(-ais) skiriu

.....
(įrašyti recenzento(ų) vardą, pavardę)

2020 06 08

(data)

prof. dr. Asta Šarkauskienė

(katedros vedėjo vardas, pavardė ir parašas)

Benas Žilinskas. 2020 m. Antoni Gaudi architektūros objektų turistinio patrauklumo identifikavimas Barselonoje. Rekreacijos ir turizmo vadybos magistro studijų baigiamasis darbas / darbo vadovė prof. dr. L. Dromantienė. Klaipėdos universitetas, Sveikatos mokslų fakultetas; Sporto, rekreacijos ir turizmo katedra. Klaipėda. 100 p.

Raktiniai žodžiai: architektūros objektai, turistinis patrauklumas, Antoni Gaudi, Barselona.

SANTRAUKA

Šiame magistro baigiamajame darbe analizuojamas architekto A. Gaudi architektūros objektų turistinis patrauklumas Barselonos mieste. Tiriama teoriniai aspektai, atliekamas empirinis tyrimas turistinio patrauklumo nustatymui bei įvertinimui.

Pirmojoje darbo dalyje analizuojamas 2016 - 2020 m. Barselonos strateginis planas susietas su turizmu. Pagal pateikiamus statistinius duomenis įvertinami turistų srautai Barselonoje, kokią įtaką tai daro miestui, išvelgiamos ir atskleidžiamos dėl to kylančios problemos. Įvertinamos galimybės Barselonai vystyti urbanistinę ir rekreacinę erdves. Teoriškai pagrindžiamas A. Gaudi fenomenas: apžvelgiama jo kūrybos stilistika ir atliktų darbų sąrašas, atskleidžiama kokią įtaką tai daro miesto turizmo tendencijai. Remiantis moksliniais literatūros šaltiniais teoriškai paaiškinamos turistinio patrauklumo ir architektūrinių objektų sąvokos ir jų tipologizavimas, padėsiantis išsamiai šia tema atlikti empirinį tyrimą.

Antrojoje darbo dalyje yra atliekamas A. Gaudi objektų turistinio patrauklumo empirinis tyrimas. Aprašoma metodologija, tyrimo programa, tyrimo eiga ir etika. Tiriamas A. Gaudi architektūros objektų turistinis patrauklumas Barselonoje iš labiausiai turistų lankomos internetinės svetainės TripAdvisor ir jų pateiktų atsiliepimų, kurie yra sugeneruojami KH Coder programa. Pagal išskirtus kriterijus ir rodiklius turistiniam patrauklumui identifikuoti sugeneruoti rezultatai yra išdėstomi voratinklio tipo diagramoje. Išsamiam tyrimui atlikti buvo naudojamas kokybinis duomenų rinkimo tipas- pusiau struktūruotas interviu. Aprašomi gauti rezultatai ir suformuojamos išvados.

Darbe pateikiamos rekomendacijos- pasiūlymai tolimesnei mokslinei diskusijai analizuojamų A. Gaudi objektų turistiniam patrauklumui skatinti. Išdėstomi lentelių, paveikslų, naudotos literatūros sąrašai. Taip pat pateikiami priedai, leidžiantys detaliau pažvelgti į tiriamąjį darbą.

Darbe pateikti 55 literatūros šaltiniai, 23 lentelės, 11 paveikslų ir 20 priedų.

PADĖKA

Dėkoju Klaipėdos universiteto šio baigiamojo darbo vadovei prof. dr. Letai Dromantienei už konsultacijas ir suteiktas rekomendacijas, išsakytas pastabas rengiant magistro baigiamąjį darbą. Taip pat, dėkoju visiems ekspertams, kurie padėjo ir prisidėjo prie tyrimo proceso atsakę į interviu, suteikusiems naudingos informacijos analizuojama tema, žinoma, Klaipėdos universiteto, ypač Sporto, rekreacijos ir turizmo katedros pedagogams ir mokslininkams, suteikusiems daug žinių bei išmokiusiems mylėti ir tyrinėti Pasaulį.

Benas Žilinskas. 2020 m. Identification of the tourist attraction of Antoni Gaudi's architectural objects in Barcelona. Final paper for a master's degree of recreation and tourism / research adviser prof. dr. L. Dromantienė. Klaipėda University, Health Science Faculty; Sports, Recreation and Tourism Department. Klaipėda. 100 p.

Key words: architectural objects, tourists attraction, Antoni Gaudi, Barcelona.

SUMMARY

This master's thesis analyzes the tourist attractiveness of architectural objects by architect A. Gaudi in Barcelona. Theoretical aspects are investigated, empirical research is performed to determine and evaluate the attractiveness of property.

The first part of the work analyzes the Barcelona strategic plan 2016 - 2020 year links to tourism. The statistics provided assess the tourist flows in Barcelona, their impact on the city itself, discern and disclose the resulting problems. Opportunities for the development of urban and recreational spaces in Barcelona are being assessed. Theoretically, A. Gaudi's phenomenon is substantiated: disclosed of his creative style and a list of his works, an attempt is made to understand how it influences the trend of urban tourism. Based on scientific literature, the concepts of tourist attraction and architectural objects, which are theoretically explained and typologized, which allows for an in-depth empirical study of the topic.

The second part of the work is the empirical study of tourist attraction of A. Gaudi objects. Describes the methodology, research program, research process and ethics. The tourist attractiveness of A. Gaudi's architectural objects in Barcelona is investigated from the most visited website TripAdvisor and their reviews, which are generated by the KH Coder program. The results generated according to the identified criteria and indicators for identifying tourist attractiveness are presented in a web-type diagram. A qualitative data collection type semi-structured interview was used for detailed research. The results obtained are described and conclusions are drawn.

The paper presents recommendations - suggestions for further scientific discussion to promote the tourist attractiveness of A. Gaudi objects analyzed. Lists of tables, figures and references are given. Appendixes are also provided to allow a detailed look at the research work.

The list of 55 literature, 23 charts, 11 pictures and 20 appendixes are presented in this work.

ACKNOWLEDGMENT

I am grateful to Klaipėda University supervisor of this final work prof. dr. Leta Dromantienė for the advice and recommendations, comments made during the preparation of master's thesis. I would also like to thank all the experts who helped and contributed to the research process by responding to the interview who provided useful information on the topic under discussion, of course, to all the University of Klaipėda, especially to the Sports, Recreation and Tourism Department who have given me a wealth of knowledge and learned to love and explore the World.

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

Eil. Nr.	Paveikslo pavadinimas	Puslapis
1 pav.	ES šalių statistika pagal turistų nakvynių skaičių 2018 m.	17
2 pav.	Turistų srautai Barselonoje pagal apsilankymų ir nakvynių skaičių nuo 2006 iki 2017 m.	20
3 pav.	Barselonos turistų judėjimo kryptys ir koncentracija	21
4 pav.	Vietos gyventojų nepasitenkinimas turistais- plakatai balkonuose ir grafiti viešose erdvėse	22
5 pav.	Barselonos gyventojų nuomonė proc. dėl turizmo skatinimo ir plėtojimo 2007-2017 m.	23
6 pav.	Labiausiai lankomi turistiniai objektai Barselonoje 2017 m.	28
7 pav.	„City Tour Barcelona“ maršrutų žemėlapis	29
8 pav.	Paveldo industrijos komponentai	30
9 pav.	Kultūrinio potencialo raiškos formos	37
10 pav.	Tiriami A. Gaudi objektai Barselonoje, geografinė sklaida	41
11 pav.	A. Gaudi architektūros objektų Barselonoje turistinis patrauklumas pagal lankytojų atsiliepimus internete ir ekspertų interviu apklausos duomenis	58

LENTELIŲ SĄRAŠAS

Eil. Nr.	Lentelės pavadinimas	Puslapis
1 lent.	Vietovių grupavimo pagal turizmo išvystymą ir turistinį potencialą matrica	34
2 lent.	Etnografijos ir istorijos paminklų ir jų aplinkos vertinimas	34
3 lent.	Architektūros paminklų vertinimas	35
4 lent.	Kultūrinė rekreacija miesto rekreacinės funkcijos kontekste	36
5 lent.	A. Gaudi Šv. Šeimynos bažnyčios turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš surinktų atsiliepimų internete	41
6 lent.	A. Gaudi Figuerо dvaro turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš surinktų atsiliepimų internete	43
7 lent.	A. Gaudi Guelio kolonijos kryptos turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš surinktų atsiliepimų internete	44
8 lent.	A. Gaudi Visenso namo turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš surinktų atsiliepimų internete	45
9 lent.	A. Gaudi Kalveto namo turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš surinktų atsiliepimų internete	46
10 lent.	A. Gaudi Batiljo namo turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš surinktų atsiliepimų internete	47
11 lent.	A. Gaudi Guelio parko turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš surinktų atsiliepimų internete	48
12 lent.	A. Gaudi Guelio rūmų turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš surinktų atsiliepimų internete	49
13 lent.	A. Gaudi Milos namo turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš surinktų atsiliepimų internete	50
14 lent.	A. Gaudi architektūros objektų Barselonoje patrauklumo vertinimas balais	51
15 lent.	A. Gaudi Šv. Šeimynos bažnyčios turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu	53
16 lent.	A. Gaudi Figuerо dvaro turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu	54
17 lent.	A. Gaudi Guelio kolonijos kryptos turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu	54
18 lent.	A. Gaudi Visenso namo turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu	55

19 lent.	A. Gaudi Kalveto namo turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu	55
20 lent.	A. Gaudi Batiljo namo turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu	56
21 lent.	A. Gaudi Guelio parko turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu	56
22 lent.	A. Gaudi Guelio rūmų turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu	57
23 lent.	A. Gaudi Milos namo turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu	57

PRIEDŲ SĄRAŠAS

Eil. Nr.	Priedai	Puslapis
1 priedas	Antoni Gaudi portretas ir jo atliktų architektūros objektų Barselonoje fotonuotraukos	67
2 priedas	Antoni Gaudi architektūros objektų Barselonoje turistinio patrauklumo ekspertinio vertinimo anketa	68
3 priedas	Barselonos Šv. Šeimynos atsiliepimų žodžių junginių diagrama	83
4 priedas	Barselonos Šv. Šeimynos atsiliepimų hierarchinė diagrama	84
5 priedas	Figuro dvaro atsiliepimų žodžių junginių diagrama	85
6 priedas	Figuro dvaro atsiliepimų hierarchinė diagrama	86
7 priedas	Guelio kolonijos kriptos atsiliepimų žodžių junginių diagrama	87
8 priedas	Guelio kolonijos kriptos atsiliepimų hierarchinė diagrama	88
9 priedas	Visenso namo atsiliepimų žodžių junginių diagrama	89
10 priedas	Visenso namo atsiliepimų hierarchinė diagrama	90
11 priedas	Kalveto namo atsiliepimų žodžių junginių diagrama	91
12 priedas	Kalveto namo atsiliepimų hierarchinė diagrama	92
13 priedas	Batiljo namo atsiliepimų žodžių junginių diagrama	93
14 priedas	Batiljo namo atsiliepimų hierarchinė diagrama	94
15 priedas	Guelio parko atsiliepimų žodžių junginių diagrama	95
16 priedas	Guelio parko atsiliepimų hierarchinė diagrama	96
17 priedas	Guelio rūmų atsiliepimų žodžių junginių diagrama	97
18 priedas	Guelio rūmų atsiliepimų hierarchinė diagrama	98
19 priedas	Milos namo/ La Pedreros atsiliepimų žodžių junginių diagrama	99
20 priedas	Milos namo/ La Pedreros atsiliepimų hierarchinė diagrama	100

PAGRINDINĖS SAŲOKOS

Kultūros paveldas – karta iš kartos paveldimos, perimamos, sukurtos ir perduodamos kultūros vertybės, svarbios etniniu, istoriniu, estetiniu ar moksliniu požiūriu (Lietuvos Respublikos Nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatymas).

(<https://www.esavadai.lt/dokumentai/1232-lr-nekilnojamojo-kulturos-paveldo-apsaugos-istatymas-5-ir-8-str-pakeitimai-nuo-2019-07-01/> Įeiga: 2019 02 19)

Kultūros paveldo objektai – pavieniai ar į kompleksą įeinantys objektai, registruoti kaip nekilnojamosios kultūros vertybės, t. y. žemės sklypuose, sklypų dalyse, vandens, miško plotuose ar jų dalyse esantys statiniai ar kiti nekilnojamieji daiktai, kurie turi vertingųjų savybių ir kartu su jiems priskirta teritorija yra atskiri daiktinės teisės objektai ar gali jais būti (Lietuvos Respublikos Nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatymas).

(<https://www.esavadai.lt/dokumentai/1232-lr-nekilnojamojo-kulturos-paveldo-apsaugos-istatymas-5-ir-8-str-pakeitimai-nuo-2019-07-01/> Įeiga: 2019 02 19)

Turistas - turizmo mėgėjas, žygeivis, keliaujantis šviečiamaisiais, pramoginiais, sportiniais ir kitokiais tikslais (Aiškinamasis turizmo terminų žodynas, 2009, p.96).

Patrauklumas – šalies ar lankomo objekto apibūdinimas pagal kiekybinius rodiklius potencialiems turistų ir lankytojų srautams nustatyti (Aiškinamasis turizmo terminų žodynas, 2009, p.71).

Identifikavimas - (lot. *identificare*) yra vartotinas tarptautinis žodis. Jo reikšmė „pripažinti, nustatyti esant tą patį, nustatyti tapatybę, atitikimą, atpažinti“ (Tarptautinių žodžių žodynas, Vilnius, 2013, p. 342). Lietuviški pakaitai – atpažinti, nustatyti (tapatybę), jiems teikiama pirmenybė (Kalbos patarimai. Kn. 4: Leksika: 1. Skolinių vartojimas, Vilnius, 2013, p. 33).

TURINYS

IVADAS	13
1. BARSELONOS TURIZMO VYSTYMASIS IR ANTONI GAUDI REIKŠMĖ MIESTUI.	17
1.1. Barcelonos strateginio plano susietu su turizmu 2016-2020 m. analizė.....	17
1.2. Masinis turizmas Barcelonoje: turistų srautų statistika ir kylančios grėsmės miesto turizmui	20
1.3. Urbanistinės ir rekreacinės erdvės Barcelonoje vystymo galimybės.....	24
1.4. Antoni Gaudi fenomenas: kūrybos stilistika ir atliktų darbų apžvalga	26
1.5. Ekskursinių turų į Antoni Gaudi objektus Barcelonoje turizmas	27
1.6. Architektūros objektų ir turistinio patrauklumo sampratos bei jų tipologizavimas	29
2. ANTONI GAUDI ARCHITEKTŪROS OBJEKTŲ BARSELONOJE TURISTINIO PATRAUKLUMO EMPIRINIS TYRIMAS	38
2.1. Tyrimo metodologija, eiga, etika.....	38
2.2. Antoni Gaudi architektūros objektų Barcelonoje turistinio patrauklumo vertinimas pagal pateiktus atsiliepimus internetinėse svetainėse.....	40
2.3. Antoni Gaudi architektūros objektų Barcelonoje turistinio patrauklumo vertinimas interviu duomenimis	53
IŠVADOS	59
PASIŪLYMAI	61
LITERATŪROS SĄRAŠAS	62
PRIEDAI	66

IVADAS

Temos aktualumas – Barselona – labiausiai lankomas šalies miestas, nors ir nėra Ispanijos sostinė. Oficialiai ji priklauso Ispanijai, tačiau vietos gyventojai įsitikinę, kad tai Katalonijos dalis, pasižyminti išskirtine savo kultūra, istorija ir net kitokia kalba. Dėl šių išskirtinių savybių, Katalonijos sostinė yra viena labiausiai turistų lankomų vietų Europoje. Čia atvažiuoja įvairių tikslų turintys keliautojai. Per pirmuosius aštuonis 2019 m. mėnesius Barselona priėmė 8,1 milijono turistų, 2018 m. skaičius siekė 8,0 milijonus turistų. 2018 m. vasarą duomenys taip pat buvo teigiami, palyginti su 2017 m., jie padidėjo 4,6%. Kalbant apie lankytojų kilmės vietą, tarptautinių turistų padaugėjo 8,5% vidaus turizmo sąskaita, kuri sumažėjo 3,6%. Pagal tautybes lankytojų skaičiumi pirmauja prancūzai, po jų seka amerikiečiai, britai ir italai.

Barselona įsikūrusi pačiuose Ispanijos šiaurės rytuose, netoli sienos su Prancūzija. Miesto pakrantes skalauja Viduržemio jūra, Barselonos dienos yra pilnos saulės ir net ne sezono metu čia tvyro pavasariškas oras. Tikrasis Barselonos išskirtinumas - žymiausio ispanų architekto Antoni Gaudi architektūra. Ji pasižymi drąsiais ir išskirtiniais, tik šiam menininkui būdingais architektūriniais sprendimais, netikėtomis formomis ir iššaukiančiomis spalvomis. Visą tai prideda šiam miestui autentikos, tik jam būdingo žavesio ir šiokios tokios mistikos, verčiančios grožėtis kiekvieną su ja susipažinusį keliautoją. Yra daug kitų objektų ir lankytinų vietų, kuriuos galima pamatyti ir aplankyti Barselonoje, tokių kaip: Pikaso muziejus, Montjuic kalva, jūrų muziejus-akvariumas, olimpinis kaimelis, Guelio parkas, La Rambla, Barselonos katedra, gotikinis kvartalas ir kt.

XX a. pabaigoje, intensyviai plėtojantis kompiuterinėms technologijoms vis daugiau informacijos apie kultūros paveldo objektus pateikiama virtualioje erdvėje. Sparčiai besivystant informacinėms technologijoms, aktualu tampa analizuoti regiono kultūros paveldo objektų patrauklumą internetinėje aplinkoje. Kone kiekvienas turistas vykdamas į šalį pasidomi labiausiai lankomomis vietomis, taip pat tikras turistas visada palieka atsiliepimus, įkelia nuotraukas ir pateikia savo įžvalgas. Šiame darbe yra analizuojami būtent vartotojų ir ekspertų pateikti atsiliepimai apie A. Gaudi architektūros objektus Barselonoje ir stengiamasi suprasti kokie aspektai turistams yra patrauklūs, kas traukia taip masiškai vykti į šį miestą. Ši tema aktuali teoriniu lygmeniu akademinei bendruomenei, kelionių agentūroms, kuriuos organizuoja keliones į Ispaniją, Barseloną. Turistinis patrauklumas plati sąvoka, kuri gali padėti atskleisti aspektus, kodėl ir dėl kokių priežasčių analizuojami objektai yra lankomi gausiai arba vangiai. Kol kas tai dar silpnai išplėtotą sritį rekreacijos ir turizmo studijose, todėl tema įdomi ir aktuali.

Temos problematika – kaip rodo mokslininkų atlikti tyrimai (N. Kligienė, 2004) lankomų objektų interaktyvumo teikiamos galimybės nėra pakankamai išnaudojamos „Daugiausia pateikiama

fotografijų ir tekstų (žodinio ir nematerialiojo paveldo), o vaizdo ir garso dokumentų rasta labai nedaug. Be to kalbant apie kultūros paveldo objektų reprezentavimą svarbi interneto svetainių kokybė, kad lankytojui nekiltų būtinumo ieškoti kitų alternatyvų. Turizmo departamento teigimu kultūros paveldas yra pagrindinis turistų tikslas renkantis Ispaniją. Trečdalis ieškančių informacijos apie kultūros paveldo objektus renkasi internetą, tačiau informacijos pateikimas apie svarbiausius kultūros paveldo objektus yra fragmentiškas, neišnaudojamos šiuolaikinių technologijų galimybės. Ne išimtis ir kultūros paveldo objektus pristatančios Barselonos mieste interneto svetainės. Pagrindinė problema yra, kad informacija pateikiama ne pakankamai išsamiai, neišnaudojamos interneto galimybės perteikti išpūdžius, susidaryti aiškia, nuomonę, o tai vienas iš veiksnių, lemiančių vartotojų (turistų) apsisprendimą lankyti tik vieną ar kitą objektą. Vieni objektai yra sausakimši ir stovi ilgiausios eilės, jog būtų galima pateikti į juos, o kiti objektai yra beveik užmiršami. Kiekvieno turisto poreikiai ir lūkesčiai yra skirtingi. Visą tai puikiai atsispindi jų pateiktuose atsiliepimuose, tad analizuojant turistų atsiliepimų turinį galima susidaryti aiškias gaires, kodėl vienas objektas patrauklesnis už kitą ir sudaryti tam priemonių planą kaip ir kuriose srityse būtų galima dar labiau padidinti turistinį patrauklumą, o galbūt pritaikius gerąją praktiką panaudoti šį priemonių planą ir visiškai skirtingo regiono lankomų objektų turistinio patrauklumo skatinimui.

Temos iširtumas – Antoni Gaudi kultūros paveldo objektų turistinio patrauklumo ir su tuo susijusios problemos dar mažai nagrinėtos. Šia tema darbus pateikė Josep-Maria Garcia-Fuentes (2011), Ralph Roughton (1998), Esther Raventós-Pons (2002), Ben Orman (2013).

Artimi darbai šiai temai- Glosienė A. (2003), Glosienė A. Rudžionienė J. (2006), Kligienė N. (2004), Laužikas R. (2009), (2012), Federico Lenzerini (2011), Fernando G. Albert (2012), María García-Hernández (2017) – tiriami kultūros paveldo objektai bendrąja prasme.

Panašia tema jau yra parašyta keletas baigiamųjų darbų: Baniukevič J. 2006 m.. Vilniaus rajono rekreacinis potencialas, jo plėtotė ir panaudojimas. Magistrinis darbas. Vilnius: Vilniaus pedagoginis universitetas; Pleškytė A. 2014 m. Vilniaus miesto architektūros objektų turistinis patrauklumas internete. Klaipėda: Klaipėdos universitetas; Veiksniai darantys įtaką turizmo kelionių patrauklumui: Malagos atvejis. Magistrinis darbas. Jazmin Ariana Corrales Pallavicini 2017 m.

Temos naujumas – išanalizuotas populiarus turistų traukos užsienio miestas- Barselona ir A. Gaudi architektūros objektai: Barselonos Šv. Šeimynos bažnyčia; Figuro dvaras; Guelio kolonijos krypta; Visenso namas; Kalveto namas; Batiljo namas; Guelio parkas; Guelio rūmai; Milos namas/ La Pedrera, kurie padės identifikuoti kaip spėjama masinio turizmo (turistinio) patrauklumo priežastis. Nuosekliai išanalizavus teoriją apie Barselonos strateginį turizmo planą, Barselonos turistų srautų statistikas, A. Gaudi kūrybos principus ir objektus, visą tai glaudžiai susiejama su empirine dalimi tiriant turistų ir ekspertų atsiliepimus apie A. gaudi architektūros objektus Barselonoje. Ši tema yra visiškai nauja - moksliskai netirta ir neanalizuota bei dar niekur neskelbta.

Atvejo laikotarpis – 2018 m. 01 mėn. – 2020 m. 03 mėn. imtinai. Tiriama šio laikotarpio turistų atsiliepimai apie A. Gaudi architektūros objektus Barselonoje, kurie pateikti internetinėje erdvėje turistų labiausiai lankomoje atsiliepimų platformoje TripAdvisor.

Darbo objektas – Barselonos miesto A. Gaudi architektūros objektai ir jų patrauklumo identifikavimas.

Darbo tikslas – išanalizuoti architekto A. Gaudi kultūros paveldo (toliau architektūrinių objektų) turistinius patrauklumo kriterijus, bei rekomendacijose pateikti pasiūlymus tolimesnei mokslinei diskusijai analizuojama tema.

Darbo uždaviniai:

1. Atskleisti tiriamo miesto ir architekto darbų turistinio patrauklumo aspektus.
2. Išanalizuoti architektūrinių objektų turistinio patrauklumo teorinius aspektus.
3. Ištirti A. Gaudi architektūros objektų patrauklumą Barselonoje iš pateiktų atsiliepimų internetinėse svetainėse.
4. Išsiaiškinti ekspertų nuomonę apie turistinio patrauklumo priežastis Barselonoje.

Tiriamasis klausimas – kas nulemia architektūros objekto patrauklumą? Šiam klausimui nustatyti buvo naudojamas kokybinio tyrimo tipas.

Pagrindinis ginamas teiginys – A. Gaudi architektūros objektų turistinio patrauklumo svarbiausias kriterijus yra estetiškas statinių patrauklumas.

Tyrimo etika – atliekant šį kokybinį tyrimą, pirmiausia buvo stengiamasi pasirūpinti tyrimo dalyviu. Laikantis etinių principų, buvo užtikrinamas ekspertų ir tyrėjo saugumas. Užtikrinami šie mokslinio tyrimo etikos principai: pagarbos asmens privatumui principas; konfidencialumo ir anonimiškumo principas; geranoriškumo ir nusiteikimo nekenkti asmeniui principas; teisingumo principas.

Tyrimo metodai:

1. Mokslinės literatūros, dokumentų (kultūros paveldo) analizė;
2. Statistinių duomenų analizė;
3. Lankytojų atsiliepimų internete turinio (angl. content) analizė;
4. Pusiaus struktūruotas interviu.

Numatomas tyrimo rezultatas – lankytojų atsiliepimų internete duomenų bazės sukūrimas.

Metodų taikymas tikslui pasiekti – dokumentų analizės metodas padėjo įvertinti architektūros objektų mastą Barselonos mieste. Loginis – analitinis metodas darbe taikytas analizuojant mokslinius darbus, analizuojama tema, apibendrinimai ir išvados. Sisteminės analizės metodas darbe taikytas norint suformuoti tam tikrą sistemą analizuojant pasirinktą temą, o turinio analizės metodas padėjo nustatyti ir atskleisti turistinį patrauklumą ir jo aspektus.

Tyrimo imtis – iš viso buvo surinkti 1273 atsiliepimai iš internetinės svetainės, paimti interviu iš 6 ekspertų (detalesnė tyrimo imtis pateikta empirinio tyrimo skyriuje).

Tyrimo eiga – tiriamąją temą išanalizuota mokslinė literatūra, kultūros paveldo dokumentai, statistiniai duomenys. Iš interneto surinkti atsiliepimai apie objektus sugeneruoti KH Coder programa ir rezultatai suvesti voratinklio diagramos principu. Išsamesniam tyrimui atlikti sudarytas interviu klausimynas ir apklausti ekspertai.

Literatūros apžvalga – architektūrinius objektus istoriniu ir kultūriniu aspektu analizavo Lietuvos mokslininkai Čepaitienė R. 2008 m., Kligienė N. 2004 m., Lukšionytė N. 2012 m., Kuklienė L., Jankauskienė D., Kuklys I. 2011 m., Karbauskienė E. 2009 m., Jurevičienė J. 2009 m., Juškevičius P. 2003 m., Černiauskas A. 2009 m., Rudokas K. 2013 m., Buivydas R. 2011 m., Butkus T. S. 2007 m., Butkus T. S. 2008 m. ir kt.

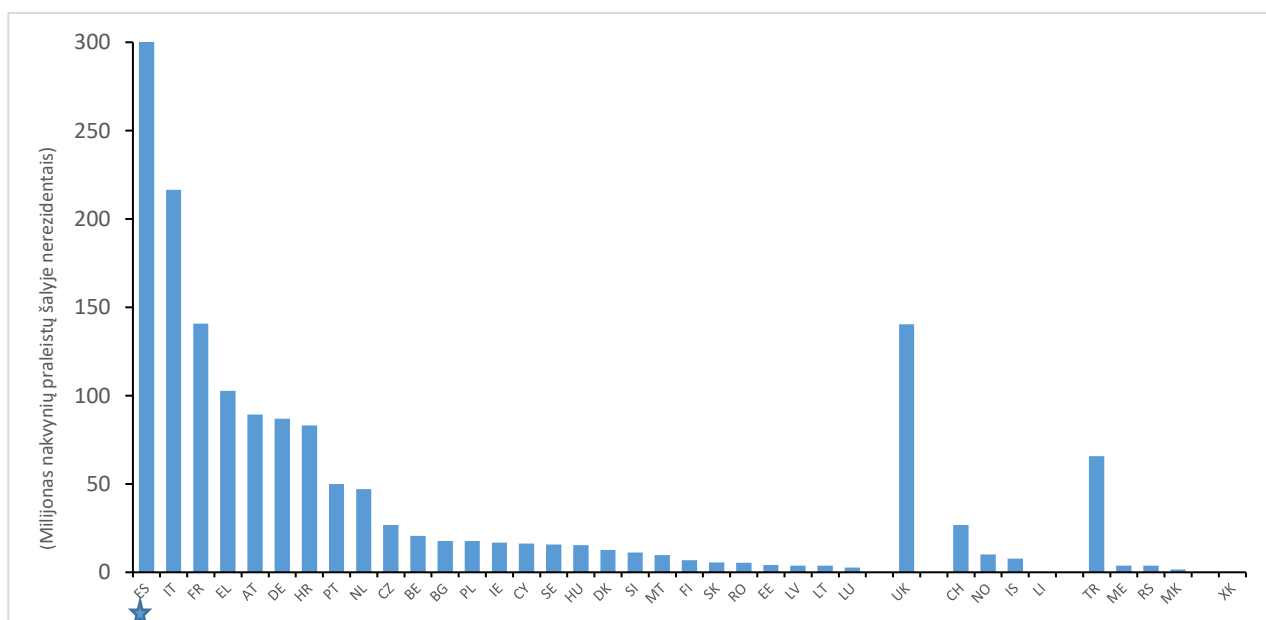
Kalbant apie architektūros objektų turistinį patrauklumą, mokslinėje literatūroje plačiau analizuojama vietovės turistinio patrauklumo sąvoka. Šia tema reikšmingą darbą pateikė E. Baležentis bei B. Žuromskaitė (2012). Architektūros objektų turistinio patrauklumo vertinimo metodiką pateikė G. Ivavičiūtė bei V. Gurskienė (2008). Internetui tampant vis svarbesne informacijos pateikimo priemone mokslininkai pateikia vis daugiau reikšmingų darbų apie interneto galimybes, interaktyvumą, tam, kad medijų naudotojas (pavienis auditorijos narys) turėtų galimybę tiesiogiai įsikišti ir keisti jam prieinamus medijų tekstus. Taigi toks naudotojas tikrai tampa labiau „naudotoju“, negu tiesiog žiūrovu, skaitytoju ar klausytoju. (A. Glosienė bei J. Rudžionienė (2006), L. Bivainienė bei Ž. Dauginaitė (2008), Baranauskas ir kt. (2008), V. Davidavičienė bei J. Sabaitytė (2014), D. Janavičienė (2014), L. Nevinskaitė (2011), A. Balčytienė (2014), N. Paliulis ir kt. (2003) ir kt. Užsienio autoriai: reikšmingas darbas analizuojama tema atliktas Jordi Datzira-Masip apie kultūros paveldo turizmą Barselonoje- produktų kūrimo galimybės, apie kultūrinį miestą ir Barselonos turizmą mokslinį straipsnį pateikė Dianne Dodd, interneto svetainėse matavimo metodiką pateikė Y. Liu, L. J. Shrum (2009).

1. BARSELONOS TURIZMO VYSTYMASIS IR ANTONI GAUDI REIKŠMĖ MIESTUI

1.1 Barselonos strateginio plano susietu su turizmu 2016-2020 m. analizė

Per keletą metų Barselona tapo turistų miestu. Nuolatinis lankytojų skaičiaus augimas pakeitė miesto urbanistinę struktūrą, judrumas ir ekonominė veikla keitė taip pat daugelio apylinkių kasdienį gyvenimą. Turizmas tapo neatsiejama miesto dalimi. Barselona yra turistų labiausiai lankomas miestas Ispanijoje.

Barselona, priklausanti Ispanijai, yra viena iš pirmaujančių kelionių vietų pasaulyje, todėl, kad šalis turi nusistovėjusią pasaulio kelionių pramonės rinką. Kelionės ir turizmas yra svarbi Ispanijos ekonomikos veikla, nes jie daro didelį poveikį šalies ekonomikos augimui ir užimtumui. 2016 m. turizmo sektorius iš viso įnešė apie 159 milijardus eurų į Ispanijos BVP ir iš viso sudarė apie 2,65 milijono darbo vietų. Šalis yra padalinta į 17 autonominių bendruomenių, iš kurių Katalonija yra labiausiai lankoma tarptautinių turistų, po to eina Kanarų salos ir Balearų salos. Barselona yra antras pagal dydį Ispanijos miestas ir Katalonijos sostinė. Barselona, kaip turistų lankoma vieta, yra ne tik viena populiariausių Ispanijoje, bet ir Europoje (*Turizmo valdymas Barselonoje, 2016-2017*). Todėl toliau analizuojant Barselonos strateginį planą, būtina apžvelgti ir bendrą šalies statistiką:



1 pav. ES šalių statistika pagal turistų nakvynių skaičių 2018 m.

Šaltinis: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics

Iš 1 pav. galime teigti, kad Ispanija labiausiai turistų lankoma šalis ES šalyse, pagal čia praleidžiamą turistų nakvynių skaičių, kuris siekia 301 mln. per metus, antroje vietoje Italija su 216,5 mln., trečioje Prancūzija su 140,7 mln. ir ketvirtoje vietoje Didžioji Britanija su 140,4 mln. turistų nakvynių skaičiumi 2018 metais.

Barselonos strateginiame turizmo plane 2016-2020 m. buvo parengtas turizmo politikos ateinantiems penkiems metams planas, pagrįstas septyniomis pradinėmis nuostatomis, nustatančiomis, kaip kurti ir valdyti turizmą. Septynios pradinės nuostatos yra šios: bendras turizmo ir miesto santykis; kelias nuo turizmo modelio iki turistinio miesto; praplečiamas turizmo spektras nuo turisto iki lankytojo; turizmas bus sprendžiamas kaip kolektyvinis klausimas; išsamus turizmo valdymas; tvarumas ir konkurencingumas; kintama paskirties geometrija. Strateginio plano įgyvendinimo rezultatai buvo Barselonos turizmo strategijos apibrėžimas, tvirtai nukreiptas į kelionės tikslo tvarumą, skatinant, puoselėjant ir reikalaujant atsakomybės už veiksmus, praktiką ir veiklą, kurie šiandien sudaro miestą ir formuoja ateities turistinį traukos objektą.

2016 m. Plane buvo pripažinta, kad daugelis iš aspektų, tendencijų ir dinamikos, pastebėtų 2009 m., atlikus nemažą analizės darbą, yra tokie pat galiojantys šiandien ir gali būti visiškai integruoti į dabartinę diagnozę. 2016 m. Plane taip pat cituojama patvirtinta dalis Barselonos deklaracijos, parengta vykusioje 7-ojoje tarptautinėje konferencijoje dėl atsakingo turizmo: „Tai, kas naudinga piliečiui, yra naudinga ir turizmui. Vietos, kuriose gera gyventi, yra tinkamos aplankyti. Bus stengiamasi pagerinti piliečių gyvenimo kokybę, valdyti gyventojų ir lankytojų trintį bei skatinti lankytojų ir gyventojų dialogą ir sąveiką.“ (*Barselonos strateginis turizmo planas 2016-2020 m., p. 14-15*).

2016 m. plane pakartojama daugelis ankstesnio darbo išvadų, įskaitant konceptualų perėjimą nuo turizmo prie lankytojų. Planas grindžiamas šiais kriterijais - tvarumu, atsakomybe, persikirstymu, sanglauda ir inovacijomis - ir jame tvirtinama, kad norint užtikrinti kelionės vietos sėkmę, išlaikyti unikalumą, kiekvienai vertės grandinei suteikti pridėtinę vertę, garantuoti ir skatinti naują patirtį bei turizmą paversti novatoriška veikla, kuriančia pridėtinę vertę, turi būti ratifikuoti miesto pasirašyti įsipareigojimai dėl tvarumo ir atsakomybės, o dar svarbiau, kad jie būtų įgyvendinti teikiant konkrečius ir drąsius pasiūlymus. Turizmo valdymas Barselonoje vienareikšmiškai yra miesto tarybos atsakomybė. Svarbu tai, kad „Turisme de Barcelona“ - mieste prekiaujančios viešosios ir privačios partnerystės organizacijos - apima viešosios politikos tikslus. „Turisme de Barcelona“ pripažįsta savo socialinę ir institucinę atsakomybę pasiekti pusiausvyrą tarp turizmo veiklos ir kasdienio gyvenimo mieste bei skatinti platesnį geografinį turizmo pasiskirstymą mieste, bei numato:

- a) padidinti finansinį sektoriaus poveikį ir pritraukti turistus, turinčius didelę galią;
- b) populiarinti savo, kaip turistų traukos, tapatumą;
- c) suderinti turistus / vietos bendruomenę;

- d) užtikrinti geografinį ir daugiasektorinį turizmo pasiskirstymą;
- e) stiprinti viešojo ir privačiojo sektorių reklamos modelį.

Agusti Colom, įmonių ir turizmo tarybos narė, atkreipė dėmesį, kad nors piliečiai ekonominę turizmo naudą supranta kaip teigiamą, jie turizmą laiko ir ketvirta sunkiausia miesto problema.: „Turizmui Barselonoje ir įvairioms miesto realybėms būtina gyventi kartu“ (*Barselonos strateginis turizmo planas 2016-2020 m.*, p. 5).

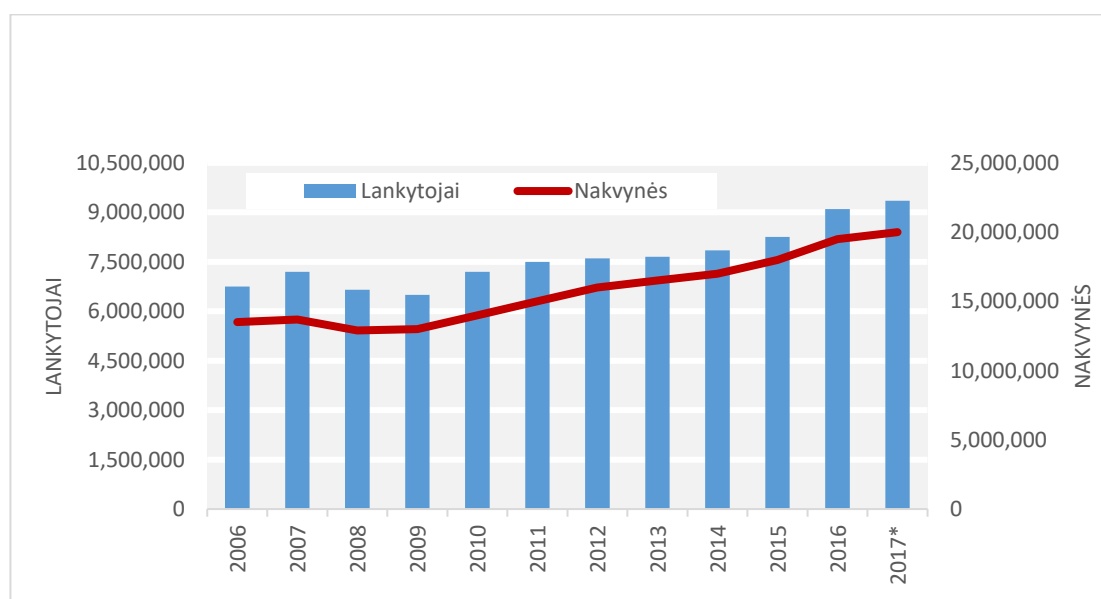
Barselona daugelį metų turi savo turizmo statistiką (toliau pateikiama nuoroda į ją): (https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/en/estadistiques_enquestes), dabar ją sudaro metinis turistų apibūdinimas, neseniai patobulinta periodinė piliečių nuomonės apklausa, kad būtų galima išsamiau apibūdinti tas apylinkes, kuriose aktyviau lankosi turistai. Turistų mobilumo planas ir šiuo metu vykdomas darbas atliekant didelės apimties duomenų analizę naudojant jutiklius ir mobiliųjų telefonų duomenis suteiks daugiau turizmo valdymo informacijos, o kartu su Barselonos provincijos taryba ir Barselonos turizmo konsorciumu rengiama turizmo veiklos observatorija. Miestas investuoja į duomenų šaltinius, reikalingus veiksmingai turizmo valdymo sistemai kurti ir įdiegti, sukūrimo procesą. Dabar miestas gali kas mėnesį numatyti turizmo veiklą, remdamasis oro uosto, vandens uosto, savivaldybių tarnybų ir policija, patikrinti piko dienas ir vietas. Barselonos turizmo duomenų diapazonas yra pateikiamas (<http://ajuntament.barcelona.cat/turisme/>), tai yra puikus, vertingas šaltinis turizmo plėtros Barselonoje supratimui ir pavyzdžių tyrimui.

Turizmo politikos formavimas Barselonoje grindžiamas bendromis turizmo žiniomis ir yra plėtojamas diskusijų metu. Tvirtos, bendros informacijos ir žinių apie miesto turizmo tendencijas, taip pat Barselonai būdingų duomenų, sukūrimas yra labai svarbus kuriant politiką, kurią galima sėkmingai įgyvendinti siekiant sutartų tikslų. Diskusijų ir debatų tarp piliečių, institucijų ir verslo sektoriaus procesas sukuria sutarimą ir padeda paaiškinti Barselonos administracijų tęstinumą. Strateginiai turizmo planai rengiami analizuojant esamą situaciją ir ateities scenarijus, remiantis duomenimis ir tendencijų analize ir visą tai aptariant diskusijų metu su visais susijusiais dalyviais (*Barselonos strateginis turizmo planas 2016-2020 m.*, p. 116-118).

Iššūkių yra daug, miestas nedaro įtakos oro uosto ir uosto plėtrai, jis nekontroliuoja atvykimų, uoste statomam naujam terminalui, o naujų dalijimosi ekonomikos formų plėtra sukuria naujus valdymo iššūkius. Barselona yra turistinis miestas, tai prekės ženklas su kultūros ir gyvenimo stiliumi, kurį sukūrė ir kuriais dalijasi piliečiai ir turistai, kuri turi išmokti geriau valdyti turizmą ir yra puikus pavyzdys, kaip turizmas gali būti panaudotas, kad Barselona taptų geresne vieta gyventi, ir geresnė vieta apsilankyti visiems norintiems ją pamatyti.

1.2. Masinis turizmas Barselonoje: turistų srautų statistika ir kylančios grėsmės miesto turizmui

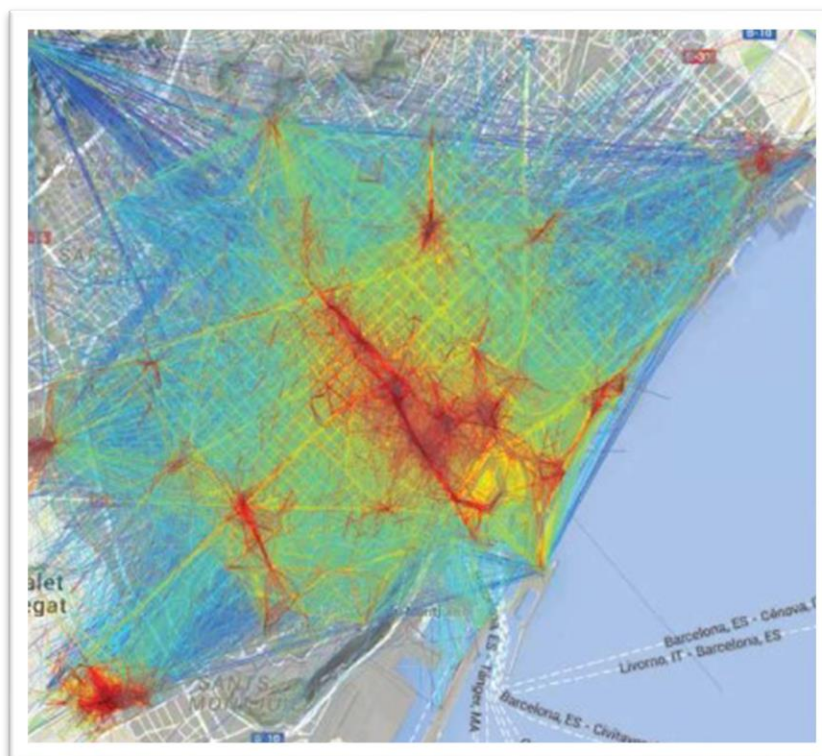
Pagal numatomas turistų, ekskursantų ir kruizinių kelionių keleivių skaičius, Barselona kasmet priima nuo 28 iki 30 milijonų lankytojų, iš jų 23 mln. lankosi kaip turistai, apytiksliai - 17,4 mln turistai, praleidžiantys čia naktį, o kiti - dienos lankytojai arba ekskursantai. Remiantis skaičiavimais turistų, kurie atvyksta laivais, apskaičiuota, kad kasdien mieste lankosi 154 461 žmogus, tai yra maždaug 9,6% Barselonos gyventojų. Tarptautinių turistų, lankančių Barseloną, skaičius per pastaruosius kelerius metus išaugo eksponentiškai (nuo 2005 m. - 124,4%). 2018 m. buvo rekordinis turistų skaičius. Užsieniečiai sudarė 69,3% turistų 2005 m. ir 81,4% 2018 m. Vidutinės vieno turisto išlaidos 2018 m., remiantis turizmo profilio apklausos duomenimis, buvo 959 eurais. Iš jų 40% sudarė transportas, 25% - apgyvendinimas, o likę 34% - išlaidoms viešnagės metu restoranuose ir kavinėse, perkant įvairias prekes, pramogas, vidiniams transporto bilietams ir kitoms sritims. Vidutinis 2018 metų į miestą atvykusių turistų amžius buvo 36,5. 40,4 % buvo moterys ir 59,6 % vyrų. 70,8 % poilsis buvo pagrindinė priežastis renkantis Barseloną. Tik apie 22% turistų apsvarstė kitas alternatyvias vietas prieš atvykstant į Barseloną. Kaip keitėsi lankytojų ir jų nakvynių skaičius Barselonoje nuo 2006 iki 2017 m. galime matyti 2 paveiksle. 2017 metai pažymėti žvaigždute, reiškia, kad statistika dar nebuvo pilnai užbaigta ir išmatuota (*Turizmo žinios* <https://www.tourism-review.com/barcelona-reported-decreasing-domestic-tourism-numbers-news11193>).



2 pav. Turistų srautai Barselonoje pagal apsilankymų ir nakvynių skaičių nuo 2006 iki 2017 m.

Šaltinis: <https://www.hvs.com/article/8229-barcelonas-stress-test-will-the-hotel-market-ride-it-out>

Turizmo lankylini objektai ir ištekliai nėra paskirstyti vienodai visame rajone. Barselonos svetainės, kuriose dažniausiai lankosi turistai yra tos, kuriuose yra turistų piktogramų, kurias lankytojai identifikuoja kaip būtinas ir kurios, Barselonos atveju, yra koncentruotos geografiškai. Šiose vietose arba perpildytose vietose yra piktogramos ir lankylinos vietos įvardijamos kaip simbolinės ir būtinos lankytojų kolektyvinėje vaizduotėje norint pamatyti ir patirti miesto simbolines vietas. Šiose erdvėse lankytojai su gyventojais turi skirtingas nuomones ir lūkesčius bei gauna konkuruoti tarpusavyje dėl viešosios erdvės naudojimo. 3 paveiksle pateiktos turistų judėjimo kryptys ir koncentracija. Raudona spalva žymi didžiausią turistų koncentraciją, kuri formuojasi centrinėje miesto dalyje, taip pat atitinkamuose taškuose, kuriuose yra A. Gaudi architektūros objektai. Iš mėlynų ir violetinių linijų matyti, kad gausus judėjimas pastebimas į miesto šonus (oro uostą ir parkus), o paveikslo viršutiniame kairiame kampe į Montserato vienuolyną ir Guelio parką.



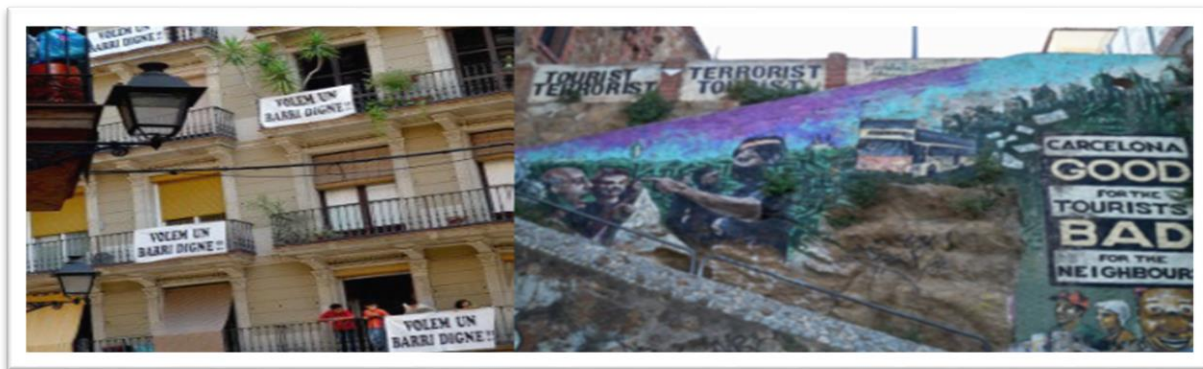
3 pav. Barselonos turistų judėjimo kryptys ir koncentracija

Šaltinis: <https://ajuntament.barcelona.cat/en/>, informacija, kuri paskelbta Twitter paskyroje

Gyventojai turizmą dažniausiai vertina kaip naudingą miestui, tačiau dauguma jų mano, kad jau pasiekė savo ribą pritraukti daugiau turistų. Anot Maria-del-Mar, Alonso- Almeida ir Liu Yi, dėl tokios vietos gyventojų nuomonės yra įsitraukusi ir vyriausybė. Vyriausybės priemonė nėra skirta spręsti visas turizmo problemas. Kai kurie turizmo vadybos elementai yra ir turi būti atsižvelgiami į konkrečią politiką, kurią reikia plėtoti pasitelkiant bendrą susitarimą, turinčia įtakos visam miestui:

mobilumui, miesto planavimui, valdymo politikai ir turistų apgyvendinimo vietoms, saugai, infrastruktūros diegimui ir kt. Dėl kitų elementų turi būti susitarta pagal sektorinę ar teritorinę politiką savivaldybėse: rajonai, kultūra, sportas, ekonomikos skatinimas. Dėl visų minėtų priežasčių pagrindinis šios vyriausybės priemonės tikslas apibrėžti ateinančių metų turistų judrumo veiksmų planą, kuriant naujus turistų įsivaizduojamus vaizdus ir apibrėžiant valdymo scenarijus- tai padės suvaldyti turistų srautus, ypač lankomus A. Gaudi architektūros objektus, į kuriuos miestas patenka, įvairinti savo socialinę ir ekonominę įmokas, mažinti neigiamą poveikį perpildytoms svetainėms (*Maria-del-Mar ir Alonso- Almeida ir Liu Yi straipsniu: Ar socialinės žiniasklaidos duomenys stumia link masinio turizmo? Barselonos ir Kinijos turistų atvejis*).

Deja, bet ne visi gyventojai vertina turistus teigiamai ir naudingai dėl asmeninės vietos stokos ir susidariusių eilių ir spūsčių turizmo piko metu. Žiniasklaidos ir ypač politinio sąmoningumo dėka populiariausiame rajone „Barceloneta“ vietos lygmeniu, vėliau visame pasaulyje, socialiniuose tinkluose ir internete atsiranda nesutarimų tarp turistų ir gyventojų. Ženklių, demonstracijų balkonuose, analizė rodo kitą mąstymo apie miestą būdą ir, svarbiausia, galimą gyventojų ir turistų (ne)sugyvenimą. Ši miesto krizė patiria replikas visame mieste ir Katalonijos regione. (*Horacijus Kapelis, Barselonos modelis, kritiška apžvalga, 2005*). 4-tame paveiksle pavaizduotos iliustracijos, rodančios vietos gyventojų pasipiktinimą turistais ir replikas pateiktas plakatuose.

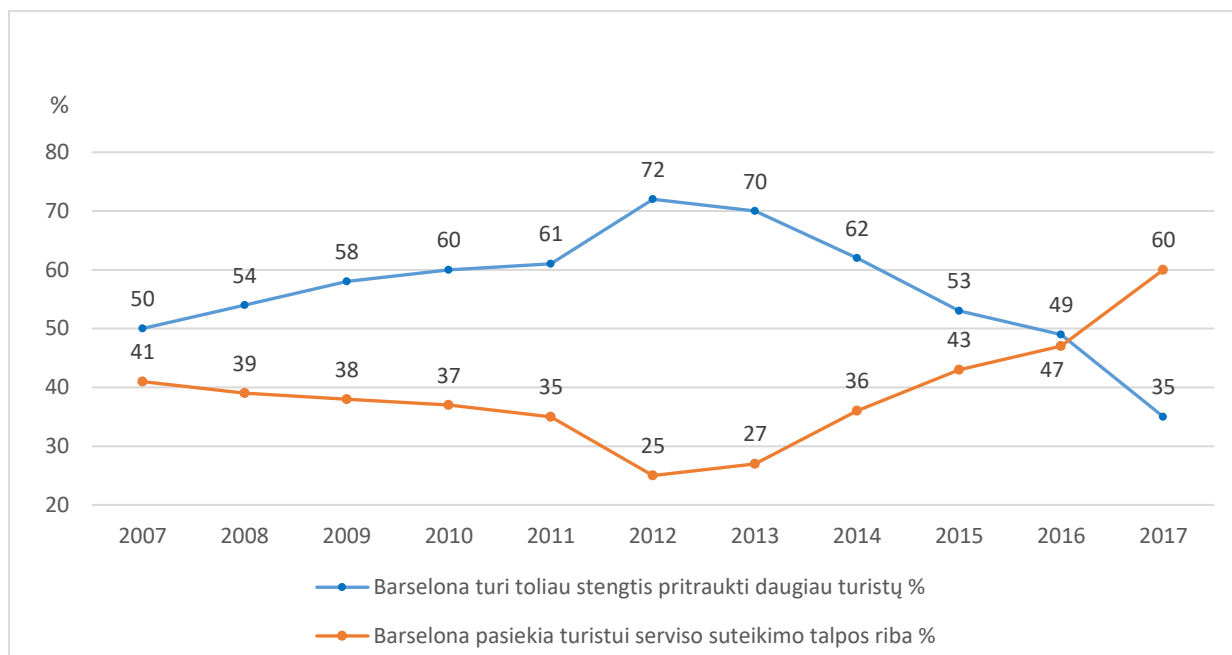


4 pav. Vietos gyventojų nepasitenkinimas turistais- plakatai balkonuose ir grafiti viešose erdvėse

Šaltinis: <http://responsibletourismpartnership.org/overtourism/>

Barselonos gyventojų nuomonė dėl turizmo skatinimo ir plėtojimo pateikta 5 pav. Galime matyti, kad nuo 2007 iki 2012 metų vietos gyventojai vertino turizmą palankiai ir manė, jog šis miestas gali ir turi stengtis pritraukti daugiau turistų. 2012 metais net 72 proc. vietos gyventojų pasisakė už teigiamą turizmo naudą ir 25 proc. turėjo nuomonę, kad tai jau yra turizmo riba. Žvelgiant nuo 2013 iki 2017 m., tokia nuomonė pradėjo sparčiai keistis. Vis daugiau gyventojų turizmą ir turistus vertino priešiška. Lūžio taškas įvyko 2016 metais, kuomet 49 proc. jų pasisakė už, o 47 proc.

prieš. Galiausiai nuo 2017 metų net 60 proc. vietos gyventojų, jau teigė jog tai yra miesto talpos riba ir 35 proc. vis dar manė, kad turizmas galėtų būti ir toliau skatinamas.



5 pav. Barselonos gyventojų nuomonė proc. dėl turizmo skatinimo ir plėtojimo 2007-2017 m.

Šaltinis: *Maria-del-Mar ir Alonso- Almeida ir Liu Yi straipsniu: Ar socialinės žiniasklaidos duomenys stumia link masinio turizmo? Barselonos ir Kinijos turistų atvejis.*

Dėl savo funkcinės logikos turistų valdymas yra kompleksinis. Turistai laikinoje erdvėje yra Barselonos mieste tarp vietos gyventojų, o tai reiškia daugybę išipareigojimų ir teisių. Šie trumpalaikiai piliečiai akivaizdžiai turi skirtingus interesus, lūkesčius ir požiūrį: kai kurie domisi kultūra, o kiti ne, kai kurie turi tobulai įgytus visuotinius pilietinius įpročius, o kiti ne, kai kuriems įdomu sužinoti apie miesto vertybes, o kiti čia tik dėl paplūdimio ir laisvalaikio. Išanalizavę viską pagal šį kriterijų, galime konceptualiai segmentuoti pasyvų turizmą (siekiant jį atgrasyti) ir skatinti nuolatinį augimą siekiančio turizmo. Norint tai pasiekti, reikės maksimalios sąveikos tarp strategijų, kurias miestas įgyvendina turinio srityse: vadyba ir gamyba, sportas, kultūra ir švietimas centriniu ir rajono lygiu bei turizmo vadybos skatinimas (*Nofre I Mateo, Jordi, 2009*).

Be erdvių, kurios šiuo metu akivaizdžiai domina turistus, viena iš šios priemonės tikslų yra planuoti, suderinus su kitais ir tarp institucijų, kokie bus nauji veiksmai miesto populiarinimui, erdvių (kultūros, sporto, mokslo, vietinės rinkos, istorinės komercijos ar bet kurios kitos srities), kuri trumpalaikė, vidutinė ar ilgalaikė, turėtų leisti pajvairinti miestą, jo lankytinas vietas ir prisidėtų prie platesnio Barselonos įvaizdžio įtvirtinimo.

1.3. Urbanistinės ir rekreacinės erdvės Barselonoje vystymo galimybės

Barselonos erdvės formavimo būdų, vystymosi planavimas ir diegimas susideda iš trijų etapų (*J. Ravetzas*): vizionavimo (vertybių tyrimas; tikslų, prioritetų, problemų identifikavimas; apribojimų nustatymas), scenarijų sudarymo (kuriamų sistemų analizė įvertinant dabartinę situaciją ir galimybes ateityje) ir veiklos (politikos, strategijos, programų ir projektų įgyvendinimas įvertinant realius apribojimus).

Barselonos erdvės dimensija gali būti vertinama ne tik kaip jos fizinių formų kokybiškumas, bet ir, kaip pažymi Jordi Borja : “ socialinių santykių intensyvumas ir kokybė, palengvinanti kurti bei sustiprinti grupes ir šiuo pagrindu padrašinti simbolinį identiškumą, išraišką ir kultūrinę integraciją” (*Borja, J. ir Muxi, Z., 2003*). Štai kodėl, tai yra tik projektuojama vieša erdvė, kaip bendruomenės domeno vieta, kurią miestai gali nukonkuruoti ir perkvalifikuoti, atsižvelgiant į istoriškai susidariusias periferijas, sujungiant jas į miestą, kaip į vieną visumą.

Transformacijos procesą, pradėtą dar 80-taisiais Ispanijoje, aiškiai parodo viešų erdvių, kaip kultūrinio ir socialinio poveikio dalies, atsiradimas bei integravimas, o ne atskyrimas. Strategija “miestas mieste” buvo grindžiama visų lygių viešųjų erdvių kūrimu ir teigiamo poveikio aplinkai skatinimu. Naujas centralizacijos planas, sukurtas ispanų architekto Oriol Bohigas (įtraukiant disperguotas kintančias intervencijas bei turinį) padarė galimą priemiesčių urbanizmo panaudojimą ir viešųjų erdvių dizaino išskirtinumą kaip pagrindinę strateginio urbanistinio planavimo priemonę.

Barselonos konstrukcijos specifika pagrįsta “pervertinimo tarp vietų, tarp viešų erdvių, Barselonos buveinių, gyvenimo kokybės, dialektikos tarp Barselonos ir jo rajonų ir Barselonos megacentrų”. Ši intervencijos rūšis aiškiai skatina urbanistinę koncepciją, kuri vertina Barselonos erdvę kaip socialinę, kasdieninę patirtį (*Canclini, G. 2004*) tai vadina “mikropoliu”).

Ar remiantis šiuo požiūriu į urbanistinę ir rekreacinę erdvę yra įmanoma įsivaizduoti alternatyvias Barselonos produktyvumo galimybes? Urbanistinė, rekreacinė intervencija turėtų generuoti intensyviuosius taškus, kaip “ veiksmo taškus”, kurie būtų pajėgūs kurti simbolinį identitetą ir socialinę integraciją. Šie taškai būtų tarpinės komunikacinės erdvės su pritaikytais renginiais, traukos centrais kuriančiais “bendrą” visuomenei erdvę. Jų svarbos ir sėkmės šaltinis taps ne planuotojo, besistengiančio primesti situacijų sprendimus, vizijos, bet veikiau jų panaudojimo ir pačios bendruomenės vystymąsi.

Erdvės kultūros objektais tampa susiklosčius tam tikrai socialinei terpei, kurią sukuria pavieniai individai, o kultūros objekto kūrėjai t.y. Barselonos planuotojai ar architektai sukuria tik galimybę vystytis socialinei gerovei ar rekreacinei erdvei, kas yra ypač aktualu A. Gaudi architektūros objektų erdvėms. Tačiau tai nereiškia, jog jie negali toliau prisidėti prie tolimesnio sukurtos socialinės

urbanistinės ir rekreacinės erdvės vystymosi. Taigi, Barcelonos viešosios erdvės kaip kultūros objektai sukuriamos kūrėjų ir gavėjų bendradarbiavimo procesu.

Prarandant kultūros objekto reikšmes, sunaikinamas ir pats kultūros objektas, todėl svarbu kuriant arba dekonstruojant esamas Barcelonos erdves atsižvelgti į susiklosčiusias kolektyvines ir asmenines to objekto reikšmes visuomenei ar atskiriems individams. Visuomenė naujai atsiradusį kultūros objektą toliau konstruoja per reikšmes, sukurdama įvairias jai priimtinas socialines prasmes, tačiau pagrindinę kultūros objekto reikšmę sukonstruoja kūrėjai ir norėdami ją pakeisti, pritaikant kultūros objektą naujai kultūros epochai, susiduria su visuomenės nenoru ir pasipriešinimu permainoms.

Mokslininkai (*S.-L. Huang ir kiti*), įvertinę Barcelonos esamą gamtinę aplinką ir socialinę-ekonominę būklę, pasiūlė šio Barcelonos darną išreikšti trimis aspektais:

- gamtinių išteklių turtingas ir pasižymintis didele bioįvairove miestas;
- saugus, sveikatingas ir patogus gyventi miestas;
- globalus miestas, pasižymintis gyvybinga ekonomika ir ekonomišku energijos vartojimu.

Teigiama (*E. H. W. Chan ir E. H. K. Yung*), jog turistinis miestas turi pasižymėti ir tokiomis charakteristikomis:

- suteikti adekvatų gyvenamąjį būstą;
- užtikrinti kokybišką gyvenamąją aplinką;
- numatyti adekvačias bendrojo naudojimo erdves su sveika aplinka;
- kurti centralizuotą, save reguliuojantį miestą, kuriame gyventojus aptarnauja gerai išplėtos visuomeninio transporto sistemos. Turi būti užtikrinti mažiausi kelionės atstumai iki darbo, pramogų vietų, mokymosi įstaigų ir kt.;

- kultūrinis gyvybingumas turi būti užtikrinamas integruojant istorinį paveldą su naujais statiniais;
- teikti daugiau dėmesio vadinamajai „trijų matmenų kontrolei“, kuri atlieka visapusišką pastatų įvertinimą supančios aplinkos atžvilgiu;
- atsižvelgti į vietinius ypatumus (net ir mažiems rajonams turi būti sudarytos alternatyvios schemas, kaip vykdyti plėtrą).

Kompaktinis miestas. Pagrindiniai požymiai: tankus užstatymas, mišrus žemės naudojimas, keleivių susisiekimas viešąja sistema. Barcelonos privalumai: trumpų ryšių miestas; ekonomiškai ir techniškai gerai naudojama esama techninė infrastruktūra, todėl išvengiama (arba iš dalies išvengiama) naujų investicijų; išvengiama dalies reguliarių kelionių į darbą ir sumažinami gatvių kamščiai; sudaromos sąlygos viešajam keleivių transportui gyvuoti; sudaro prielaidas išlaikyti dirbamą žemę.

Sveikas miestas. Tai sveika fizinė ir socialinė aplinka, kurios siekiama bendromis socialinio, aplinkos ir aplinkosaugos, urbanistinio, ekonomikos, susisiekimo ir kitų sričių planuotojų pastangomis.

Žalias miestas. Šioje plėtros koncepcijoje želdynų ir užstatytų erdvių plėtra traktuojama kaip žmogaus sukurtų ir gamtinių sistemų sąveika; želdynų integravimas į Barselonos struktūrą naudingas mikroklimatui formuoti ir oro kokybei didinti.

1.4. Antoni Gaudi fenomenas: kūrybos stilistika ir atliktų darbų apžvalga

Antoni Gaudi yra labiausiai žinomas dėl to, kad yra katalonų modernizmo architektas XIX – XX a. Iš viso randami 9 A. Gaudi darbai Barselonoje: Barselonos Šv. Šeimynos bažnyčia (toliau *Sagrada Familia*); Figueras dvaras; Guelio kolonijos krypta; Visenso namas; Kalveto namas; Batiljo namas; Guelio parkas; Guelio rūmai; Milos namas/ La Pedrera. Jo įkvėpimas buvo neogotika ir organinis stilius. Tai aiškiai parodyta kai kuriose iš garsiausių Gaudi architektūros objektų, tokiose kaip *Sagrada Familia* ir *Casa Mila*. Septynių Antoni Gaudi piešinių skyriai yra UNESCO pasaulio paveldo objektai. Šiame skyriuje toliau nagrinėsime A. Gaudi architektūros objektų Barselonoje pastatų stilistiką ir kokią įtaką tai daro miesto turizmo tendencijai, akcentuojant bei remiantis Šv. Šeimynos bažnyčios objektu.

A. Gaudi darbuose parodyta svarbiausia įtaka, tokia kaip maurakos, rytietiška ir gotikinė architektūra - tai tradiciniai katalonų architektūros stiliai. Genialus architektas, kuriantis pasakiškus statinius, ekologas, holizmo atstovas – taip dažniausiai charakterizuojamas Antoni Gaudi. Šiandien architektu yra visuotinai žavimasi, apsilankiusieji Barselonoje vertina jo kūrybą, o girdėję apie ją nori gyvai pamatyti didingus architektūros kūrinius.

A. Gaudi padarė didelę įtaką Art- Nouveau menui. Tai lėmė, kad architektas eksperimentavo su naujomis medžiagomis ir naujomis formomis. Šis architektūrinės stimuliacijos laikotarpis buvo nepaprastai svarbus padedant jam atsikvėpinti imitavimo daugiau istorinių stilių ir pagaliau surasti savo. Gaudi naudojamos medžiagos taip pat būdingos jo stiliui. Jie svyravo nuo akmens iki keramikos ar iki plytelių, nuo kaltinės geležies iki stiklo ir plytų. Gaudi nuolat sugalvodavo kūrybingų sprendimų. Kaip pavyzdį Gaudi naudojo skaldytas plyteles dėl techninių ir finansinių priežasčių. Kvadratinės plytelės negalėjo atitikti tokios banguotos formos jo konstrukcijose. Jis nustatė, kad pigiau buvo naudoti skaldytas plyteles iš keramikos audinių, turint mintyje tai, kad jis geriau tiktų ir jo norimam dizainui išgauti. Jo architektūra šviečia detalėse. Kiekviena jam būdingiausia terpė - medis, kalvystė, keramika ir vitražas - yra nepastebimai persipynę (*H. Kliczkowski, 2002*).

Tikrą atsidavimą darbui architektas įrodė projektuodamas *Sagrada Familia*. Šis objektas tapo jo viso gyvenimo kūriniu. Nors iki šiol šventovės statybos darbai nėra baigti, tačiau ji neabejotinai

laikoma Barselonos vizitine kortele. Statybos, pradėtos 1882 m. kovo 19 d. ir tęsiamos iki šių dienų. Šis principas, kad šventovė turi būti finansuojama išskirtinai tikinčiųjų aukomis, yra ribojančio pobūdžio, todėl sunku numatyti tikslią datą, kada šventovės statyba bus baigta.

Deja, šiais laikais ji vis labiau tampa turistine atrakcija ir architektūrine įdomybe. Tai yra labiausiai lankomas architektūrinis paminklas Ispanijoje, per metus pritraukiantis daugiau nei keturis milijonus lankytojų (žiūrėti 6 pav.). Daugiau nei 20 mln. lankytojų per metus objektą apžiūri iš išorės. Pastarasis skaičius nėra oficialus, nes šių turistų, kurie neįsigyja bilietų į objekto vidų neįmanoma išmatuoti tiksliai. Žvelgiant į šios statistikos mastelį, akivaizdu, kad tai daro didžiulę įtaką miesto turizmui. Šis objektas būna turistų lankomų objektų sąrašo pirmoje vietoje (analizuojant turistų pateikiamus atsiliepimus internete). *Sagrada Familia* bei kiti A. Gaudí architektūros objektai stipriai įtakoja Barselonos turizmą bendrąja prasme. Turistai atvykstantys ne tik pailsėti, bet ir gyvai pamatyti šiuos kūrinius prisideda prie apgyvendinimo sektoriaus, maitinimo sektoriaus: barų, kavinių, restoranų, pramogų sektoriaus ir kitų turizmo produktų rėmimo ir plėtojimo (*Turizmo elgesio ketinimai ir žinios apie UNESCO pasaulio paveldo vietas moderatoriui: „La Sagrada Familia“ atvejis, p.63-70*).

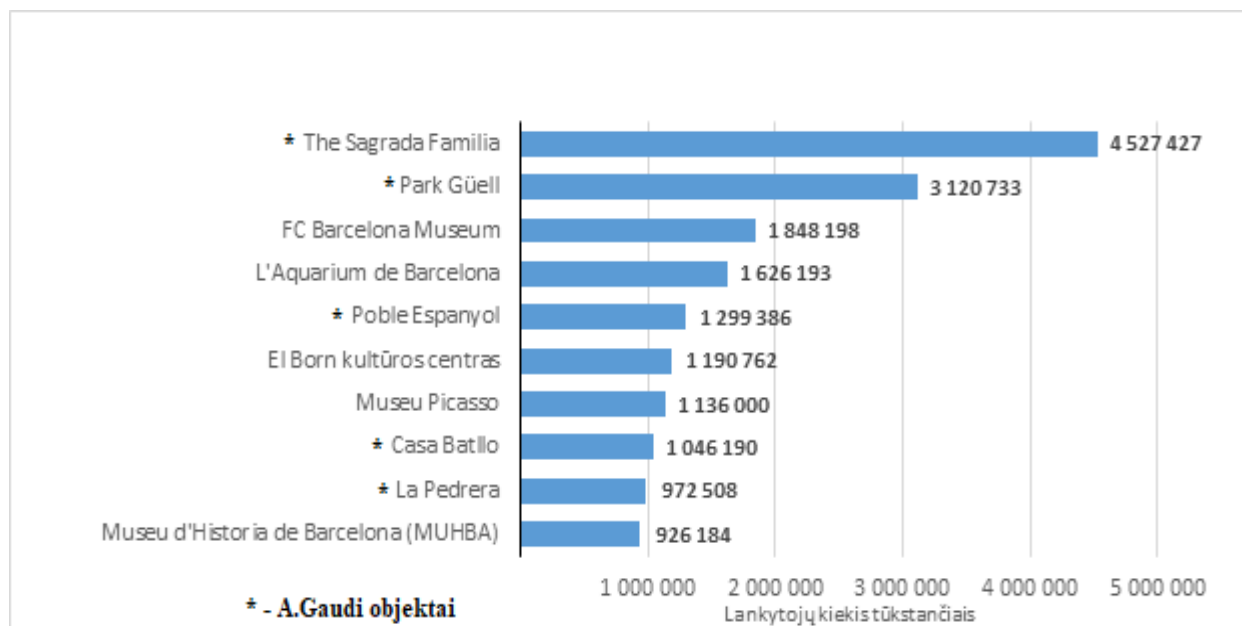
Korėjiečių budistas Yun Young-Joo rašė: „Gaudí architektūra yra išskirtinio meninio grožio. Ji jungia klasikinio ir gotikinio meno elementus, tačiau joje ypač išsiskiria gamtos elementai ir simboliai, parodantys Dievo kūrinių grožį. <...>. Apsilankymas Šv. šeimos bazilikoje, Barselonoje, paliko mano širdyje neištrinamą pėdsaką. <...> Gaudí evangelizuoja pasaulį pasitelkdamas savo kūrinius, kartu išlikdamas didžiu architektu.“. Pagal lankytojų statistikos mastą, galima teigti, kad Barselonoje tam tikriems sakraliniams objektams, o ypač A. Gaudí sakraliniams objektams yra išskiriamas stiprus religinis turizmas, kuris taip pat stipriai prisideda prie miesto turizmo plėtojimo ir vystymo.

1.5. Ekskursinių turų į Antoni Gaudí objektus Barselonoje turizmas

Informacijos paieškos sistemose, pateikiami rezultatai liudija, kad yra daugybė ekskursijas Barselonoje teikiančių įmonių, kurios organizuoja turus, maršrutus į A. Gaudí objektus ir teikia papildomas paslaugas pagal turistų pageidavimus. Šiame skyriuje analizuojamas vienas iš daugelio kitų internete randamų A. Gaudí architektūros objektų turistinis maršrutas.

Labiausiai lankomi turistiniai objektai Barselonoje (2007 m.) yra pateikiami paveiksle nr. 6. A. Gaudí objektai pažymėti žvaigždute. Kaip matyti, pirmoje vietoje pagal populiarumą yra Šv. Šeimynos bažnyčia, ji per metus laiko sulaukė 4,527 mln. lankytojų. Antroje sąrašo eilėje yra Guelio parkas, kuris taip pat priklausančiam A. Gaudí autorinėms teisėms, sulaukęs 3,12 mln. lankytojų. Trečioje ir ketvirtoje vietoje yra Barselonos futbolo klubo muziejus ir Barselonos akvariumas.

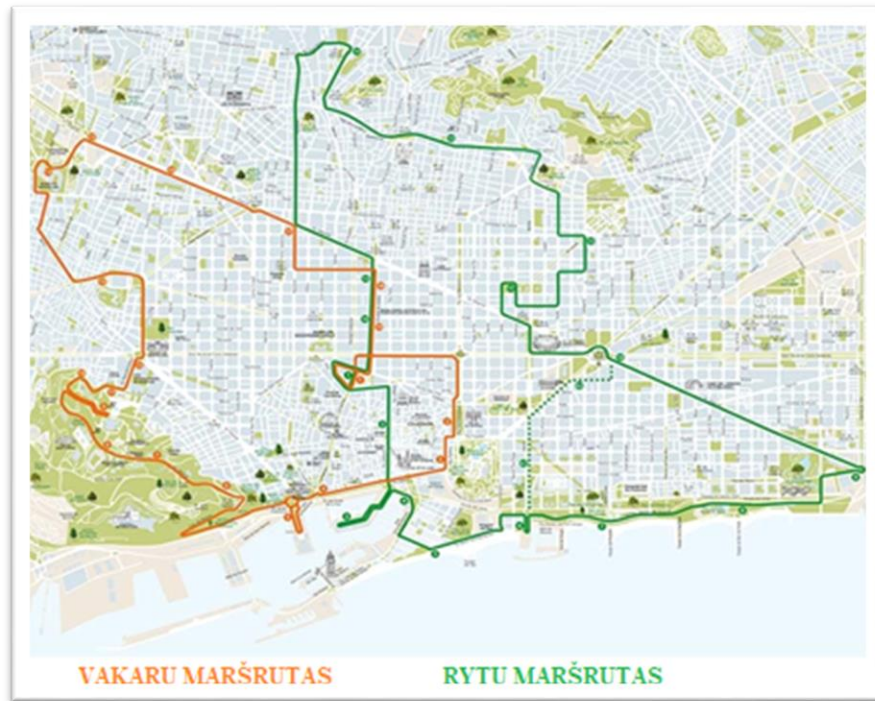
Lankytojų skaičiumi gerokai atsiliekantys nuo pastarųjų objektų, tačiau tai pat populiarūs, nors ir nepriklauso A. Gaudi kūriniių sąrašui.



6 pav. Labiausiai lankomi turistiniai objektai Barselonoje 2017 m.

Šaltinis: <https://www.statista.com/statistics/457335/barcelona-s-most-visited-tourist-attractions-spain/>

„City Tour Barcelona“ (<https://barcelona.city-tour.com/en/tourist-bus-routes-barcelona>) organizuoja savo sukurtą ekskursijos maršrutą visus metus. Nors pateikiama informacija yra pakankamai aiški, neperkrauta detalėmis, tačiau vizualinis puslapio dizainas neatrodo gerai. Dabar, kai informacijos srautai yra begaliniai, retas vartotojas nuosekliai perskaito siūlomus tekstus. Vizualiai pateikiamą informaciją vartotojas mėgsta žymiai labiau ir ją įsisavina lengviau. „Nebūtina stengtis parašyti kuo daugiau įrašų naujienų skiltyje. Tiesą pasakius, jei klientas žino, kad neturės vartotojui aktualių naujienų arba tiesiog neturės tam laiko, geriau apskritai atsisakyti naujienų skilties. Juk prieš metus ar daugiau įkeltas įrašas tik gadins įmonės įvaizdį ir rodys nepagarbą esamiems ar potencialiems klientams. Renkantis, kokią informaciją pateikti interneto svetainėje, verta pasverti, kad vizualios medžiagos pasirinkimas bus efektyvesnis ir patrauklesnis“, – teigė M. Zelepūgaitė, internetinių projektų vadovė. Oficialioje svetainėje puslapis yra pateikiamas 6 skirtingomis kalbomis: ispanų, anglų, prancūzų, vokiečių, italų, katalonų. Bilietai įsigijimas galimas tiesiogiai internetu, atsiskaitant kredito kortele. Didinant turistinį prieinamumą yra taikomos nuolaidos. Siūlomas patogus transportas, vaizdo ir garso technika, gidai. Pateikiamos kontaktų ir dažniausiai užduodamų klausimų skiltys. Taip pat yra pateikiamas žemėlapis su dviem skirtingais ekskursijų maršrutais (7 pav.)



7 pav. „City Tour Barcelona“ maršrutų žemėlapis

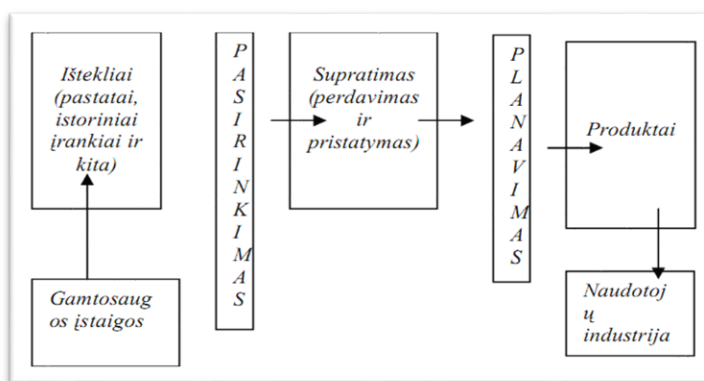
Šaltinis: <https://barcelona.city-tour.com/en/tourist-bus-routes-barcelona>

„Barcelona City Tour“ autobusai veikia dviem maršrutais – žalia (rytų maršrutas) ir oranžinės spalvos (vakarų maršrutas), į kuriuos galima patekti tuo pačiu bilietu. Vakarinis maršrutas supažindina turistus su Barselonos miesto vakarine dalimi ir aplanko 19 skirtingų vietų, iš kurių A. Gaudi objektai būtų šie: Guelio rūmai, La Pedrera, Kalveto ir Batiljo namas. Rytinis maršrutas apžvelgia 16 skirtingų vietų, iš kurių A. Gaudi objektai yra šie: Sagrada Familia, Guelio parkas, La Pedrera, Batiljo namas, Visenso namas. Praleidžiami du likę A. Gaudi objektai Barselonoje (Figueras dvaras ir Guelio kolonijos krypta), dėl tolimos lokacijos. Turistams norintiems čia nuvykti, reikalingos papildomos ekskursijos, jų išigijimas. Šios, o taip pat ir daugelį kitų įmonių diegiamas marketingas, jog visi objektai nebūtų peržiūrėti vienu turu, o turistai privalėtų pirkti ne vieną tokio tipo ekskursinį bilietą.

1.6. Architektūros objektų ir turistinio patrauklumo sampratos bei jų tipologizavimas

Atliekant kultūros paveldo, kaip kultūrinės aplinkos rekreacijai ir turizmui analizę, pirmiausia reikia apibrėžti rekreacinę aplinką. P. Grecevičius ir kt. (2002) teigia, jog „kiekvieno individo rekreacinė aplinka teritoriniu erdviu požiūriu yra dvejopa: artimoji ir tolimoji: artimoji aplinka – tai sudėtinga erdvė, pripildyta įvairiausių elementų, tiesiogiai veikiančių žmogų, taip pat veikimų žmogaus tolimoji aplinka – didelės, atviros gamtinės ar antropogenizuotos erdvės“. „Aplinka – tai tie

išorės elementai, su kuriais konkretus organizmas tiesiogiai ar netiesiogiai santykiauja. Pagal UNESCO (švietimo, mokslo ir kultūros organizacija) priimtą apibrėžimą, aplinka – tai pasaulio dalis, kurią žmogus naudoja, veikia ir prie kurios prisitaiko“ (*Turizmas*, p. 25). Atsižvelgiant į darbo temą toliau analizuojama kultūrinė aplinka. Pasak V. Paltanavičiūtės (2009) kultūros paveldas yra tarsi industrija, kuri veikia moderniai, kontroliuodama ir planuodama veiklą saugomuose objektuose (*Kultūrinio turizmo plėtojimo galimybės paveldo objektuose*, p. 1). Paveldo industrijos komponentai matomi 8 paveiksle.



8 pav. Paveldo industrijos komponentai

Šaltinis: Paltanavičiūtė V. 2009. Kultūrinio turizmo plėtojimo galimybės paveldo objektuose.

Šie išteklių priklausantys paveldo, produktams“ yra įgyjami. Jiems priklauso šventės, relikvai, mitai, istoriniai įrankiai, archeologinės vietos, legendos ir kita. Supratimo procesas reikalingas perversti šiuos išteklius produktais. Ši funkcija turizme reikalinga kol paveldo „produktai“ pabaigoje tampa rezultatais. Terminas „turizmo paveldo produktai“ remiasi gyvenimo galimybėmis, istoriniais įrankiais, paveldo vietoms ir šventėms. Šie paveldo „produktai“ gali būti sujungti ir veikti kaip viena visuma (*Kultūrinio turizmo plėtojimo galimybės paveldo objektuose*, p. 2).

N. Kligienė (2004) teigia, kad „kultūros paveldas skirstomas į materialųjį ir nematerialųjį – dvasinį arba žodinį. Materialiosios kultūros vertybės skirstomos į kilnojamąsias ir nekilnojamąsias. Pasak T. S. Butkaus (2007) „urbanistinis kultūros paveldas nėra tiksliai pavieniai objektai ar vietovės, turinčios didesnę ar mažesnę vertę, juridiniame lygmenyje akcentuojant jų saugojimo prasmę ir tikslą, bet ne amžių ir vientisą jų plotą. Urbanistinis kultūros paveldas yra terminalas, ribinis punktas, kurio nesant išsitrina ir miesto kultūros diskurso kontūrai. Todėl nagrinėjant urbanistinę struktūrą yra svarbu išskirti tas teritorijas, tuos elementus, kur ne tik kuriami miesto tapatumai, bet ir reprodukuojama miesto galia“ (*Kultūrinės miesto funkcijos potencialas ir jo raiškos formos urbanistinėje struktūroje*, p. 90). Anot R. Čepaitienės (2008) „kultūros paveldo vertybės visuomet buvo ir yra suvokiamos kaip galinga socialinės komunikacijos priemonė. Kultūros vertybės tampa proceso, kuriuo siekiama apibrėžti ir išlaikyti visuomenės narių kultūrinį tapatumą, formuoti

patrauklų šalies įvaizdį užsienyje, įgyvendinti įvairius politinius ar ekonominius interesus, nustatyti socialinio įtraukimo (ar atskirties) kriterijus ir t. t., dalimi (*Daugiakultūrių miestų paveldas: integracijos problemos ir galimybės, p. 86*).

V. Paltanavičiūtė (2009) remdamasi (*Cooper, Fletcher, 1998*) teigia, kad „kultūros paveldas – karta iš kartos paveldimos, perimamos, sukurtos ir perduodamos kultūros vertybės, svarbios etniniu, istoriniu, estetiniu ar moksliniu požiūriu. Kultūros paveldas gali būti vienas iš pagrindinių kelionės tikslų, dėl ko turistai renkasi vieną ar kitą šalį, tikėdamasis ten pamatyti tai, ko savo arba kitoje šalyje jis negalėtų pamatyti. Kuo yra įdomesni ir įvairesni kultūros kilmės objektai, tuo jie labiau traukia turistus“ (*Kultūrinio turizmo plėtojimo galimybių paveldo objektuose, p. 4*).

Pasak E. Karbauskienės (2009) „kultūrinis turizmas tai specifinis ir autentiškas turizmo elementas, apimantis kultūrinius išteklius, patirties produktus, jų vadybą ir turistus, kurie vedami asmeninės motyvacijos, noro pažinti savo ir kitų žmonių papročius, tradicijas bei istoriją, keliauja lankydami kultūrinio paveldo, etnografinės, patrauklaus kraštovaizdžio ir unikalios gamtos, savitų ir maloniai patrauklių bendruomenių vietas, taip pat muziejus, parodas, festivalius, kiną, kultūros parkus ir kitas kultūrinės vietas“ (*Kultūrinio turizmo svarba: Tauragės rajono savivaldybės atvejo analizė, p. 58*). Pasak J. Jurevičienės (2009) „išsaugoti urbanistikos vertybes, jas atgaivinti ir stiprinti jų reikšmę visuomenėje neabejotinai galima tik tuomet, kai valstybė sukuria tam palankias teisinės prielaidas. Urbanistiniai dariniai ir kultūrinis kraštovaizdis yra sudėtingiausi paveldo objektai, kurių apsauga reikalauja, kad pastangas ir finansinius išteklius sutelktų statinių ir sklypų savininkai, savivaldybių ir valstybės institucijos. Todėl kiekvienoje šalyje susiklosčiusios teisės aktų sistemos darna tampa lemiančiu veiksniu, nuo kurio priklauso, ar bus išsaugotos vertingosios senųjų miestų ir miestelių savybės“ (*Urbanistikos paveldo išsaugojimo teisinės prielaidos Lietuvoje, p. 5*).

Kultūros paveldo vertybių tipai: Lietuvos Respublikos nekilnojamųjų kultūros vertybių apsaugos įstatyme (2013) apibrėžti kultūros paveldo objektai „tai pavieniai, kompleksiniai ar į kompleksą įeinantys objektai, registruoti kaip nekilnojamosios kultūros vertybės, t. y. žemės sklypuose, sklypų dalyse, vandens, miško plotuose ar jų dalyse esantys statiniai ar kiti nekilnojamieji daiktai, kurie turi vertingųjų savybių ir kartu su jais priskirta teritorija yra atskiri daiktinės teisės objektai ar gali jais būti“.

Remiantis Lietuvos Respublikos nekilnojamųjų kultūros vertybių apsaugos įstatymu (2013), nekilnojamosios kultūros vertybės, turinčios kultūrinę vertę bei visuomeninę reikšmę, yra šios: statiniai, ansambliai, vietovės, piliakalniai, pylimai, gynybiniai įtvirtinimai, senovės gyvenamosios ir dirbtuvių vietos, senovės statinių griuvėsiai ir liekanos, alkos, religinio kulto vietos, aukurai, akmenys su įrašais ir kitais ženklais, kūr grindos, pilkapiai, kapinynai, senovės laidojimo vietos, kapinės. Pagal Lietuvos Respublikos kilnojamosios kultūros vertybių apsaugos įstatymą (2013), kilnojamosios kultūros vertybės yra kilnojamieji visuomenės ir žmogaus veiklos medžiaginiai kūriniai ir kiti daiktai,

sukurti prieš 50 metų ir anksčiau, turintys didelę kultūrinę vertę. Tai archeologiniai radiniai, etninės kultūros medžiaginiai pavyzdžiai, daiktai, susiję su svarbiausiais istoriniais įvykiais, visuomenės, kultūros, karo, sporto istorija, įžymių žmonių gyvenimu, ginklai, meno vertybės (vaizduojamosios ir taikomosios dailės kūriniai, meninės fotografijos, liaudies dailės kūriniai), muzikos instrumentai, rankraštinės knygos, inkunabulai, spaudiniai, daiktai, turintys numizmatinę, heraldinę ar filatelinę vertę, ordinais ir medaliai, mokslo, technikos ar technologijos istoriją apibūdinantys daiktai, archyviniai dokumentai. Nematerialiuoju, arba dvasiniu, kultūros paveldu laikomi autoriniai literatūros kūriniai, parašyti daugiau nei prieš 50 metų, taip pat liaudies dainos, pasakos, sakmės, papročiai, tradicijos ir renginiai“ (*Lietuvos kultūros paveldas skaitmeninėje terpėje*, p. 84). Pasak N. Lukšionytės (2012) „paveldas yra atminties, supratimo, tapatumo, sanglaudos ir kūrybiškumo šaltinis, jis padeda ugdyti taikią ir stabilią visuomenę“ (*Iš Lietuviškos paveldosaugos paraščių: trys istorijos* p. 15). A.T. Silvai bei A.P. Roders (2012) kultūros paveldo objektus klasifikuoja taip: socialinės, ekonominės, politinės, istorinės, estetinės, mokslinės, amžiaus, ekologinės (*Cultural heritage management and heritage (impact) assessments*, p. 20).

Anot J. Jurevičienės (2009) „pagal Nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatymą, kultūros paveldo objektais laikomi tik objektai, įtraukti į Kultūros vertybių registrą. Jiems taikoma laikinoji apsauga, Registro objektus LR kultūros ministras skelbia saugomais valstybės, nacionalinės reikšmės kultūros paveldo objektus skelbia kultūros paminklais“ (*Urbanistikos paveldo išsaugojimo teisinės prielaidos Lietuvoje*, p. 8). L. Kuklienė, D. Jankauskienė, I. Kuklys (2011) teigia, kad kultūros vertybių registras – tai Kultūros paveldo departamento sukurta duomenų bazė, kurioje kaupiama ir atnaujinama faktografinė informacija apie kilnojamąsias ir nekilnojamąsias kultūros vertybes. Registre pateikiami duomenys apie jų statusą, aprašomos vertingosios savybės, pateikiamos, kai kurių vertybių nuotraukos, geografinė padėtis bei kt. (*Saugomų objektų erdvinių duomenų rinkinys*, p.10).

Kultūros paveldo objektų turistinis patrauklumas. Kalbant apie kultūros paveldo objektų turistinį patrauklumą, svarbus vaidmuo tenka turistui, kitaip tariant vartotojui. “Norint geriau patenkinti vartotojų poreikius, reikia bandyti geriau suprasti vartotoją, nuodugniau atskleisti jo savybes. Tačiau čia iškyla problema: kaip apžvelgti visas vartojimo savybes, jei žmonės yra skirtingo amžiaus, gauna nevienodas pajamas, skiriasi jų išsilavinimas, pomėgiai ir pan. Ir vis dėlto reikia atrasti tam tikrus kriterijus ir atlikti jų klasifikaciją, pagal kurią būtų nesunku nagrinėti vartotojo savybes” (*Urbanskienė R. ir kt., 2000, p. 26*).

Pasak I. Svetikienės (2002) „nors individualus vartotojo elgesys yra sudėtingas, įmanoma nustatyti apibendrinto grupės elgesio modelius tarp vartotojų turinčių bendrų savybių. Rinkos segmentas gali būti apibūdinamas kaip visos vartojimo rinkos pogrupis, kurio nariai turi bendrų vertybių, tinkamų pirkti arba naudoti produktą. Taigi segmentavimo tikslas – pasirinkti ir aptarnauti

siauresnę tikslinę rinką, išsiaiškinti teikiamų paslaugų imlumą bei realius ir potencialius jos vartotojus“. Taigi siekiant sėkmingo elektroninio verslo būtinas perkančių internetu vartotojų pažinimas bei jų segmentavimas, siekiant kuo tiksliau patenkinti tam tikros tikslinės grupės, kitaip dar segmento poreikius (p.258).

Kalbant apie kultūros paveldo objektus bei jų turistinį patrauklumą vartotojui, būtina suprasti kokių tikslų skatinami vartotojai renkasi aplankyti vieną ar kitą kultūros paveldo objektą, kitaip tariant suprasti gyventojų poreikius. P. Juškevičius (2003) teigia, kad “žmogaus poreikiai apibūdinami trimis pagrindinėmis grupėmis: biologiniai poreikiai (maistas, miegas, apsirengimas, būstas ir t.t.), socialiniai poreikiai (darbas, bendravimas ir t.t.), estetiniai poreikiai (*kultūros, meno vertybės, hobis ir t.t.*) (*Miestų planavimas, p. 57*).

Pasak A. Baranausko bei V. Lesionio (2008) „šiandien vartotojai yra daugiau reikalaujantys (*Elektroninis marketingas, p.13*). A. Baranauskas bei V. Lesionis (2008) išskiria pagrindines vartotojų gyvenimo stiliaus tendencijas tai yra daug pinigų ir mažai laiko, ilgesnis laisvalaikio laikas, didėjantis gyvenimo tempas, išaugusi technologijų nuosavybė. Šiandien daug žmonių turi pakankamai pajamų, tačiau nebeturi laiko, kurį galėtų skirti pageidaujamiems dalykams. Tokie vartotojai ieško patogumo, greičio ir yra linkę reikalus susitvarkyti telefonu ar internetu (*Elektroninis marketingas, p.13*).

Turistinio patrauklumo kriterijai. Kalbant apie kultūros paveldo turistinį patrauklumą, mokslinėje literatūroje plačiau analizuojama vietovės turistinio patrauklumo sąvoka. E. Baležentis ir B. Žuromskaitė (2012) , turizmo specialistai akcentuoja, kad turistai nelanko vietovių, apie kurias nieko nežino ir kurios yra nepatrauklios. Tuo tarpu *turistinis vietovės patrauklumas* suprantamas kaip:

1. Patrauklumas, nustatytas pagal priimtas klasifikavimo sistemas;
2. Patrauklumas, nustatytas pagal priimtas vertinimo technikas;
3. Patrauklumas dėl subjektyvaus turisto požiūrio.

Turistinės vietovės patrauklumas vertinamas pagal šiuos kriterijus:

1. Kokios galimybės jas pasiekti
2. Kaip sutvarkytos yra komunikacijos
3. Kaip veikia kita infrastruktūra

Lietuvos turizmo potencialo įvertinimo, nustatant didžiausias turistinės traukos vietas ir jų panaudojimo prioritetus, studijoje (2011) teigiama, kad *turistinio patrauklumo kiekybinis vertinimas* turi būti atliekamas dviem atžvilgiais, t.y. vertinimo kriterijų grupės suskirstomos į dvi grupes –

turizmo išvystymo ir turistinio potencialo. Vietovių grupavimo pagal turizmo išvystymą ir turistinį potencialą matoma 1 lentelėje.

1 lentelė. Vietovių grupavimo pagal turizmo išvystymą ir turistinį potencialą matrica

Turistinis potencialas ↓	Turizmo išvystymas →		
	Mažo turistinio potencialo ir mažo turizmo išvystymo vietovės	Mažo turistinio potencialo ir vidutinio turizmo išvystymo vietovės	Mažo turistinio potencialo ir didelio turizmo išvystymo vietovės
Vidutinio turistinio potencialo ir mažo turizmo išvystymo vietovės	Vidutinio turistinio potencialo ir vidutinio turizmo išvystymo vietovės	Vidutinio turistinio potencialo ir didelio turizmo išvystymo vietovės	
Didelio turistinio potencialo ir mažo turizmo išvystymo vietovės	Didelio turistinio potencialo ir vidutinio turizmo išvystymo vietovės	Didelio turistinio potencialo ir didelio turizmo išvystymo vietovės	

Šaltinis: Lietuvos turizmo potencialo įvertinimo, nustatant didžiausias turistinės traukos vietas ir jų panaudojimo prioritetus, studija”, 2011, VšĮ „Turizmo plėtros institutas”, Vilnius.

“Pirmojo etapo turizmo išvystymo aspekto vertinimui skirtų kriterijų grupes sudaro penki pagrindiniai turizmo sistemos komponentai: maitinimas, apgyvendinimas, susisiekimas, informavimas, kelionių organizavimo paslaugos. Šio aspekto *vertinimui priskirtos dar trys esminės kriterijų grupės: turistų srautas, personalas ir turizmo objektų infrastruktūra* (Lietuvos turizmo potencialo įvertinimo, nustatant didžiausias turistinės traukos vietas ir jų panaudojimo prioritetus, studija”, 2011, p.11).

Toliau kalbant apie kultūros paveldo objektų turistinio patrauklumo vertinimą pateikiama G. Ivavičiūtės bei V. Gurskienės (2008) vertinimo metodika (žr. 2 bei 3 lenteles).

2 lentelė. Etnografijos ir istorijos paminklų ir jų aplinkos vertinimas

Kriterijai	Rodikliai	Požymiai	1 balas	2 balai	3 balai	Įvertinimas balais
Ekologinis	Želdynai	Želdynų gausa, Supanti paminklus	Nepakankama gausa	Vidutinė gausa	Didelė gausa	
	Užterštumas	Šiukšlių gausa	Didelė gausa	Vidutinė gausa	Maža gausa	
Dislokacinis	Rajono paminklų artumas	Atstumas pagal nuotolį (nuo rajono centro ir vienas kito atžvilgiu)	Toli	Vidutinis nutolimas	Arti	
	Rajono paminklų pasiekiamumas	Laiko atžvilgiu (nuo rajono centro ir nuo vienas kito)	Ilgas laiko tarpas	Vidutinis	Trumpas laiko tarpas	
Estetinis	Architektūrinis	Paminklų, statinių ansambliskumas	Mažas	Vidutinis	Didelis	
	Statinių patrauklumas	Akimi matomų formų patrauklumas	Mažas	Vidutinis	Didelis	
Psichologinis	Bendroji atmosfera	Daromas poveikis emocijoms	Neigiamas	Neutralus	Teigiamas	
	Komfortiškumas	Galimybė pailsėti (pastate ar šalia	Maža	Vidutinė	Didelė	

		paminklų)				
--	--	-----------	--	--	--	--

Šaltinis: Ivavičiūtė G., Gurskienės V. 2008. Rekreacinė kraštovarką. Metodiniai patarimai. Kaunas.

Etnografijos ir istorijos paminklai bei jų aplinka vertinama pagal tam tikrus kriterijus tai yra ekologinis, dislokacinis, estetinis bei psichologinis. Šia metodika balais iki 3 balų vertinami tam tikri rodikliai pagal atitinkamus požymius. Panašiai vertinami ir architektūros paminklai, tik jų vertinimui gali būti pateikiamas mažesnis kriterijų kiekis (žr. 3 lentelę).

3 lentelė. Architektūros paminklų vertinimas

Kriterijai	Rodikliai	Požymiai	1 balas	2 balai	3 balai	Įvertinimas balais
Dislokacinis	Rajono paminklų artumas	Atstumas pagal nuotolį (nuo rajono centro ir vienas kito atžvilgiu)	Toli	Vidutinis nutolimas	Arti	
	Rajono paminklų pasiekiamumas	Laiko atžvilgiu (nuo rajono centro ir nuo vienas kito)	Ilgas laiko tarpas	Vidutinis	Trumpas laiko tarpas	
Estetinis	Architektūrinis	Paminklų, statinių ansambliškas	Mažas	Vidutinis	Didelis	
	Statinių patrauklumas	Akimi matomų formų patrauklumas	Mažas	Vidutinis	Didelis	
	Eksterjeras	Apdailos elementų išbaigtumas/ užbaigtumas	Mažas	Vidutinis	Didelis	

Šaltinis: Ivavičiūtė G., Gurskienės V. 2008. Rekreacinė kraštovarką. Metodiniai patarimai. Kaunas.

Vis tik matyti, jog norint įvertinti kultūros paveldo turistinį patrauklumą, būtina vertinti objektą bendroje sistemoje, o ne kaip pavienį objektą. Todėl toliau analizuojamas vietovė arba kitaip tariant miestas bei jo struktūra, siekiant suvokti kultūros paveldo objektų reikšmę turistui bei jo poreikių tenkinimui.

Norint suvokti kultūros paveldo reikšmę vietovės kontekste, toliau analizuojama miesto kultūrinė funkcija. Kaip teigia T. S. Butkus (2007) „kultūrinės miesto funkcijos potencialą sudarytų vietos, objektai ir reiškiniai, suteikiantys urbanistinei struktūrai ir jos elementams tapatumo, išskirtinumo, patrauklumo, konkurencingumo ir reproduktyvumo vertes. Pagal išvardytas nominaliąsias vertes išskirti tokie potencialo sektoriai: kultūros paveldas, turizmas ir rekreaciniai ištekliai, kūrybinės industrijos ir viešoji erdvė“ (*Viešosios miestų erdvės paradigmos kaita posovietinėje Lietuvoje*, p. 90).

I. Urbonaitė (2013) teigia, kad „atsižvelgiant į vyraujančias visuomenės normas, poilsio tradicijas ir subjektyvius psichologinio komforto poreikius, rekreacinės veiklos grupėms priskirtos tam tikros erdvinės kategorijos: viešosios erdvės, pusiau viešos erdvės, pusiau privačios erdvės ir privačios erdvės. Lietuvos rekreacinės sistemos planavimo metodikoje nusistovėjo pagrindinės

rekreacinės veiklos rūšys: pažintinė rekreacija, pramoginė rekreacija, gydomoji (sveikatingumo) rekreacija, sportinė rekreacija, kultūrinė rekreacija, laisvalaikio rekreacija (bendroji), dvasinė rekreacija, poilsavimo (išvykstamoji), rekreacija, verslinė rekreacija bei virtualioji rekreacija” (*Rekreacinių funkcijų raiška Vilniaus miesto erdvinėje struktūroje, p.48*). Atsižvelgiant į darbo temą toliau taip pat gali būti analizuojama ir kultūrinė rekreacija (žr. 4 lentelę).

4 lentelė. Kultūrinė rekreacija miesto rekreacinės funkcijos kontekste

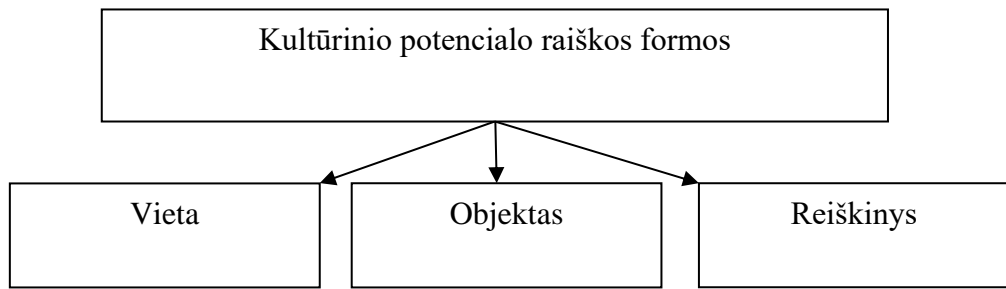
Rekreacinė veikla	Erdvinis pobūdis	Dominuojanti turtinė nuosavybės teisė	Erdvinės priklausomybės psichologinė percepcija	Miesto rekreacinės funkcijos
Kultūrinė rekreacija	Vidaus	Visuomeninė	Vieša – pusiau vieša	Koncertų salės, teatrai, muziejai, kino teatrai, galerijos, meno centrai, istorinio paveldo objektai, memorialai, žiemos sodai, miesto krantinė
	Lauko			Aikštės, skverai, estrados, amfiteatrai

Šaltinis: Urbonaitė I. 2013. Rekreacinių funkcijų raiška Vilniaus miesto erdvinėje struktūroje.

Daktaro disertacija. Vilnius.

Kultūrinė rekreacija pagal erdvinį pobūdį skirstoma į vidaus (koncertų salės, teatrai, muziejai, kino teatrai, galerijos, meno centrai, istorinio paveldo objektai, memorialai, žiemos sodai, miesto krantinė) bei lauko (Aikštės, skverai, estrados, amfiteatrai). “Miesto rekreacinės aplinkos formavimas dažniausiai yra socialinių tyrimų objektas, nes pagal savo paskirties pobūdį priklauso socioekologinei sistemai. Miesto rekreacinės sistema tai vietų, objektų ir reiškinių visuma, kuriai būdingos rekreacinės funkcijos bei rekreacinė veikla. Ją sudaro skirtingo lygmens rekreacinei veiklai naudojamos teritorijos ir objektai bei aptarnaujanti infrastruktūra: miesto gamtinė aplinka, miesto viešųjų erdvių tinklas, susisiekimo ryšių sistema, miesto struktūros elementai arba jų sistema, kurie kaip nors susiję su kasdienio poilsio ir laisvalaikio sfera, teigiamai veikiančia žmogaus sveikatą (jai nekenčiančia) ir padedančia fiziškai bei dvasiškai atstatyti jėgas bei tobulėti laisvu nuo darbo metu: apimančia visuomenines fizinio aktyvumo, sveikatinimosi, kultūrinių pramogų, mėgėjiškos veiklos, dvasinių praktikų funkcijas” (*Baziniai kultūrinės miesto funkcijos modeliai, p. 23*).

Pasak T. S. Butkaus (2007) „kultūrinių miesto funkcijų potencialas yra pamatinis plėtros procesų šaltinis, kuris stimuliuoja urbanistinių vietos, objekto ir reiškinio reikšmių lauką ir sudaro visas prielaidas integruotam urbanistiniam karkasui atsirasti. Miesto gyvensenos modelių paplitimas, urbanistinių teritorijų planavimo principų taikymas ir atitinkamų formų atsiradimas kaimo vietovėse bei kraštovaizdžiuose kelia klausimą, ar kultūrinių miesto funkcijų formavimo (si) veiksnys gali turėti įtakos regionų, esančių atokiau nuo didžiųjų miestų, plėtrai? (*Kultūrinės miesto funkcijos potencialas ir jo raiškos formos urbanistinėje struktūroje, p. 90*). T. S. Butkus (2007) pateikė kultūrinio potencialo raiškos formas (žr. 9 paveikslą).



9 pav. Kultūrinio potencialo raiškos formos

Šaltinis: Butkus T. S. 2007. Kultūrinės miesto funkcijos potencialas ir jo raiškos formos urbanistinėje struktūroje. *Urbanistika ir architektūra* – 2007 m., XXXI tomas, Nr. 2, 92.

Anot T. S. Butkaus (2007 m.) pirmąją elementų grupę sudaro objektai (pastatai, statinių grupės ar jų dalys), suteikiantys pagrindą miesto kultūros istorijai ir visuomenės raidai. Tai vietinės ir nacionalinės reikšmės kultūros centrai, strateginiai kultūros objektai, atliekantys visuomeninės paskirties tinklų subordinavimo ir pagrindinių traukos centrų funkciją. Viešųjų erdvių sistema yra antroji elementų grupė. Šiai grupei priskirti pagrindiniai viešųjų erdvių tipai, palaikantys nominalias traukos gebas: parkas, aikštė, skveras (*Kultūrinės miesto funkcijos potencialas ir jo raiškos formos urbanistinėje struktūroje, p. 91*).

Architektūros objektų ir turistinio patrauklumo sampratos bei jų tipologizavimo skyriuje sisteminta teorinė medžiaga leis toliau išsamiai atlikti empirinį tyrimą architektūros objektų patrauklumui identifikuoti. Labiausiai šioje pateiktoje medžiagoje bus orientuojamasi į x lentelę „Etnografijos ir istorijos paminklų ir jų aplinkos vertinimas“, pagal kriterijus, rodiklius ir požymius, kurie bus žymimi kaip kertinės ašys voratinklio tipo diagramose.

2. ANTONI GAUDI ARCHITEKTŪROS OBJEKTŲ BARSELONOJE TURISTINIO PATRAUKLUMO EMPIRINIS TYRIMAS

2.1. Tyrimo metodologija, eiga, etika

Atlikus mokslinės literatūros ir statistinių duomenų analizę pirmame darbo skyriuje tolimesnei analizei suformuluotas **tyrimo tikslas** – išanalizuoti architekto A. Gaudi kultūros paveldo (toliau architektūrinių objektų) turistinius patrauklumo kriterijus, bei rekomendacijose pateikti pasiūlymus tolimesnei mokslinei diskusijai analizuojama tema.

Tyrimo objektas – Barselonos miesto A. Gaudi architektūros objektai ir jų patrauklumo identifikavimas.

Tyrimo uždaviniai:

1. Atskleisti tiriamo miesto ir architekto darbų turistinio patrauklumo aspektus.
2. Ištirti A. Gaudi architektūros objektų patrauklumą Barselonoje iš pateiktų atsiliepimų internetinėse svetainėse.
3. Išsiaiškinti ekspertų nuomonę apie turistinio patrauklumo priežastis Barselonoje.

Tiriamasis klausimas - kas nulemia architektūros objekto patrauklumą? Į šį klausimą atsakyti buvo naudojamas kokybinio tyrimo tipas.

Tyrimo etika – atliekant šį kokybinį tyrimą, pirmiausia buvo stengiamasi pasirūpinti tyrimo dalyviu. Laikantis etinių principų, buvo užtikrinamas ekspertų ir tyrėjo saugumas. Užtikrinami šie mokslinio tyrimo etikos principai: pagarbos asmens privatumui principas; konfidencialumo ir anonimiškumo principas; geranoriškumo ir nusiteikimo nekenkti asmeniui principas; teisingumo principas.

Tyrimo metodai:

1. Lankytojų atsiliepimų internete turinio (angl. content) analizė;
2. Pusiau struktūruotas interviu.

Numatomas tyrimo rezultatas - lankytojų atsiliepimų internete duomenų bazės sukūrimas.

Metodų taikymas tikslui pasiekti - turinio analizė – bendrai paimtų tekstų ar nuotraukų turinio analizė, atliekama naudojant standartines matuojamąsias, statistines procedūras ir norint gauti jų objektyvias charakteristikas (*Bivainienė, Dauginaitė, 2008, p. 44*). Turinio analizė yra technika, leidžiant objektyviai ir sistemiškai išnagrinėjus turinio ypatybes, daryti patikimas išvadas. Šio metodo esmė – išskirti tam tikslus prasminius vienetus ir skaičiuoti vartojimo dažnį. Turinio analizė – tai formalizuotas duomenų tyrimo būdas, kuris numato jų turinio vertinimą remiantis požymių, kurie svarbūs tyrėjui ir kuriuos galima apibendrinti, skaičiavimu.

Pusiau struktūruotas interviu - sistemingas duomenų rinkimas tiesioginio ar netiesioginio pokalbio tarp interviuotojo ir interviuojamojo metu. Tyrėjas yra iš anksto pasiruošęs pokalbiui, numatęs jo struktūrą, procedūrą ir, kai tai numato tyrimo pobūdį, netgi turinį (pasirengęs interviu klausimus). Pusiau struktūruotas interviu taip pat remiasi interviu planu, kuriame numatyti konkretūs klausimai ir iš anksto apgalvota jų pateikimo seka, tačiau numatyta, kad tyrimo eigoje tyrėjas gali papildomai užduoti plane neįtrauktų klausimų, jeigu mano, kad taip galima būtų praturtinti tyrimą (*Kokybinių tyrimų metodologija B. Bitinas, L. Rupšienė, V. Žydžiūnaitė, 2008*).

Tyrimo imtis – iš viso turinio analizei buvo surikti 1273 atsiliepimai iš internetinės svetainės TripAdvisor. Atsiliepimų imtis ne daugiau nei 200 paskutinių naujausių atsiliepimų vienam objektui, tačiau ne senesni nei 2018 m. sausio mėn.; paimti interviu iš 6 ekspertų (2 gidai, 2 turizmo vadybininkai ir 2 turizmo agentūros vadovai). Informacijos prisotinamumo principu šių šešių ekspertų pakako. Informacija apie ekspertus ir jų atsakymai pateikti prieduose.

Tyrimo imties charakteristika – Renkant turistų pateiktus atsiliepimus internete apie A. Gaudi architektūros objektus Barselonoje, atsiliepimai analizuoti iš populiariausios turistų atsiliepimų svetainės TripAdvisor. Renkami tik naujausi ir aktualiausi atsiliepimai dabartinės situacijos įvertinimui. Pastebėta, jog parinkus daugiau nei 200 atsiliepimų, informacija pradeda kartotis, rezultatai dėl to nesikeičia, todėl nuspręsta visiems objektams apriboti ir tirti iki 200 randamų naujausių atsiliepimų. Interviu metodui buvo atrinkti ekspertai, dirbantys kelionių agentūrose ar kelionių organizatoriaus statusą turinčiose įmonėse. Visi jie savo srities profesionalai, turintys ilgametę darbo patirtį turizmo versle, glaudžiai susiję su kelionių organizavimu į Barseloną, tiek į pačią Ispaniją. Turintys patirties kelionių planavime, ekskursijų vedime, bendravimu su turistais, bent kelis kartus asmeniškai lankęsi Barselonoje, susipažinę su Barselonos miestu, jos lankytiniais objektais ir A. Gaudi kūryba. Buvo stengiamasi parinkti skirtingų profesijų, rango bei amžiaus ekspertus dėl požiūrio ir atsakymų įvairiapusiškumo.

Tyrimo eiga – iš interneto surenkami atsiliepimai apie tiriamus architektūros objektus ir sugeneruojami KH Coder programa. Atsiliepimai taip pat tiriami remiantis 1.6 skyriaus teorine medžiaga. Rezultatai suvedami voratinklio diagramos principu. Išsamesniam tyrimui atlikti sudarytas pusiau struktūruotas interviu klausimynas ir apklausti ekspertai rezultatams palyginti. Suformuluojamos išvados.

Tyrimo instrumentai :

Objektų koordinatės, žymėjimas, koncentracijų formavimas:

- MapMakerApp programėlė, <https://mapmakerapp.com/>
- GoogleMaps programa, <https://www.google.com/maps>

Atsiliepimų turinio sisteminimas:

- KH Coder programa, 3.0 versija, <http://kncoder.net/en/>

Atsiliepimų rinkimo šaltinis:

- Viena didžiausių turistų atsiliepimų platformų: TripAdvisor, <https://www.tripadvisor.com/>

Interviu įrašų į tekstą vertimas:

- Google programėlė Speech-to-Text, <https://cloud.google.com/speech-to-text/>

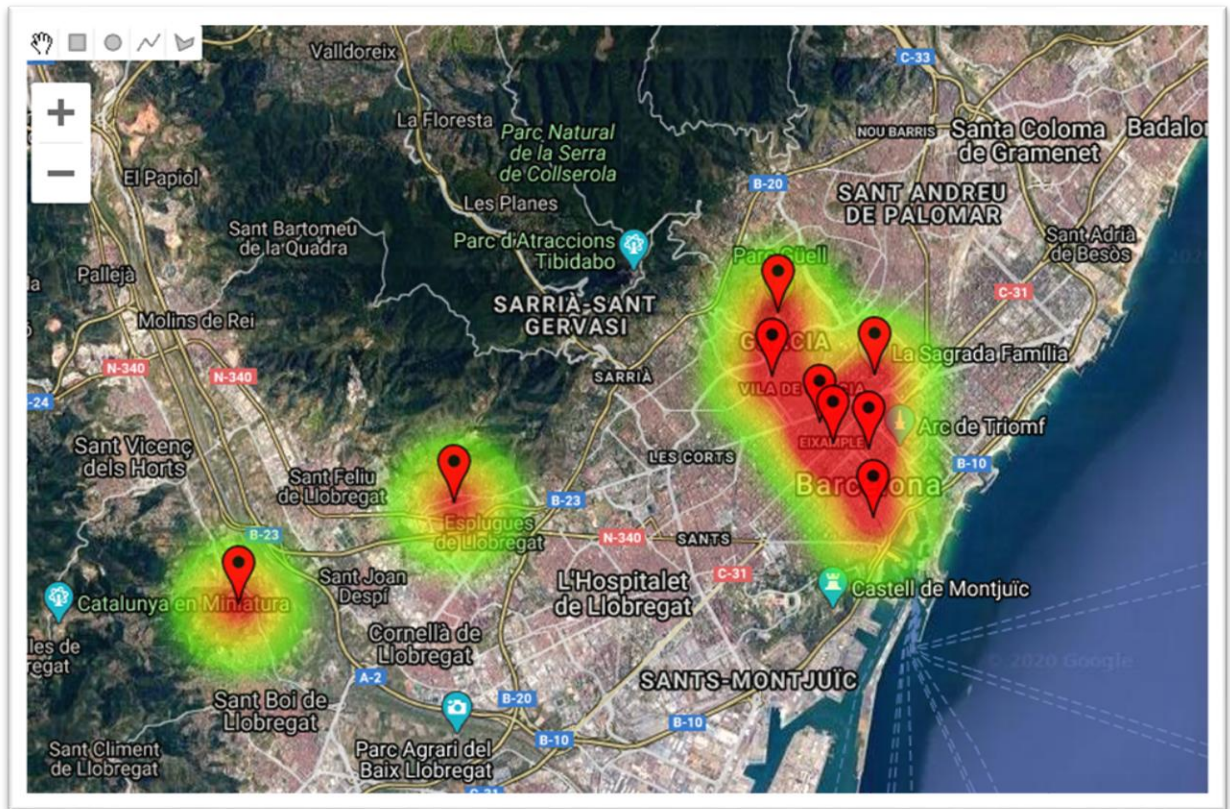
Tyrimo instrumentų ir ekspertinio interviu sudarymo principai - tyrimo instrumentus nuspręsta panaudoti laisvai randamus, prieinamus internete, kurie nereikalautų licencijos įsigijimo, išlaidų už programinio paketo naudojimąsi, būtų lengvai valdomi ir svarbiausia atliktų paskirtą funkciją, kad padėtų atlikti tyrimą vienu ar kitu atžvilgiu ir reikiamu etapu. Pusiaus struktūruoto interviu klausimyno sudarymo svarbiausi principai: neapkrauti ekspertų dideliu klausimų skaičiumi, išsiaiškinti kas turistus bei pačius ekspertus žavi A. Gaudi kūryboje ir jo architektūros objektuose Barselonoje, sudaryti klausimus, kurie padėtų išsiaiškinti turistinio patrauklumo priežastis ir atskleistų patrauklumo kriterijus, taip pat sudaryti galimybę patvirtinti arba paneigti turistų atsiliepimuose pateikiamą informaciją.

2.2. Antoni Gaudi architektūros objektų Barselonoje turistinio patrauklumo vertinimas pagal pateiktus atsiliepimus internetinėse svetainėse

Analizuojamų A. Gaudi architektūros objektų Barselonoje fotonuotraukos ir architekto portretas pateiktas 1 priede, skaitytojui suteikiant galimybę vizualiai pažvelgti į tiriamus objektus ir šių objektų autorių. Rengiant 10 paveikslą, buvo naudotos tiriamų A. Gaudi architektūros objektų Barselonoje geografinės koordinatės:

- | | |
|---|---|
| 1. 41.403791 ; 2.174935 - Šv. Šeimynos bažnyčia | 6. 41.391878 ; 2.165418 - Batiljo namas |
| 2. 41.381747 ; 2.07794 - Figueras dvaras | 7. 41.414656 ; 2.152694 - Guelio parkas |
| 3. 41.364086 ; 2.028146 - Guelio kolonijos krypta | 8. 41.379151 ; 2.174583 - Guelio rūmai |
| 4. 41.403651 ; 2.151128 - Visenso namas | 9. 41.395574 ; 2.162391 – Milos namas |
| 5. 41.391044 ; 2.173497 - Kalveto namas | |

(paveikslas pateikiamas kitame puslapyje)



10 pav. Tiriami A. Gaudi objektai Barselonoje, geografinė sklaida
Sudaryta autoriaus

Objektus sunumeruojame nuo 1 iki 9. Pagal šių geografinių koordinacių ir/ar pirmo priedo objektų sąrašo eiliškumą toliau vertinsime turistinį patrauklumą iš pateiktų atsiliepimų interneto svetainėse, remiantis 1.6 skyriuje pateikta metodine 2 lentele ir 3-20 priedais. Šie priedai sudaryti sugeneruojant turistų surinktus atsiliepimus KH Coder programa.

5 lent. A. Gaudi Šv. Šeimynos bažnyčios turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš surinktų atsiliepimų internete

	Kriterijai	Rodikliai	Patvirtinantys teiginiai iš atsiliepimų internete
TURISTINIS VIETOVĖS PATRAUKLUMAS	Ekologinis	Želdynai	<ul style="list-style-type: none"> „Priešais yra ir puikus parkas., „Man patinka sėdėti prie tvenkinio ir mėgautis šiuo šedevru!., „Graži aplinka šalia ir dalelė gamtos, įsimintina vieta.,
		Užterštumas	<ul style="list-style-type: none"> „Apylinkės buvo švarios ir saugios., „Tikrai prižiūrėta ir švaru aplinkui., - „...karštame ore jautėsi pravažiuojančių mašinų dūmai....,,
	Dislokacinis	Rajono paminklų artumas	<ul style="list-style-type: none"> „Nors ir nėra miesto centre, pakankamai lengvai pasiekiamas objektas nuo kitų lankytinų vietų., „Pėsčiomis yra ne mažas atstumas nuo LaRambla....,,

			<ul style="list-style-type: none"> • „Teko šiek tiek atitrūkti nuo miesto centro, kad pamatyti šį šedevrą...,,
	Rajono paminklų pasiekiamumas		<ul style="list-style-type: none"> • „...metro lengvai pasiekiamas...,, • „...lengvai pasiekiamą iš „Greenline“ autobusų maršruto...,, • „... buvo lengva pasiekti...,, • „Lengvai pasiekama viešuoju transportu...,,
Estetinis	Architektūrinis		<ul style="list-style-type: none"> • „...architektūra yra nuostabi...,, • „Kiekviena maža detalė turi istoriją...,, • „Man pati nuostabiausia dalis buvo kažkada įžengus į vidų: tai, kaip šviesa sklinda iš vitražų ir groja su erdve, yra nepakartojama...,,
	Statinių patrauklumas		<ul style="list-style-type: none"> • „Sunku sudėti žodžius į didingąjį „Sagrada Familia“ spindesį...,, • „...o jūs žiūrite į viršų ir tiesiog sakote Wow ... tiesiog wow. Sąžiningai tai gražu...,, • „Aš suprantu, kodėl taip ilgai reikėjo pastatyti - „Gaudí“ yra tiesiog per daug puikus ir architektai negalėjo pasivyti!...,, • „Tikiusi, kad tai bus padaryta per mano gyvenimą, nes noriu grįžti pamatyti visą grandiozinį šedevrą...,,
Psichologinis	Bendroji atmosfera		<ul style="list-style-type: none"> • „Patikra ir saugumas buvo greitas ir efektyvus...,, • „Be to, turiu atkreipti dėmesį į griežtą saugumo patikrinimą norint patekti - tai būtina tokiose vietose -, taip pat į prioritetą ir pagalbą šeimoms su vežimėliais...,, • - „Piko valandomis jis gali būti gausiai apkrautas, todėl žavėkitės pastatu, saugokitės savo daiktų...,,
	Komfortiškumas		<ul style="list-style-type: none"> • „Miela ir verta aplankyti, bet jums nereikės daugiau nei valandos, kad visa tai pamatytumėte...,, • „Bilietai lengvai perkami internetu ne renginio vietoje. Pateikiama išsami informacija ir aš rekomenduočiau bilietus pirkti tik oficialioje svetainėje arba kasoje, nes jie yra pigiausi! Negalima mokėti papildomai už garso gidą, nes jis buvo to vertas...,, • „...prie bažnyčios šono yra suolai, kuriuose galite sėdėti, jei jums reikia pertraukos...,,

6 lent. A. Gaudi Figuro dvaro turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš surinktų atsiliepimų internete

TURISTINIS VIETOVĖS PATRAUKLUMAS	Kriterijai	Rodikliai	Patvirtinantys teiginiai iš atsiliepimų internete	
	Ekologinis	Želdynai		<ul style="list-style-type: none"> „Jis įsikūręs labai ramioje ir žalioje Barselonos vietoje.,, „Sodai pakvietė juos žaisti..., (vaikus) „ „Torre“ yra šalia kalvų, iš kurių atsiveria vaizdai į Barseloną.,,
		Užterštumas		<ul style="list-style-type: none"> „Įsikūręs labai vėsioje ir ramioje vietoje...,, „...gaivus oras...,, „Užmiesčio gaiva.,,
	Dislokacinis	Rajono paminklų artumas		<ul style="list-style-type: none"> „...šalia netoliese esančio „Parc del Laberint d’Horta“.,, „Aplankę šalia katedros esantį Gaudi muziejų, mes įtraukėme „Bellesguard“ į savo stotelių sąrašą...,, „Iki šios vietos važiuovome valandą laiko...,,
		Rajono paminklų pasiekiamumas		<ul style="list-style-type: none"> „Tai nėra viena iš lankomų vietų, nes ji yra šiek tiek toli...,, „Jis yra Barselonos Sarrià-Sant Gervasi rajone.,, „Šis Gaudi namas yra daug mažiau užimtas turistų nei bet kuris kitas, kurį aplankėme turbūt dėl jo vietos šiek tiek atokiau.,, „Čia nesunkiai pasiekama autobusu.,,
	Estetinis	Architektūrinis		<ul style="list-style-type: none"> „Nuostabi architektūra ir akmuo buvo fantastiškas.,, „...turinti keletą kitokių elementų, nei kai kurie kiti Gaudi darbai.,, „...įkvėptas viduramžių pilies, „Bellesguard“ būdingas tiesiomis linijomis, o ne kreivėmis. ... Tačiau neabejotinai tai yra Gaudi pastatas, kuriame yra daugybė trencadís mozaikų, keturių ginklų kryžius ir drakonas ...,,
		Statinių patrauklumas		<ul style="list-style-type: none"> „Išskirtinis paslėptas modernizmo perlas Barselonoje.,, „Tai puikus mažas pastatas, kuriame yra tikrai gražių detalių.,, „Kaip išradinga!.,,
	Psichologinis	Bendroji atmosfera		<ul style="list-style-type: none"> „Jis nebuvo beveik toks užimtas kaip kai kurie kiti Gaudi atrakcionai, tačiau vis tiek leidžia pajusti jo unikalų stilių.,, „Nuostabi vieta patirti meną ir kultūrą.,, „...kartu su kitais žvalgėmės netekę žado.,,
		Komfortiškumas		<ul style="list-style-type: none"> „Vienintelis būdas aplankyti pilį yra prisijungti prie gido. Bilietai buvo pigūs.,, „Patiko garso vadovas, pateiktas su įėjimo kaina.,, „Kelionė viduje buvo gerai organizuota, o mūsų gidas buvo puikus...,,

7 lent. A. Gaudi Guelio kolonijos kryptos turistinę patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš surinktų atsiliepimų internete

TURISTINIS VIETOVĖS PATRAUKLUMAS	Kriterijai	Rodikliai	Patvirtinantys teiginiai iš atsiliepimų internete	
	Ekologinis	Želdynai		<ul style="list-style-type: none"> „Parkas yra gražus su ribota atkarpa....,, „Sustokite „Bar Sport“, priešais parką....,, „...prižiūrėta augalija....,,
		Užterštumas		<ul style="list-style-type: none"> „...tai buvo puiki pertrauka nuo miesto ir tai buvo tikrai tylus, mažas, gyvenamasis kaimas...,, „Kvėpuoju grynu oru....,,
	Dislokacinis	Rajono paminklų artumas		<ul style="list-style-type: none"> „Ši vieta yra apie 30 min nuo Plaça d'Espanya...,, „Lengvai pasiekiami automobiliu / autobusu iš miesto...,, „ Kripta ir Colonia Guell kaimas yra už 25 minučių kelio traukiniu nuo Barcelonos „Espanya“ aikštės...,,
		Rajono paminklų pasiekiamumas		<ul style="list-style-type: none"> „Mes taksi nuvažiavome....,, „Mes keliavome savarankiškai iš oro uosto, taksi viena kryptimi ir viešuoju transportu....,, „...kelionė traukiniu iš Estacion España. Ši pusės dienos kelionė suteikia galimybę išlipti iš Barcelonos centro į pakraštį...,,
	Estetinis	Architektūrinis		<ul style="list-style-type: none"> „...skeleto pavidalo atraminėmis kolonomis, gamtos įkvėptais vitražais ir jo katalonų modernizmo interjerais...,, „...tai suteikė mums galimybę pamatyti simboliką, kuri jis naudoja savo dizainuose....,, „Užuot naudojant atramas ar atramines sienas, konstrukcija remiasi pasvirusių kolonų ir kontaktinių arkų deriniu. Bažnyčios viduje keturios pagrindinės laikančiosios kolonos yra pagamintos iš bazalto ir pasvirusios į vidų dideliu kampu. Mūrinės lubos yra ypač gražios, kaip ir vitražiniai langai....,,
		Statinių patrauklumas		<ul style="list-style-type: none"> „Jo pilnas dizainas niekada nebuvo realizuotas, tačiau tai, kas ten yra, yra nuostabu...,, „Mane sužavėjo atidaryti stikliniai langai, vaizduojantys „baterfly“ vėliavas...,, „Gaudi kripta yra labai graži maža Gaudi sukurta bažnyčia. <...> Daug įdomių detalių...,, „...Gaudi architektūra yra labai įspūdinga...,,
	Psichologinis	Bendroji atmosfera		<ul style="list-style-type: none"> „Vaikščioti gatvėmis yra pakankamai malonu...,, „Garso vadovas yra būtinas labai įdomiai ir informatyviai kelionei...,, „...personalas buvo labai draugiškas....,,
		Komfortiškumas		<ul style="list-style-type: none"> „Garso vadovas yra gana informatyvus, nes jis veda aplink kiekvieną dominančią vietą su daugybe istorijos ir pagrindinės informacijos...,, „Čia daug daugiau erdvės sau, nei lankant kitus objektus...,,

			<ul style="list-style-type: none"> „Jaučiausi laisviau būdama po atviru dangumi....“
--	--	--	---

8 lent. A. Gaudi Visenso namo turistinę patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš surinktų atsiliepimų internete

TURISTINIS VIETOVĖS PATRAUKLUMAS	Kriterijai	Rodikliai	Patvirtinantys teiginiai iš atsiliepimų internete
	Ekologinis	Želdynai	<ul style="list-style-type: none"> „Šis namas kažkada buvo didžiulių sodų viduryje, o vartai, kertantys garsųjį Gaudi parką „Guell“, iš pradžių buvo šio turto sodo vartai. Deja, viskas, kas liko dabar, yra namas, nepriekaištingai sėdintis šalia modernių daugiabučių namų....“ „...lankytojai gali pasidžiaugti sodo sujungimo idėja už namo....“
		Užterštumas	(teiginių šią tema nėra)
	Dislokacinis	Rajono paminklų artumas	<ul style="list-style-type: none"> „Neprisimenu, kad pėsčiomis buvome labai toli nuo turistų lankomų vietovių....“
		Rajono paminklų pasiekiamumas	<ul style="list-style-type: none"> „Nesukniai pasiekėme šį objektą nuo Casa Batillo...“
	Estetinis	Architektūrinis	<ul style="list-style-type: none"> „Magiškas pastatas - gyvybingų spalvų namas, dekoruotas keraminėmis plytelėmis, su daugybe nuostabių detalių. Tarp kitų namų sukuria pasakos įspūdį...“ „Renovacija padaryta gražiai...“ Architektūros stilius labai skiriasi nuo kitų Gaudi pastatų (mažiau art nouveau ir daugiau maurų).Fasadai pilni detalių (skulptūros, keramikos dirbiniai, geležies dirbiniai ir kt.)...“ „Interjeras yra toks futuristiškas, bet kartu ir senas...“
		Statinių patrauklumas	<ul style="list-style-type: none"> „Namas yra tiesiog gražus, o istorija aplink jį buvo labai įdomi...“ „Įėjimas į pirmąjį Gaudi namą yra magiška patirtis, dėl nuostabių spalvų ir botanikos stilių nuostabiame Barselonos mieste jis tampa modernizmo brangakmeniu...“ „Pirmasis Gaudo šedevras yra nepaprastas, todėl skiriasi nuo visų kitų Gaudžio namų. Mes labai rekomenduojame aplankyti...“ „Stulbinantis namas...“
	Psichologinis	Bendroji atmosfera	<ul style="list-style-type: none"> „Žmonių buvo nedaug, mes iš arti apžvelgėme Gaudi darbą, personalas buvo draugiškas ir išmanantis, technologijos ir eksponatai buvo labai modernūs ir lengvai naudojami....“ „Muziejaus parduotuvė jautėsi labai jaukiai ir šiuolaikiškai, be to, labai gerai atrodė ir kavinė...“ „Draugiškas personalas...“
		Komfortiškumas	<ul style="list-style-type: none"> „Aš galėjau pamatyti viską išsamiai, kiekvieną akimirką nesijaučiau turistų švilpaujama, kaip tai nutinka kitose Gaudi vietose...“

			<ul style="list-style-type: none"> • „Gražus namas, jame buvo gerai organizuotas apsilankymas ...,, • „Mūsų gidas buvo puikus, todėl kelionėje buvo labai verta pamatyti pirmąjį Gaudi kūrinį.,,
--	--	--	--

9 lent. A. Gaudi Kalveto namo turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš surinktų atsiliepimų internete

TURISTINIS VIETOVĖS PATRAUKLUMAS	Kriterijai	Rodikliai	Patvirtinantys teiginiai iš atsiliepimų internete
	Ekologinis	Želdynai	(teiginių šią tema nėra)
		Užterštumas	(teiginių šią tema nėra)
	Dislokacinis	Rajono paminklų artumas	(teiginių šią tema nėra)
		Rajono paminklų pasiekiamumas	(teiginių šią tema nėra)
	Estetinis	Architektūrinis	<ul style="list-style-type: none"> • „Kai kurie žmonės mano, kad tai pats konservatyviausias jo darbas. Tačiau jame taip pat yra ryškiai modernistinių elementų.,, • „Pastato ornamentika yra klasikinis Gaudí. Jis turi išsipūčiusius ir išlenktus balkonus. Fasadas, kuris baigiasi kreivėmis, ir palėpės balkonai, kurie atrodo kaip kažkas iš pasakos. Architektūra žavi. Labai unikali ir verta aplankyti. Graži.,,
		Statinių patrauklumas	<ul style="list-style-type: none"> • „Čia greitai sustojote, kad pasigrožėtumėte šiuo ypatingu pastatu. Tai labai unikalu ir verta sustoti.,, • „...bet architektūra - 5 žvaigždutės! :),, • „Bet kuriuo atveju su vyru vaikščiojome po apylinkes fotografuoti architektūros. Tai nuostabu asmeniškai, dizainas, mastelis, medžiagos.,,
	Psichologinis	Bendroji atmosfera	<ul style="list-style-type: none"> • „Mes ėjome pietauti. Aptarnavimas ir maistas buvo nuostabūs. Istorinė šio restorano reikšmė buvo mūsų kelionės į Barseloną papildymas.,,
		Komfortiškumas	<ul style="list-style-type: none"> • „Labai blogai skaičiau, kad jie užsidarė. Boo Hoo! Šis buvęs restoranas buvo fantastiškame pastate, kurį norėjome aplankyti. Restorano dabar nėra.,, • „...kai aš apsilankau svetainėje norėdamas pamatyti meniu ir sužinojau, kad jis uždarytas nuo 2018-02-28.,,

10 lent. A. Gaudi Batiljo namo turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš surinktų atsiliepimų internete

TURISTINIS VIETOVĖS PATRAUKLUMAS	Kriterijai	Rodikliai	Patvirtinantys teiginiai iš atsiliepimų internete	
	Ekologinis	Želdynai		<ul style="list-style-type: none"> „Bet šaunu pamatyti šį meno kūrinį judrių prekybos alėjų viduryje.,, „...palmės šaligatvyje...,,
		Užterštumas		(teiginių šią temą nėra)
	Dislokacinis	Rajono paminklų artumas		<ul style="list-style-type: none"> „Gyvenau visai šalia jo ir kasdien kelis kartus praėjau pro šalį. Labai daug žmonių laukė įėjimo į vidų. Aš esu patenkintas vaizdu į jį.,, „...ji yra miesto centre. Aš ten tikrai gerai praleidau laiką. Patogu nuvykti tramvajumi ir metro autobusu. „...galima sakyti, kad viskas „po ranka,...,,
		Rajono paminklų pasiekiamumas		<ul style="list-style-type: none"> „...ji yra miesto centre. Aš ten tikrai gerai praleidau laiką. Patogu nuvykti tramvajumi ir metro autobusu.,, „...diskomforto pasiekti šį pastatą nėra.,,
	Estetinis	Architektūrinis		<ul style="list-style-type: none"> „„Casa Battlo“ yra tikrai vienas iš Gaudi Katalonijos Art Nouveaux šedevrų. Jo organinis stilius buvo įkvėptas gamtos ir yra visiškai stebuklingas.,, „Gražios, medaus spalvos, art deco stiliaus raižytos durys (su viršutinėmis vitražų spalvomis mėlynos, žalios, geltonos ir rožinės violetinės spalvos) vedė į svetainę, o tada į pagrindinę svetainę, nukreiptą į gatvę. Jame buvo išplatėjęs trijų langų langų rinkinys su įmantriais raižytais rėmais ir nuostabiu daugiaspalviu stiklu.,, „ Vitražas ir bendras dizainas yra tiesiog nuostabus!.,,
		Statinių patrauklumas		<ul style="list-style-type: none"> „Tai buvo nuostabi kelionė! Labiausiai neįprasta vieta, kurią tikrai verta aplankyti.,, „Šis Antoni Gaudi pastatytas namas yra nuostabi architektūros detalė. Kiekvieną sezoną namas keičiasi spalvomis. Kartais su gėlėmis ir kartais su spalvingomis lemputėmis. Labai rekomenduojame visiems pamatyti šį namą, kai esate Barselonoje!.,, „Tai buvo atrakcija, kurios labiausiai laukiau Barselonoje, ir tai nenuvylė. Architektūra buvo stulbinanti.,,
	Psichologinis	Bendroji atmosfera		<ul style="list-style-type: none"> „...šiuo metų laiku apsilankė nedaug žmonių, bet vis tiek prireikė laiko, kad būtų aiškios nuotraukos.,, „Saugokitės vietinio metro „Passeig de Gracia“, nes atrodo, kad tai kišenvagystės taškas.,, „...laimei namas nebuvo perpildytas.,,
		Komfortiškumas		<ul style="list-style-type: none"> „Buvo malonu turėti garso gidą, kuris padėtų paaiškinti viską, ką matėme.,,

			<ul style="list-style-type: none"> • „Jei joje apsilankysite, įsigysite įrenginį su ausinėmis - mėgaukitės kelione! Garso gidas buvo su padidinta realybe....,, • „Lengvas įėjimas, gavutas garso / vaizdo vadovas, kuris buvo tikrai informatyvus.,, • „Sumokėjome už sidabrinį bilietą, kad suteiktų teisę apsilankyti privačioje salėje. Mums taip pat buvo duoti nemokami maži buteliai vandens.,,
--	--	--	---

11 lent. A. Gaudi Guelio parko turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš surinktų atsiliepimų internete

TURISTINIS VIETOVĖS PATRAUKLUMAS	Kriterijai	Rodikliai	Patvirtinantys teiginiai iš atsiliepimų internete
	Ekologinis	Želdynai	<ul style="list-style-type: none"> • „...gerai prižiūrimas....,, • „Laisvieji plotai turi gražius sodus, takus,....,, • „Įvairiausių rūšių augalų ir medžių....,,
		Užterštumas	<ul style="list-style-type: none"> • „Labai visur švaru ir gražu.,, • „...pušyno oras....,, • „Norintiems ramios ir tylios vietos, čia galima pasislėpti....,,
	Dislokacinis	Rajono paminklų artumas	<ul style="list-style-type: none"> • „Pėsčiomis nuo Sagrada famillia <...> užtruks apie 45 minutes.,,
		Rajono paminklų pasiekiamumas	<ul style="list-style-type: none"> • „...važiuojame „HopOnHopOff“ autobusu iki „Parc Güell“ stotelės, naudodamiesi „Google Maps“ radome kelią iki parko įėjimo (apie 10 minučių pėsčiomis)....,, • „Bilietus rezervavome iš anksto ir į bilieto kainą įeina nemokamas maršrutinis autobusas iš Alfons X stoties į parką (ir atgal).,, • „Deja, pasiekiamumas yra ribotas....,,
	Estetinis	Architektūrinis	<ul style="list-style-type: none"> • „Güell“ parkas yra ne tik įprastas viešas parkas, bet ir Pasaulio paveldo objektas.,, • „Šiame parke yra taip pat statinių su jam būdinga architektūra.,, • „Gaudi monumentali zona yra būtina atrakcija. Nuostabi architektūra.,,
		Statinių patrauklumas	<ul style="list-style-type: none"> • „Darbas, kurį atliko Gaudi, yra pribloškiantis ir nuostabus.,, • „Nuostabi vieta aplankyti ir mėgautis Gaudi darbais!,, • „Gaudžio vaizduotė buvo neįtikėtina, o darbas - nė kiek neprilygstamas. Puikus vaizdas į miestą taip pat!,,
	Psichologinis	Bendroji atmosfera	<ul style="list-style-type: none"> • „Neaišku, ir mes daug kartų turėjome klausti parko darbuotojų. Kiekvieną kartą gaudavome skirtingą atsakymą.,, • „Puikus parkas su nuostabiais vaizdais ir garsais - taip pat laukinės papūgos.,,

		<ul style="list-style-type: none"> „Per daug pardavėjų, pardavinėjančių mažus niekučius, tačiau tarp jų buvo ir keli tikri menininkai.,, „...ypač jei turite vaikų, kad jie galėtų džiaugtis bėgiodami, vydami balandžius, maitindami mažas žalias papūgas ir tiesiog linksmindamiesi.,,
	Komfortiškumas	<ul style="list-style-type: none"> „...būkite pasirengę mankštintis, yra daugybė laiptų ir rampų.,, „...tai puiki vieta sėdėti ar pasivaikščioti.,, „Malonu ateiti ryte, kai mažiau žmonių...,, „Nors didžiąją parko dalį galima aplankyti nemokamai, čia yra skyrius „Mokėk už apsilankymą“ (10 EUR mokestis), kuris padės jį atkurti.,,

12 lent. A. Gaudi Guelio rūmų turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš surinktų atsiliepimų internete

TURISTINIS VIETOVĖS PATRAUKLUMAS	Kriterijai	Rodikliai	Patvirtinantys teiginiai iš atsiliepimų internete
	Ekologinis		Želdynai
		Užterštumas	(teiginių šių tema nėra)
Dislokacinis		Rajono paminklų artumas	<ul style="list-style-type: none"> „Jei pasivaikščiojate La Rambla, ženkite vieną žingsnį nuo kelio ir apsilankykite šioje vietoje - nesigailėsite.,, „Visai čia pat centro.,,
		Rajono paminklų pasiekiamumas	<ul style="list-style-type: none"> „Jei pasivaikščiojate La Rambla, ženkite vieną žingsnį nuo kelio ir apsilankykite šioje vietoje - nesigailėsite.,, „Greitai aplankėme „Guell“ rūmus tik eidami prospektu.,,
Estetinis		Architektūrinis	<ul style="list-style-type: none"> „Neįtikėtinas medžio, geležies ir plytų dirbinių meistriskumas.,, „Šis namas yra puikus įvadas į Gaudi kūrybą. Puikus medžio, metalo dirbinių ir mozaikų derinys.,, „...gražūs, tačiau praktiški Gaudi dizainai.,,
		Statinių patrauklumas	<ul style="list-style-type: none"> „Autentiška ir stebuklinga vieta, kupina kūrybiškumo, tad bet kuris turistai, kuris atvyks aplankyti, bus nustebintas.,, „Mes aplankėme daugybę pilių visoje Europoje, tačiau tai buvo pats įspūdingiausias namas, kuriame aš kada nors buvau (bent jau iki kito Gaudi namo, kurį aplankėme),, „Man padarė įspūdį, kaip viskas buvo funkcionalu, tačiau taip puošnu, neįtikėtinais atkreipiant dėmesį į detales. Man labai patiko centrinis kambarys su koplyčia, taip pat arklidės ir stogas.,,
Psichologinis		Bendroji atmosfera	<ul style="list-style-type: none"> „Jis yra tarsi tamsus ir ne toks spalvingas, bet vis tiek puikus, turėdamas tiek daug unikalių

			palietimų, tiek didelių, tiek mažų, kad visada įdomu.,,
		Komfortiškumas	<ul style="list-style-type: none"> • „Ekskursijos su gidu taip pat yra prieinamos tam tikru metu be papildomų mokesčių., • „Geriausia, kad nebuvo minios ir nebuvo eilės patekti, nors namas yra vos pėsčiomis nuo La Rambla., • „Güell Tapas, esantis priešingoje kelio pusėje, yra puikus priešpiečiams po turo....,,

13 lent. A. Gaudi Milos namo turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš surinktų atsiliepimų internete

TURISTINIS VIETOVĖS PATRAUKLUMAS	Kriterijai	Rodikliai	Patvirtinantys teiginiai iš atsiliepimų internete
	Ekologinis	Želdynai	(teiginių šią tema nėra)
		Užterštumas	(teiginių šią tema nėra)
	Dislokacinis	Rajono paminklų artumas	<ul style="list-style-type: none"> • „Ji taip pat yra labai arti „Casa Batlló“., • „Tai yra visai šalia gatvės, nuo kito stulbinančio pastato., • „Žinoma, pastatas nėra visai šalia „Familia Sagrada“, tačiau jį pamatyti dar verta.,
		Rajono paminklų pasiekiamumas	<ul style="list-style-type: none"> • „,... ėjome pėsčiomis ir lengvai pasiekėme....,, • „,...tik metro, tiek autobusu, tiek....,, • „Strategiškai patogiai vieta.,
	Estetinis	Architektūrinis	<ul style="list-style-type: none"> • „Spalvos ir natūralios, apvalios formos puošia pastato vidų ir kiemus. Nusileidimo nuo stogo pradžioje interjeras primena banginio pilvą., • „UNESCO pastatą 1984 m. Paskelbė Pasaulio paveldo objektu kaip pirmąjį XX amžiaus pastatą. Manau, kad tai daug ką pasako., • „Banguota architektūra ir dizainas buvo stulbinantys, o man svarbiausia buvo palėpė, kurioje buvo parodyta, kaip atrodė didžiojo gyvūno skeleto liekanos.,
		Statinių patrauklumas	<ul style="list-style-type: none"> • „Tai labai gražus namas, kurį verta pamatyti....,, • „Intriguojanti vieta su įspūdinga istorija. Brangus, bet įsimintinas., • „Įspūdinga vieta, atsiminsiu dar vaizdą ilgam.,
	Psichologinis	Bendroji atmosfera	<ul style="list-style-type: none"> • „Čia taip pat yra ilgos eilės žmonių, kaip ir dauguma kitų lankytinų vietų, o laukti nėra smagu., • „Neabejotinai jaučiama Gaudi kūrybos atmosfera....,, • „,...man sukėlė pakylėtas emocijas....,,
		Komfortiškumas	<ul style="list-style-type: none"> • „Grūdomės su kitais lankytojais....,, • „Aiškus bilietų įsigijimo procesas....,,

Remiantis 1.6 skyriuje pateikta metodine 3 lentele, toliau vertiname balais A. Gaudi objektų turistinį patrauklumą iš surinktų atsiliepimų internete vadovaujantis 5-13 lentelėmis bei 3-20 priedais.

Vertinimas atliekamas nuo 0 iki 10 balų skalėje, o balo skaičius nustatomas pagal atitinkamo rodiklio atsiliepimų dažnį. Atsiliepimų dažnio ir taikomas balas nustatytas autoriaus nuožiūra, vadovaujantis šiais intervalais:

- | | |
|---|---|
| 0 balų – kai atsiliepimų šia tema nerasta | 5 b. – kai atsiliep. šia tema rasta nuo 81-100 |
| 1 b. – kai atsiliepimų šia tema rasta nuo 1-10 | 6 b. – kai atsiliep. šia tema rasta nuo 101-120 |
| 2 b. – kai atsiliepimų šia tema rasta nuo 11-30 | 7 b. – kai atsiliep. šia tema rasta nuo 121-140 |
| 3 b.– kai atsiliepimų šia tema rasta nuo 31-60 | 8 b. – kai atsiliep. šia tema rasta nuo 141-160 |
| 4 b. – kai atsiliepimų šia tema rasta nuo 61-80 | 9 b. – kai atsiliep. šia tema rasta nuo 161-180 |
| | 10 b. – kai atsiliep. šia tema rasta < 181 |

14 lent. A. Gaudi architektūros objektų Barcelonoje patrauklumo vertinimas balais

Kriterijai	Rodikliai	Požymiai	0-2 balas	3-7 balai	8-10 balai	Įvertinimas balais
Ekologinis	Želdynai	Želdynų gausa, Supanti paminklus	Nepakankama gausa	Vidutinė gausa	Didelė gausa	1. 4 2. 7 3. 8 4. 2 5. 0 6. 1 7. 10 8. 0 9. 0
	Užterštumas	Šiukšlių gausa	Didelė gausa	Vidutinė gausa	Maža gausa	1. 7 2. 8 3. 8 4. 0 5. 0 6. 0 7. 10 8. 0 9. 0
Dislokacinis	Rajono paminklų artumas	Atstumas pagal nuotolį (nuo rajono centro ir vienas kito atžvilgiu)	Toli	Vidutinis nutolimas	Arti	1. 6 2. 2 3. 3 4. 5 5. 0 6. 5 7. 3 8. 10 9. 5
	Rajono paminklų pasiekiamumas	Laiko atžvilgiu (nuo rajono centro ir nuo vienas kito)	Ilgas laiko tarpas	Vidutinis	Trumpas laiko tarpas	1. 7 2. 1 3. 2 4. 7 5. 0 6. 7 7. 2 8. 9 9. 7
Estetinis	Architektūrinis	Paminklų, statinių ansambliškumas	Mažas	Vidutinis	Didelis	1. 10 2. 7 3. 8 4. 7 5. 3 6. 9

						7.9 8.6 9.8
	Statinių patrauklumas	Akimi matomų formų patrauklumas	Mažas	Vidutinis	Didelis	1.10 2.7 3.9 4.9 5.3 6.8 7.9 8.8 9.9
Psichologinis	Bendroji atmosfera	Daromas poveikis emocijoms	Neigiamas	Neutralus	Teigiamas	1.10 2.7 3.8 4.8 5.4 6.6 7.10 8.6 9.6
	Komfortiškumas	Galimybė pailsėti (pastate ar šalia paminklų)	Maža	Vidutinė	Didelė	1.9 2.7 3.9 4.6 5.2 6.8 7.9 8.7 9.7
					Balų suma	Σ 1.63 Σ 2.46 Σ 3.55 Σ 4.44 Σ 5.12 Σ 6.44 Σ 7.62 Σ 8.46 Σ 9.42

Žvelgiant į gautų balų sumas, matyti, kad susumavus visus rodiklius, didžiausio turistinio patrauklumo sulaukė Šv. Šeimynos bažnyčia (63 balai), o vos mažesni skaičių surinko Guelio parkas (62 balai). Mažiausią turistinio patrauklumo balą surinko Kalveto namas (12 balų). Skaičiuojant, kuris rodiklis buvo svarbiausias turistiniam patrauklumui, didžiausią balų sumą surinko statinių patrauklumo rodiklis (72 balai), vėliau seka architektūros rodiklis (67 balai), atmosferos ir komforto rodikliai atitinkamai surinko 65 ir 64 balus, o mažiausią balų skaičių turintis rodiklis yra užterštumas, surinkęs vos 24 balus. Galime, teigti, kad identifikuojant A. Gaudi architektūros objektų turistinį patrauklumą svarbiausi yra estetiški ir psichologiniai kriterijai, o mažiausią įtaką turistams turintys kriterijai- dislokacinis ir ekologinis. Vadovaujantis šiais gautais rezultatais galima patvirtinti, kad iškeltas pagrindinis ginamas teiginys remiantis turistų atsiliepimais yra teisingas.

2.3. Antoni Gaudi architektūros objektų Barselonoje turistinio patrauklumo vertinimas interviu duomenimis

Išsamiam empiriniam tyrimui atlikti buvo apklausti 6 ekspertai. Ekspertų interviu anketa pateikta 2 priede. Visi ekspertai interviu metu pažymėjo, kad duomenys nebūtų anonimiški, tad interviu pokalbio įrašai išversti į tekstą yra pateikiami šio darbo prieduose. Pagal pirmo priedo objektų sąrašo eiliškumą toliau vertinsime turistinį patrauklumą pagal ekspertų interviu atsakymus:

15 lent. A. Gaudi Šv. Šeimynos bažnyčios turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu

TURISTINIS VIETOVĖS PATRAUKLUMAS	Kriterijai	Rodikliai	Patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu atsakymų	
	Ekologinis	Želdynai		<ul style="list-style-type: none"> „Šalia esantis nedidelis miesto parkelis....,, „Nors ir apsupta kitų pastatų, tačiau čia taip pat augmenija egzistuoja šaligatviuose ar netoliese esančiame parke.,,
		Užterštumas		<ul style="list-style-type: none"> „Išskirtinis užterštumas šiukšlėmis aplink objektą nepastebimas....,,
	Dislokacinis	Rajono paminklų artumas		<ul style="list-style-type: none"> „Sąlyginai netoli nuo kitų lankomų objektų....,, „Nors ir nutolęs nuo centro, tačiau nėra tolimas taškas....,,
		Rajono paminklų pasiekiamumas		<ul style="list-style-type: none"> „Pakankamai patogioje turistams vietoje....,, „...paprastai rasti ir pasiekti problemų šį objektą nėra.,,
	Estetinis	Architektūrinis		<ul style="list-style-type: none"> „Išskirtinė A. Gaudi architektūra projektuojant Šv. Šeimynos bažnyčią....,, „...smulkmenišką fasado detalės....,, „...didybė ir mastelis....,,
		Statinių patrauklumas		<ul style="list-style-type: none"> „Neabejotinai labiausiai akį traukiantis objektas, matomas iš toli....,, „...visus mūsų turistus žavintis ir kerintis jos grožis....,, „...vis dar nebaigtos statybos ir statybinių kranų vaizdai....,,
	Psichologinis	Bendroji atmosfera		<ul style="list-style-type: none"> „...priverčiantis daugelį nustepti....,, „Kur tik pažiūrėsi, čia visi fotografuojasi....,, „Vagys šią vietą mėgsta dėl didelio turistų susibūrimo ir šurmilio vienoje vietoje.,,
		Komfortiškumas		<ul style="list-style-type: none"> „Suoliukai bažnyčios viduje....,, „Daugybė barų, parduotuvių, kavinių ir restoranų esančių visai šalia objekto....,,

16 lent. A. Gaudi Figuro dvaro turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu

TURISTINIS VIETOVĖS PATRAUKLUMAS	Kriterijai	Rodikliai	Patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu atsakymų	
	Ekologinis	Želdynai		<ul style="list-style-type: none"> „Gamtos čia randama daugiau, nei mieste..“ „...daugiau žalumos...“
		Užterštumas		<ul style="list-style-type: none"> „Gaivus oras...“
	Dislokacinis	Rajono paminklų artumas		<ul style="list-style-type: none"> „Tai vienas tolimiausių objektų, lyginant su kitais A.Gaudi objektais Barselonoje...“ „...daugeliui turistų tai sukelia nepatogumų, tad šią lankytiną vietą jie aplenkia..“
		Rajono paminklų pasiekiamumas		<ul style="list-style-type: none"> „...keliautojams savarankiškai sunkiau pasiekiamas...“ „Turistai turėtų pasidomėti kokiais maršrutais gali jį pasiekti..“
	Estetinis	Architektūrinis		<ul style="list-style-type: none"> „...išlaikyta autentiška architektūra..“ „A.Gaudi architektūros stiliaus išlaikymas...“
		Statinių patrauklumas		<ul style="list-style-type: none"> „...neabejotinai žavimasi...“ „Apsilankius šį pastatą, turistai lieka patenkinti...“
	Psichologinis	Bendroji atmosfera		<ul style="list-style-type: none"> „Čia daug ramiau, nei kitose lankytinose vietose...“
		Komfortiškumas		<ul style="list-style-type: none"> „...komfortiška, nes žmogus turi daugiau erdvės aplink save...“ „...žemesnės įėjimo kainos...“

17 lent. A. Gaudi Guelio kolonijos kryptos turistinį patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu

TURISTINIS VIETOVĖS PATRAUKLUMAS	Kriterijai	Rodikliai	Patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu atsakymų	
	Ekologinis	Želdynai		<ul style="list-style-type: none"> „Šis objektas- mini parkas...“ „...prižiūrėta augalija...“
		Užterštumas		<ul style="list-style-type: none"> „...palaikoma tvarka ir švara...“
	Dislokacinis	Rajono paminklų artumas		<ul style="list-style-type: none"> „Kaip ir Figuro dvaras, Guelio krypta randasi toliau nuo Barselonos centro..“ „...reikalingas didesnis laisvo laiko rezervas norint aplankyti...“
		Rajono paminklų pasiekiamumas		<ul style="list-style-type: none"> „...reikalingas atskiras papildomas pasidomėjimas, kaip reikės nuvykti...“
	Estetinis	Architektūrinis		<ul style="list-style-type: none"> „...parko ir pastatų derinys...“ „Modernistinė, nedidelė bažnyčia...“
		Statinių patrauklumas		<ul style="list-style-type: none"> „Lankytojams patinka vaizdai...“

			<ul style="list-style-type: none"> „Nesigaili laiko, kurį skyrė čia atvykti ir lieka nustebinti...,,
	Psichologinis	Bendroji atmosfera	<ul style="list-style-type: none"> „Žmonės čia ilsisi ir susipažįsta su istorija.,,
		Komfortiškumas	<ul style="list-style-type: none"> „...daug vietų prisėsti ant suoločių...,, „...kiti čia pasitiesia pledą ir guli ant žolės.,,

18 lent. A. Gaudi Visenso namo turistinę patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu

TURISTINIS VIETOVĖS PATRAUKLUMAS	Kriterijai	Rodikliai	Patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu atsakymų
	Ekologinis	Želdynai	(teiginių šią tema nėra)
		Užterštumas	(teiginių šią tema nėra)
	Dislokacinis	Rajono paminklų artumas	<ul style="list-style-type: none"> „Vesdami keliautojus į Guelio parką, aplankome ir Visenso namus, nes tai pakeliui.,,
		Rajono paminklų pasiekiamumas	<ul style="list-style-type: none"> „Šiek tiek sunkiau pasiekti nei kai kuriuos kitus Gaudi kūrinis, tačiau vis tiek verta.,, „...jis yra Gracia rajone, Barselonoje (siauros gatvelės, daug restoranų ir naktinis gyvenimas ...)....,,
	Estetinis	Architektūrinis	<ul style="list-style-type: none"> „Interjeras, mano manymu, palyginti su kitais „Gaudi“ namais yra gana nuviliantis, o didžioji namo dalis buvo paversta muziejumi, todėl prarado originalią architektūrą.,,
		Statinių patrauklumas	<ul style="list-style-type: none"> „...UNESCO pasaulio paveldo sąraše. Tikrai verta aplankyti, gerai organizuotas ir Gaudi darbas čia yra nuostabus, kaip visur kitur.,,
	Psichologinis	Bendroji atmosfera	<ul style="list-style-type: none"> „Be to, jis nėra toks užimtas kaip kiti pastatai...,, „Gidai čia yra tikrai malonūs ir teikia daug informacijos.,,
		Komfortiškumas	<ul style="list-style-type: none"> „...visada, kai jautėmės šiek tiek pasimetę, jie padėjo.,, (vietinis personalas)

19 lent. A. Gaudi Kalveto namo turistinę patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu

TURISTINIS VIETOVĖS PATRAUKLUMAS	Kriterijai	Rodikliai	Patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu atsakymų
	Ekologinis	Želdynai	(teiginių šią tema nėra)
		Užterštumas	(teiginių šią tema nėra)
	Dislokacinis	Rajono paminklų artumas	<ul style="list-style-type: none"> „Šalia kitų lankomiausių Barselonos vietų...,, „Dažniausiai keliautojai patys nuklysta iki jo būvimo vietos.,,
		Rajono paminklų pasiekiamumas	<ul style="list-style-type: none"> „Pasiekti šį objektą tikrai nesudėtinga.,,
	Estetinis	Architektūrinis	<ul style="list-style-type: none"> „Gražios, smulkios fasadinės detalės...,, „Pagrindiniame fasade langų eilės...,,
		Statinių	<ul style="list-style-type: none"> „Nėra pasižymintis išskirtiniu susidomėjimu.,,

		patrauklumas	<ul style="list-style-type: none"> „Čia nedaroma daug nuotraukų su fotoaparatais...,,
	Psichologinis	Bendroji atmosfera	(teiginių šią tema nėra)
		Komfortiškumas	(teiginių šią tema nėra)

20 lent. A. Gaudi Batiljo namo turistinę patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu

TURISTINIS VIETOVĖS PATRAUKLUMAS	Kriterijai	Rodikliai	Patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu atsakymų
	Ekologinis	Želdynai	(teiginių šią tema nėra)
		Užterštumas	(teiginių šią tema nėra)
	Dislokacinis	Rajono paminklų artumas	<ul style="list-style-type: none"> „Aplankius Batiljo namą, po to dažniausiai keliaujame link Sagrada Familia...,,
		Rajono paminklų pasiekiamumas	<ul style="list-style-type: none"> „Nesunkiai pasiekiamas pėsčiomis...,, „Lengva nuvykti...,,
	Estetinis	Architektūrinis	<ul style="list-style-type: none"> „...milžiniškos lenktos, banguotos, povandeninės formos...,,
		Statinių patrauklumas	<ul style="list-style-type: none"> „...spalvingas ir įdomių formų...,, „Architektūra, kambariai ir centrinis oro cirkuliacijos velenas, medžio dirbiniai ir stiklas nuo sodo terasos iki stogo yra nuostabūs...,,
	Psichologinis	Bendroji atmosfera	<ul style="list-style-type: none"> „Kai kurie žmonės teigė, kad tai buvo gražu, tačiau nevertas tokios įėjimo kainos...,,
		Komfortiškumas	<ul style="list-style-type: none"> „Nėra lifto...,,

21 lent. A. Gaudi Guelio parko turistinę patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu

TURISTINIS VIETOVĖS PATRAUKLUMAS	Kriterijai	Rodikliai	Patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu atsakymų
	Ekologinis	Želdynai	<ul style="list-style-type: none"> „Gėlynai, kaktusai, medžiai, pavėsis nuo jų...,,
		Užterštumas	<ul style="list-style-type: none"> „...atitrūkti nuo miesto mašinų...,,
	Dislokacinis	Rajono paminklų artumas	<ul style="list-style-type: none"> „Atstumas nemažas, šis parkas pačiame miesto pakraštyje...,,
		Rajono paminklų pasiekiamumas	<ul style="list-style-type: none"> „Vienas lengvesnių būdų atvykti- metro...,, „...transportu tai užtrunka geras 30 min...,,
	Estetinis	Architektūrinis	<ul style="list-style-type: none"> „...asimetrija...,, „Augaliniai motyvai fasaduose...,,
		Statinių patrauklumas	<ul style="list-style-type: none"> „...gamtoje derantys pastatai...,,
	Psichologinis	Bendroji atmosfera	<ul style="list-style-type: none"> „...vaikštantys lėtu tempu...,,
		Komfortiškumas	<ul style="list-style-type: none"> „...daugybė vietų prisėsti...,, „...suoliukai, stalai, žaidimų aikštelės...,,

22 lent. A. Gaudi Guelio rūmų turistinę patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu

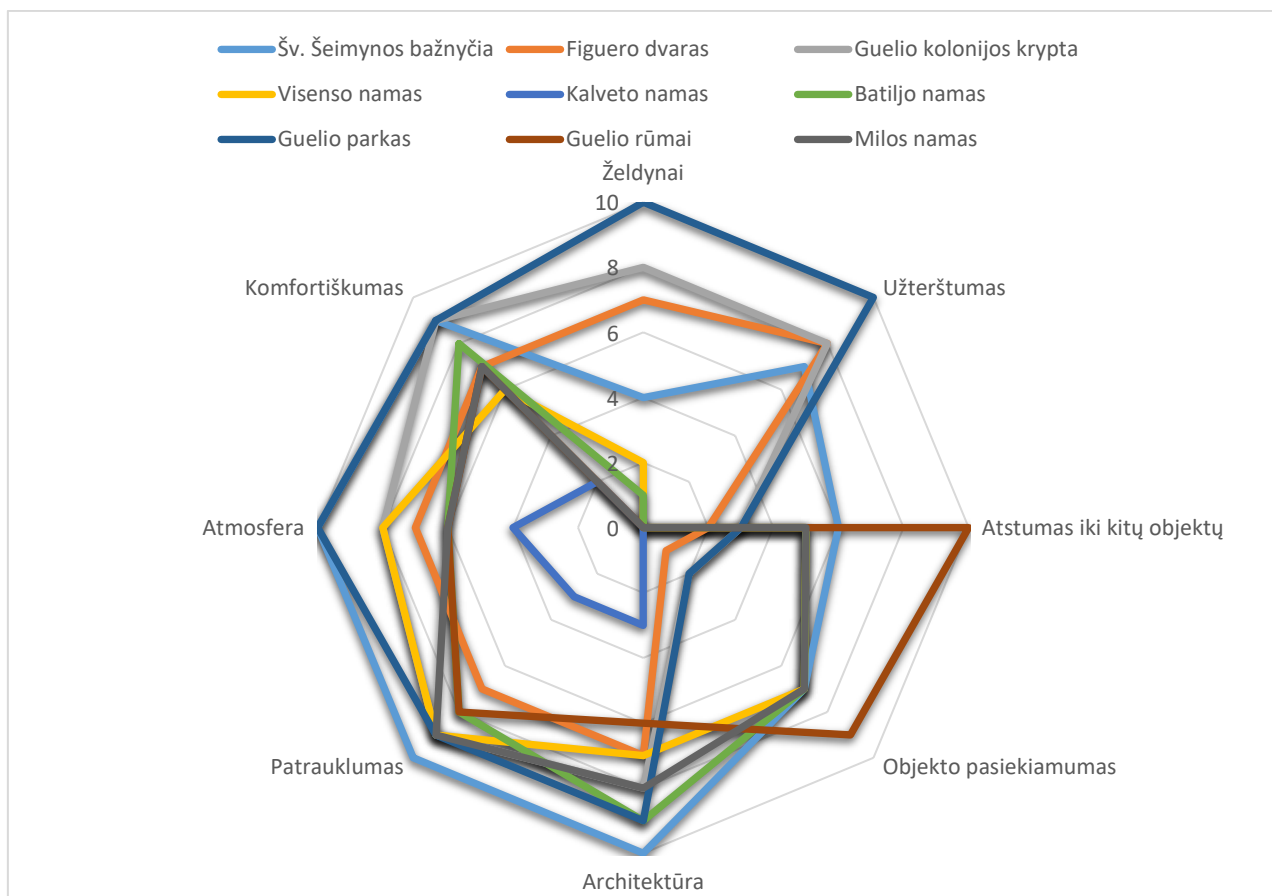
TURISTINIS VIETOVĖS PATRAUKLUMAS	Kriterijai	Rodikliai	Patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu atsakymų	
	Ekologinis	Želdynai		(teiginių šią tema nėra)
		Užterštumas		(teiginių šią tema nėra)
	Dislokacinis	Rajono paminklų artumas		<ul style="list-style-type: none"> „...kelios minutės kelio...,, „Šalia kitų žymiausių Barselonos vietų...,,
		Rajono paminklų pasiekiamumas		<ul style="list-style-type: none"> „Šalia pagrindinės miesto alėjos La Rambla...,,
	Estetinis	Architektūrinis		<ul style="list-style-type: none"> „...sąlyginai griežtesnių formų pastatas...,, „...masyvesnis ir mažiau kolorito...,,
		Statinių patrauklumas		<ul style="list-style-type: none"> „...dažniausiai apžiūrimas tik iš išorės...,, „Lankytojai įvertina puikiai...,,
	Psichologinis	Bendroji atmosfera		(teiginių šią tema nėra)
		Komfortiškumas		<ul style="list-style-type: none"> „Patogi vieta dėl visai čia pat esančių kavinių ir parduotuvių...,, „Nereikia daug nuklysti nuo savo žinomų takų...,,

23 lent. A. Gaudi Milos namo turistinę patrauklumą patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu

TURISTINIS VIETOVĖS PATRAUKLUMAS	Kriterijai	Rodikliai	Patvirtinantys teiginiai iš ekspertų interviu atsakymų	
	Ekologinis	Želdynai		(teiginių šią tema nėra)
		Užterštumas		(teiginių šią tema nėra)
	Dislokacinis	Rajono paminklų artumas		<ul style="list-style-type: none"> „...priešais Batiljo namų...,, „...daugelis per šią vietą praeis vienaip ar kitaip...,, „...eiant pakeliui link Sagrada...,,
		Rajono paminklų pasiekiamumas		<ul style="list-style-type: none"> „Nesunkiai pasiekiamas bet kuriuo transportu ar pėsčiomis...,, „...šalia esanti požeminė metro stotelė...,,
	Estetinis	Architektūrinis		<ul style="list-style-type: none"> „...modernistiniam stiliui būdingų banguotų formų...,, „...mažų langų gausa...,,
		Statinių patrauklumas		<ul style="list-style-type: none"> „...labai žavimasi...,, „...akį traukiantis, tad negalima nepastebėti einant pagrindine gatve...,,
	Psichologinis	Bendroji atmosfera		(teiginių šią tema nėra)
		Komfortiškumas		(teiginių šią tema nėra)

Atkreiptinas dėmesys į ekspertų pateiktus atsakymus interviu metu ir tuo pačiu metu lyginant juos su turistų pateiktais atsiliepimais internete, matome, kad pateikiami teiginiai vienas kitam antrina, tad šie ekspertų interviu duomenys tik dar labiau patvirtina prieš tai pateiktus lankytojų

internete teiginius. Pagal gautus įvertinimus balais iš pateiktų lankytojų atsiliepimų internete ir antrinant ekspertų atsakymams interviu metu- rezultatus atvaizduojame voratinklio tipo diagramoje:



11 pav. A. Gaudi architektūros objektų Barselonoje turistinis patrauklumas pagal lankytojų atsiliepimus internete ir ekspertų interviu apklausos duomenis
Sudaryta autoriaus

Iš 11 pav. galime teigti, kad A. Gaudi architektūros objektų Barselonoje, didžiausią turistinį patrauklumą surinko Šv. Šeimynos bažnyčia ir Guelio parkas, o ženkliai mažiausias turistinis patrauklumas priskiriamas Kalveto namui, nors tai yra to paties autoriaus darbas. Taip pat identifikuojant turistinio patrauklumo kriterijus- svarbiausi yra estetinis (rodikliai: architektūra ir patrauklumas) ir psichologinis kriterijai (rodikliai: atmosfera ir komfortiškumas), o mažiausią įtaką turistinį patrauklumą lemiantys kriterijai- dislokacinis (rodikliai: objekto pasiekiamumas ir atstumas iki kitų objektų) ir ekologinis (rodikliai: želdynai ir užterštumas). Bendrai žvelgiant į rezultatus, surinktus atsiliepimus ir ekspertų atsakymus - A. Gaudi architektūros objektai Barselonoje turi didelį turistinį patrauklumą, tad labiausiai dominuojančiais kriterijais, kategorijoms bei subkategorijomis remiantis būtų galima tai pritaikyti mažesnę turistinį patrauklumą turintiems objektams, jų turistinio patrauklumo didinimui.

IŠVADOS

Atlikta mokslinės literatūros, dokumentų (kultūros paveldo) bei statistinių duomenų analizė, leidžia teigti:

1. Ispanijai turizmas yra viena svarbiausių ekonomikos šakų. Barcelona yra lankomiausias turistų miestas Ispanijoje. Žvelgiant į statistinius rodiklius per pirmus aštuonis 2019 m. mėnesius Barcelona priėmė 8,1 milijono turistų, 2018 m. skaičius siekė 8,0 milijonus turistų. Šis miestas turistus traukia išskirtine savo kultūra, istorija ir kitokia kalba. Taip pat daugelį lankytojų traukia graži gamta bei šiltos klimato sąlygos. A. Gaudi laikomas vienu žymiausių architektų Ispanijoje, o jo suprojektuoti architektūros objektai didžiausią koncentraciją fiksuojami Barcelonos mieste. A. Gaudi architektūros objektų Barcelonoje yra 9: Barcelonos Šv. Šeimynos bažnyčia; Figueras dvaras; Guelio kolonijos krypta; Visenso namas; Kalveto namas; Batiljo namas; Guelio parkas; Guelio rūmai; Milos namas/ La Pedrera. Dėl jo išskirtinių ir fenomenalių kūrinių, susilaukiama didžiulio srauto turistų. Turistų pagrindinis tikslas aplankant šį miestą yra pamatyti visus šiuos kūrinius gyvai. A. Gaudi ir jo kūriniai dažnai minimi atsiliepimuose ir daugelyje kelionių agentūrų portaluose kaip „vizitinė miesto kortelė“. Šių objektų pagrindiniai turistinio patrauklumo aspektai atsispindi vizualiniame statinių patrauklume, išskirtinėje architektūroje bei teigiamoje bendroje atmosferoje, kuri jaučiama ir sukuriama esant šalia jų, ar lankantis šių objektų viduje.

2. Analizuojant architektūrinių objektų turistinio patrauklumo teorinius aspektus buvo remtasi Lietuvos mokslininkų pateikta moksline literatūra. Kultūrinė aplinka analizuota V. Paltanavičiūtės (2009). Turistinį patrauklumą, jo sąvoką mokslinėje literatūroje analizavo E. Baležentis ir B. Žuromskaitė (2012). Kultūros paveldo objektų turistinio patrauklumo vertinimas yra pateiktas G. Ivavičiūtės bei V. Gurskienės (2008) ir nustatyta vertinimo metodika, turistinio patrauklumo vertinimo kriterijai ir kategorijos. Išskirti vertinimo kriterijai: ekologinis, dislokacinis, estetinis, psichologinis. Išskirtos kategorijos: želdynai, užterštumas, objekto pasiekiamumas, atstumas iki objektų, atmosfera, komfortiškumas, architektūra, patrauklumas. Pagal šiuos kriterijus ir kategorijas, buvo atliktas empirinis tyrimas A. Gaudi architektūros objektų Barcelonoje turistiniam patrauklumui įvertinti ir identifikuoti, kurie kriterijai ir kategorijos turi didžiausią ir mažiausią įtaką.

3. Susumavus visų tiriamų A. Gaudi objektų lankytojų atsiliepimus, turinio analizei buvo surinkti 1273 atsiliepimai iš internetinės svetainės TripAdvisor. Sukurta ir išsaugota darbo autoriaus asmeniniame kompiuteryje surinktų atsiliepimų informacija – duomenų bazė apie A. Gaudi architektūros objektus Barcelonoje. Atsiliepimų bazę sudaro tekstiniai failai su ne daugiau nei 200 atsiliepimų vienam objektui, tačiau pateikta atsiliepimų informacija užfiksuota ir išsaugota ne senesnė

nei 2018 m. sausio mėn. Atliktas empirinis tyrimas parodė, kad iš pateiktų turistų atsiliepimų internete, A. Gaudi architektūros objektų Barselonoje didžiausią turistinį patrauklumą surinko Šv. Šeimynos bažnyčia ir Guelio parkas, o mažiausias turistinis patrauklumas priskiriamas Kalveto namui. Identifikuojant turistinio patrauklumo kriterijus – svarbiausi yra estetinis (rodikliai: architektūra ir patrauklumas) ir psichologinis kriterijai (rodikliai: atmosfera ir komfortiškumas), o mažiausią įtaką turistinį patrauklumą lemiantys kriterijai – dislokacinis (rodikliai: objekto pasiekiamumas ir atstumas iki kitų objektų) ir ekologinis (rodikliai: želdynai ir užterštumas). Pagrindinis ginamas teiginys, jog A. Gaudi architektūros objektų turistinio patrauklumo svarbiausias kriterijus yra estetinis statinių patrauklumas laikomas teisingu.

4. Atliktas pusiau struktūruotas interviu. Paimti interviu iš šešių ekspertų: 2 gidai, 2 turizmo vadybininkai ir 2 turizmo agentūros vadovai. Informacijos prisotinamumo principu šių šešių ekspertų apklausai pakako. Iš pateiktų atsakymų nustatyta išvada, jog visi ekspertai paantrino pateiktiems lankytojų atsiliepimų teiginiams. Dėl kiekvieno kriterijaus ir rodiklio nebuvo jokio prieštaravimo. Taip pat ekspertai suteikė papildomos naudingos informacijos tiriamai temai apie bendrą Barselonos turizmą, jų objektus, turistų užduodamus klausimus, lankomų objektų gido specifiką, Barselonos kultūrinio turizmo sektoriaus pasiekiamumą vartotojams internete.

PASIŪLYMAI

Atsižvelgiant į šio magistro darbo tyrimo rezultatus ir atlikto tyrimo išvadas, galima pateikti tokius pasiūlymus:

Adresatas: socialinių tyrimų institucijos ir aukštojo mokslo įstaigos.

- **Tolimesnei mokslinei diskusijai ir darbams:**
 - ❖ Ištirti A. Gaudi objektų turistinį patrauklumą už Barselonos miesto ribų ir palyginti gautus rezultatus.
 - ❖ Ištirti ir kitų populiarių lankytinų objektų (Barselonoje) turistinį patrauklumą ir palyginti gautus rezultatus.
 - ❖ Pagal gautus turistinio patrauklumo rezultatus ir gerąją praktiką, pabandyti pritaikyti tai X miesto lankytinų objektų turistinio patrauklumo didinimui.
 - ❖ Papildomai atsakyti į klausimus:
 1. Ar A. Gaudi architektūros objektų turistinis patrauklumas laikui bėgant mažės, ar didės? Kodėl?
 2. Ar identifikuojant A. Gaudi turistinį patrauklumą Barselonoje galima teigti, jog tyrimo rezultatai nesikeistų, jeigu būtų tiriama senesni lankytojų atsiliepimai internete, nei 2008 m.?

Ši tema dar nėra pilnai ištirta, todėl vadovaujantis šiais pasiūlymais, ją toliau būtų galima tirti ir plėtoti rekreacijos ir turizmo doktorantūros studijose.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. A.T. Silvai, A.P. Roders. Cultural heritage management and heritage (impact) assessments, 2012, p. 20
2. Ache P. Vision and creativity-challenge for city regions. *Futures*, Vol 32, Issue 5, June2000, p. 435-449.
3. Acioly C. Jr. Reviewing urban revitalisation strategies: from urban project to urban management approaches. *Geoforum*, Vol 32, Issue 4, November 2001, p. 509-520.
4. Ajuntament de Barcelona Direcció de Turisme. Barselonos strateginis turizmo planas 2016-2020 m., p. 5, 14-15, 116-118.
5. Anthony M. Tung. Preserving the World's Great Cities. The Destruction and Renevel of the Histotic Metropolis. New York: Three privers press, 2001, 469 p.
6. Ayuntamiento de Barcelona, 1981, *Anuarios Estadísticos de la ciudad de Barcelona* [Barcelona City Statistical Yearbooks], Barcelona, Estadística County. Alberti M. Measuring urban sustainability. *Environmental Impact Assessment Review*, Vol 16, Issues 4-6, July-November 1996, p. 381-424.
7. Ayuntamiento of Barcelona, 2015, *Estadísticas de Barris, Barcelona* [Neighborhood Statistics, Barcelona], Barcelona, Departamento Estadística.
8. Ballester, Patrice, 2008, *Barcelona, the City-Exhibition. The Catalan city through its Universal, International and Olympic Games Exhibitions 1888 - 2008. Looking for a community of memories?* , doctoral thesis in Urban Planning and Development, University of Toulouse, 2 volumes. Asselt van M. B. A., Storms C. A. H. M., et ai. Towards visions for a sustainable Europe: an overview and assessment of the last decade of European scenario studies. Maastricht, the Netherlands, ICIS, 1998.
9. Barcelona Tourism for 2020. A collective strategy for sustainable tourism. Tourism Department Manager's Office for Enterprise and Tourism, 2017
10. Barredo J. I. and Demicheli L. Urban sustainability in developing countries' megacities: modelling and predicting future urban growth in Lagos. *Cities*, Vol 20, Issue 5, October 2003, p. 297-310.
11. Berlin, J. (2010) 'Gaudi's masterpiece', National Geographic Magazine, Vol. 218, No. 6, p.24.

12. Bos, H. (2005). City Tourism and Culture: The European Experience, European Travel. Commission Research Report
13. Bourdeu L. Sustainable development and the future: a comparison of visions from various countries. *Tourism research & Information*, 27 (6), 1999, p. 355- 367.
14. Bradley A., Hali T. and Harrison M. Selling Cities: Promoting New Images for Meetings Tourism. *Cities*, Vol 19, Issue 1, February 2002, p. 61-70.
15. Bronswijk van J. E. M.H., Koren L. G. H., Pernot C. E. E, Vliet van A. A. M., Rameckers E. M. A. L.. Public health engineering for the built environment: completing sustainability. *Beyond Sustainability: Balancing Between Best Practice and Utopia*. International Symposium September 28-29 2000, Eindhoven University of Technology, The Netherlands.
16. Bruns D. F. W. and Schmidt J. A. City edges in Germany: quality growth and urban design. *Landscape and Urban Planning*, Vol 36, Issue 4, May 1997, p. 347-356.
17. Buch A. M., Mazumdar H. S. and Pandey P. C. Application of artificial neural networks in hydrological modelling - a case study of run-off simulation of Himalayan glacier basin. Presented at International Joint Conference on Neural Networks, Nagoya, Japan, 1993.
18. Buenrostro O. and Bocco G. Solid waste management in municipalities in Mexico: goals and perspectives. *Resources, Conservation and Recycling*, In Press, Corrected Proof, Available online 28 March 2003.
19. Burinskienė M. Subalansuota Barselonos plėtra. Monografija. Vilnius: Technika, 2003.
20. Burinskienė M. Subalansuota plėtra A. Gaudi Barselonos bendruosiuose planuose. *Barselonos plėtra ir keliai* (Mokslo žurnalo „Statyba“ priedas), Nr. 7, 2000, p. 3-9.
21. Capel, Horacio, 2005, El modelo Barcelona: a critic review [The Barcelona model, a critical review], Barcelona, Edición del Serbal.
22. Conservation in changing societies (Heritage and development). EAAE, Leven, 2006, 438 p.
23. Darnioji plėtra teritorijų planavime ir urbanistikoje. Urbanistikos forumo pranešimų leidinys. Vilnius: Lietuvos nekilnojamojo turto plėtros asociacija, 2008, 110 p.
24. E. Karbauskienė. Kultūrinio turizmo svarba: Tauragės rajono savivaldybės atvejo analizė, 2009, p. 58
25. J. Bučas. Barselonos įvaizdis naujo požiūrio į apsaugą ir plėtrą kontekste. Respublikinės konferencijos „Pažangioji statyba“ pranešimų medžiaga. Kaunas, Technologija, 2007, p. 204

-212.

26. J. Bučas. Išsaugojimo ir plėtros dilema paveldosaugoje. Respublikinės konferencijos „Pažangioji statyba“ pranešimų medžiaga. Kaunas, Technologija, 2006, p.16-21
27. J. Jurevičienė. Urbanistikos paveldo išsaugojimo teisinės prielaidos Lietuvoje, 2009, p. 5
28. Joel Kotkin. The City. New York: Modern Library Paperback Editor, 2006, 218 p.
29. Levi, D. and Kocher, S. (2009) 'Understanding tourism at heritage religious sites', Focus: Journal of the City and Regional Planning Department, Vol. 6, No. 1, p.17–21.
30. Lietuvos kultūros paveldas skaitmeninėje terpėje, p. 84
31. Lietuvos turizmo potencialo įvertinimo, nustatant didžiausias turistinės traukos vietas ir jų panaudojimo prioritetus, studija”, 2011, p.11
32. Loubiere, Antoine, 2004, "Barcelona, Universal Forum of Cultures 2004: The End of Barcelona's Urban Consensus", *Town Planning*, No. 339, p. 20-22.
33. Managing Tourism in Barcelona. Emeritus Professor Harold Goodwin, Institute of Place Management, Manchester Metropolitan University, 2016-2017
34. María-del-Mar Alonso-Almeida, Fernando Borrajo-Millán and Liu Yi. Are Social Media Data Pushing Overtourism? The Case of Barcelona and Chinese Tourists, 2019
35. Martins, M.M. Tourism Planning and Tourismphobia: An Analysis of the Strategic Tourism Plan of Barcelona, 2010–2015. *J. Tour. Herit. Serv. Mark.* 2018, 4, 3–7.
36. N. Lukšionytė. Iš Lietuviškos paveldosaugos paraščių: trys istorijos, 2012, p. 15
37. Neal Bascomb. Higer. A Historic Rice to the Sky and the Making of a City. New York: Broadway books, 2003, 342 p.
38. Norman Tyler. Historic preservation. An Introduction to Its History. Principles, and Practice. New York - London: W.W. Norton and Company, 2000, 254 p.
39. P. Juškevičius. Teritorijų ir urbanistinio planavimo bei sprendinių įgyvendinimo gairės/ Darnioji plėtra teritorijų planavime ir urbanistikoje. Urbanistikos forumo pranešimų leidinys. Vilnius: Lietuvos nekilnojamojo turto plėtros asociacija, 2008, 36 - 14 p.
40. R. Čepaitienė. Daugiakultūrių miestų paveldas: integracijos problemos ir galimybės, 2008, p. 86
41. Rekreacinių funkcijų raiška Vilniaus miesto erdvinėje struktūroje, p.48
42. T. S. Butkus. Kultūrinės miesto funkcijos potencialas ir jo raiškos formos urbanistinėje

- struktūroje, 2007, p. 90
43. Tomas S. Butkus. Baziniai kultūrinės miesto funkcijos modeliai, 2007, p. 23
 44. V. Paltanavičiūtė. Kultūrinio turizmo plėtojimo galimybės paveldo objektuose, 2009
 45. Viešosios miestų erdvės paradigmos kaita posovietinėje Lietuvoje, p. 90
 46. Williams S. Saunders. Sprawl and Suburbia. London: University of Minnesota Press, 2005, 132 p.
 47. Ajuntament de Barcelona. News. Prieiga per internetą [žiūrėta 2020 vasario 12] <<https://ajuntament.barcelona.cat/en/>>
 48. Ajuntament de Barcelona. Notices. Prieiga per internetą [žiūrėta 2020 sausio 23] <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics>
 49. Barcelona tourism statistics and surveys. Prieiga per internetą [žiūrėta 2020 sausio 23] <https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/en/estadistiques_enquestes>
 50. Barselonos turizmo duomenys. Prieiga per internetą [žiūrėta 2020 sausio 23] <<http://ajuntament.barcelona.cat/turisme/>>
 51. Barcelona's Stress Test – Will the hotel market ride it out? Prieiga per internetą [žiūrėta 2020 vasario 12] <<https://www.hvs.com/article/8229-barcelonas-stress-test-will-the-hotel-market-ride-it-out>>
 52. City Tour Barcelona. Prieiga per internetą [žiūrėta 2020 kovo 15] <<https://barcelona.city-tour.com/en/tourist-bus-routes-barcelona>>
 53. City Tour Barcelona. Route map. Prieiga per internetą [žiūrėta 2020 kovo 15] <<https://barcelona.city-tour.com/en/tourist-bus-routes-barcelona>>
 54. OverTourism: What is it and how do we address it? [žiūrėta 2020 kovo 10] <<https://responsibletourismpartnership.org/overtourism/>>
 55. Turizmo žinios. Prieiga per internetą [žiūrėta 2020 vasario 23] <<https://www.tourism-review.com/barcelona-reported-decreasing-domestic-tourism-numbers-news11193>>

PRIEDAI

ANTONI GAUDI PORTRETAS IR JO ATLIKTŲ ARCHITEKTŪROS OBJEKTŲ BARSELONOJE FOTONUOTRAUKOS



1



2



Antoni Gaudi



5



6



3



7



4



8



9

Originalus pavadinimas	Lietuviškas pavadinimas
1. Basílica de la Sagrada Família	Barselonos Šv. Šeimynos bažnyčia
2. Bellesguard/ Casa Figueres	Figuero dvaras
3. Crypt of the Church of the Colonia Güell	Guelio kolonijos krypta
4. Casa Vicens	Visenso namas
5. Casa Calvet	Kalveto namas
6. Casa Batlló	Batiljo namas
7. Park Güell	Guelio parkas
8. Palau Güell	Guelio rūmai
9. Casa Milà/ "La Pedrera"	Milos namas/ La Pedrera

Sudaryta autoriaus

**ANTONI GAUDI ARCHITEKTŪROS OBJEKTŲ BARSELONOJE
TURISTINIO PATRAUKLUMO EKSPERTINIO VERTINIMO ANKETA****EKSPERTŲ APKLAUSA****Interviu protokolas**

Apklausa atliekama, rekreacijos ir turizmo vadybos magistro studijų programos studento Beno Žilinsko, siekiant sužinoti, kokie A. Gaudi architektūros objektų turistinio patrauklumo kriterijai yra vertinami labiausiai, skatinantys masinį turizmą.

1. BENDRI DUOMENYS:

Vardas, pavardė	
Darbovietės pavadinimas	
Užimamos pareigos	
Darbo stažas (metais)	

2. JŪSŲ MANYMU, KOKIE LANKOMIAUSI KULTŪRINIAI OBJEKTAI
BARSELONOJE ?

3. JŪSŲ MANYMU, KOKIE LANKOMIAUSI SAKRALINIAI OBJEKTAI
BARSELONOJE ?

4. AR KLIENTAI DAŽNAI ATVYKSTA JAU APSISKAITĘ IR ŽINO BENDRĄJĄ
INFORMACIJĄ APIE LANKYTINAS VIETAS BARSELONOJE ?

5. KAIP MANOTE, KAS LABIAUSIAI ŽAVI TURISTUS LANKANT A. GAUDI
OBJEKTUS BARSELONOJE ?

2 PRIEDAS

2 priedo tęsinys

6. KAS JUS LABIAUSIAI ŽAVI LANKANT A. GAUDI OBJEKTUS BARSELONOJE ?
KODĖL ?

7. PAŽYMĖKITE PASIRINKTUS VARIANTUS „x“, KOKIOS KATEGORIJOS JŪSŲ
MANYMU SKATINA LANKOMŲ A. GAUDI OBJEKTŲ PATRAUKLUMĄ:

ŽELDYNAI	PATRAUKLUMAS
UŽTERŠTUMAS	ATMOSFERA
ATSTUMAS IKI KITŲ OBJEKTŲ	KOMFORTIŠKUMAS
PASIEKIAMUMAS	KITA: _____
ARCHITEKTŪRA	KITA: _____

AR GALITE ARGUMENTUOTI, KODĖL TAI PASIRINKOTE? IR KURIEMS A.
GAUDI OBJEKTAMS PRISKITUMĖTE?

8. AR TEKO SUSIDURTI SU SUNKUMAIS VYKSTANT Į OBJEKTUS DĖL TURISTŲ
SRAUTO? KOKIE TAI OBJEKTAI BUVO ?

9. AR TURISTAI DAŽNIAUSIAI APŽVELGIA OBJEKTUS TIK IŠ IŠORĖS, AR
NUSIPERKA BILJETUS, KAD GALĖTŲ PATEKTI IR ĮVERTINTI IŠ VIDAUS ?

10. AR KLIENTAI PRAŠO APRODYTI/ PAKONSULTUOTI TIK A. GAUDI OBJEKTUS,
AR TEIRAUJASI IR DĖL KITŲ LANKYTINŲ VIETŲ ? KOKIŲ ?

11. ĮVERTINKITE SKALĖJE NUO 1 IKI 5 BENDRĄ BARSELONOS KULTŪRINIO TURIZMO SEKTORIAUS PASIEKIAMUMĄ VARTOTOJUI INTERNETE:
(tinkamą skaičių apibraukti/pažymėti)

1. Prastas kultūrinio turizmo sektoriaus pasiekiamumas vartotojui. trūksta informacijos apie lankytinus objektus, jų darbo laiką, apgyvendinimo galimybes, papildomas pramogas
2. Patenkinamas kultūrinio turizmo sektoriaus pasiekiamumas vartotojui.
3. Geras kultūrinio turizmo sektoriaus pasiekiamumas vartotojui.
4. Labai geras kultūrinio turizmo sektoriaus pasiekiamumas vartotojui.
5. Puikus kultūrinio turizmo sektoriaus pasiekiamumas vartotojui. Informacija lengvai randama ir pasiekama vartotojui, puikus lankytinų objektų paslaugų kainos ir kokybės santykis, gausus apgyvendinimo vietų pasirinkimas.

12. AR TURISTAI NORIAI PALIEKA ATSLILIEPIMUS INTERNETE ? AR PAPILDOMAI SKATINATE JUOS PALIKTI KOMENTARUS APLANKIUS OBJEKTUS ?

**Nuoširdžiai dėkoju už Jūsų atsakymus!
Interviu atliko stud. Benas Žilinskas, Klaipėdos universitetas, 2020 m.**

EKSPERTŲ INTERVIU ATSAKYMAI

1. BENDRI DUOMENYS:

Vardas, pavardė	Liucija Alksninytė / A
Darbovietės pavadinimas	UAB TRAVELDEALS LT
Užimamos pareigos	Turizmo vadybininkė
Darbo stažas (metais)	6

Vardas, pavardė	Vaidas Noreika / B
Darbovietės pavadinimas	UAB TRAVELDEALS LT
Užimamos pareigos	Pažintinių kelionių produkto vadybininkas
Darbo stažas (metais)	4

Vardas, pavardė	Sabina Meščinskytė / C
Darbovietės pavadinimas	AB NOVATURAS
Užimamos pareigos	Gidė
Darbo stažas (metais)	7

Vardas, pavardė	Andris Dirkstys / D
Darbovietės pavadinimas	AB NOVATURAS
Užimamos pareigos	Gidas
Darbo stažas (metais)	3

Vardas, pavardė	Gvidas Aukštuolis / E
Darbovietės pavadinimas	UAB KIDYTOUR
Užimamos pareigos	Vykduantysis direktorius
Darbo stažas (metais)	-

Vardas, pavardė	Aleksandras Sukovas / F
Darbovietės pavadinimas	UAB TEZTOUR
Užimamos pareigos	Direktorius
Darbo stažas (metais)	-

2. JŪSŲ MANYMU, KOKIE LANKOMIAUSI KULTŪRINIAI OBJEKTAI BARSELONOJE ?

A: Manau, kad lankomiausi būtų šie objektai: Guell Parkas, La Sagrada Familia bazilika, La Rambla gatvė, Casa Batllo.

B: Manau, kad vieni lankomiausių yra: nuostabios architektūros A. Gaudí sukurtas Guell parkas, Barcelonos jūrų muziejus-akvariumas. Taip pat, be abejo, Barselonoje esantis Gotikinis kvartalas ir Šv. Šeimynos bažnyčia.

C: . Ispaniškas kaimelis „Poble Espanyol“, Turgus „Boqueria“, botanikos sodas, „Batljo“ namas – dar vienas išskirtinis A. Gaudí palikimas, netgi įtrauktas į UNESCO pasaulio paveldo sąrašą: pačiame miesto centre esančio namo nepastebėti tiesiog neįmanoma, jis yra dažnai vadinamas kaulų namu, nes jo kolonos primena kaulus, balkonai – kaukoles, o fasadas yra puoštas Barselonoje būdingomis spalvotomis mozaikomis. Čia tik žinomiausi, nes kultūrinių objektų Barselonoje sąrašą galima tęsti labai ilgai.

D: Lankomiausias objektas turėtų būti Sagrada Familia, o sekantis, manyčiau, Barcelonos Futbolo klubo stadionas ir jo muziejus, Gotikinis kvartalas ir šalia esanti Barcelonos katedra.

E: Barselonoje lankomiausi objektai yra Antonio Gaudí kūrybos. Tai būtų Šventosios Šeimynos bažnyčia, Casa Batilijo. Kiti žymūs objektai mano nuomone: Barcelonos katedra, Montjiuk kalva ir pilis, Pikaso muziejus.

F: Lankomų objektų tikrai yra begalė, manau, kad lankomiausi tie, kuriuose praeina didžiausias srautas žmonių. Tai būtų Triumfo arka, Magiškas fontanas, La Rambla gatvė, La Sagrada Familia, Kolumbo paminklas ir daug kitų.

3. JŪSŲ MANYMU, KOKIE LANKOMIAUSI SAKRALINIAI OBJEKTAI BARSELONOJE ?

A: Vienareikšmiškai lankomiausia La Sagrada Familia bazilika.

B: Turistų lankomiausi sakraliniai objektai būtų Šventos Šeimynos bažnyčia, Monserrat vienuolynas.

C: Barselonos Katedra - vienas didžiausių gotikinės architektūros statinių Ispanijoje. Neretai ši katedra yra lyginama su Paryžiuje esančia "Notre Dame de Paris". Iš vienuolynų, dažnai lankomas yra „Pedrables“ ir šiek tiek toliau esantis „Montserrat“ – aukštai kalnuose esantis, seniausias vienuolynas.

D: Pirmoje vietoje rikiuočiau Sagrada Familia, o antroje- Barselonos katedrą.

E: Barselonoje galima rasti vienos iš gražiausių pasaulio bažnyčių ir vienuolynų. Šv. Šeimynos bažnyčia, kurios architektūra atspindi skirtingus Biblijos motyvus ar aspektus, todėl kiekvienas fasadas yra puoštas išskirtinėmis skulptūromis ar elementais, vaizduojančiais skirtingas biblines scenas, yra geriausia pavyzdys. „Santa Maria del Mar“ bažnyčia, laikoma pačia gražiausia gotikos stiliaus bažnyčia.

F: Didžiausią lankomumą susilaukia be abejo Sagrada Familia, Monserrat vienuolynas, Santa Marija del Pi bazilika, Šventosios Marijos karališkasis vienuolynas.

4. AR KLIENTAI DAŽNAI ATVYKSTA JAU APSISKAITĘ IR ŽINO BENDRĄJĄ INFORMACIJĄ APIE LANKYTINAS VIETAS BARSELONOJE ?

A: Taip, dažniausiai keliaujantys turistai jau žino kelis objektus, kuriuos nori pamatyti.

B: Dažnai būna ir taip, tačiau dažniausiai žmones per daug kelionei iš anksto nesiruošia ir žino tik keletą pačių lankomiausių vietų miesto centre ir retai nusprendžia aplankyti tas vietas kur reikia šiek tiek toliau važiuoti automobiliu ar autobusu. Esant didelei paklausai yra sukurti autobuso turai, kur žmones turi patogias sąlygas susipažinti su miestu ir jo istorija ir pasidomėti faktais apie jį.

C: Turistai dažniausiai žino bendrąją informaciją apie miesto istoriją, Gaudi, kelis lankytinus ir populiariausius objektus, bet tikrai ne visus, o tik keletą jų.

D: Manau jog yra dvi keliautojų kategorijos: vieni ruošiasi kelionėms, kone kiekvieną dieną, susiplanuoja viską labai atidžiai, apie viską nori perskaityti, sužinoti. Pavyzdžiui, kai keliauja šeimos su vaikais, tai yra rizikos sumažinimas. Kiti visiškai nemėgsta planuoti. Jie neplanuoja, kur nakvos, kur apsistos, todėl prieš kelionę žinių labai nesisemia. Bet tai nereiškia, kad jie neturi bendro supratimo.

E: Taip, turistai dabar išmanesni. Dabar lengva gauti bet kokią informaciją internete. Prieš vykdami prisiskaito įvairiausių straipsnių, atsiliepimų ir jau keliavusių žmonių komentarų.

F: Mūsų keliautojai dažniausiai pasidomi prieš išvykdami į kelionę įžymiausiomis Barselonos vietomis ir prašo suorganizuoti ekskursijas būtent į jas.

5. KAIP MANOTE, KAS LABIAUSIAI ŽAVI TURISTUS LANKANT A. GAUDI OBJEKTUS BARSELONOJE ?

A: Manau, labiausiai žavi išskirtinė architektūra, kitoniškumas, žaismingumas, siurrealizmas. Tai, kad daugelis objektų ir architektūrinių detalių atrodo kaip iš animacinių filmų ar pasakų.

B: Labiausiai traukia dar niekur nematyta, išskirtinė architektūra.

C: Autentiškumas ir smulkios bei puošnios detalės jo kūryboje. Turistams labai patinka prie šių vietų fotografuotis, nes nuotraukos atrodo iš tiesų puikiai.

D: Objektų didybė ir grožis taip stipriai traukia lankytojus pamatyti A. Gaudi kūrybą.

E: Be abejo, juos žavi savotiška ir daug kuo keista architektūra. A. Gaudi pasižymi vienu originaliausių stiliumi. Jo dėka, Barselona yra skaitoma miestu - muziejumi visame pasaulyje. Prisiliesti prie istorijos, suprasti autoriaus stilių, tai pritraukia turistus iš viso pasaulio. A. Gaudi siurrealistinis sapnas, radęs save miesto unikalioje architektūroje, prideda jam autentikos, tik jam būdingo žavesio ir netgi lengvos mistikos.

F: Kaip pavyzdį paimkime Guelio parką. Ne tik tai yra vienas populiariausių parkų visoje Europoje – tai yra dar vienas A. Gaudi modernistinis šedevras, dėl kurio turistų srautas nuolat plaukia į Barseloną. Prie įėjimo į jį, prieš save pamatysite marmurinius laiptus, puoštus įvairiomis mozaikinėmis gyvūnų statulomis, o pakilę jais – patenkama į atvirą erdvę su spalvingomis mozaikomis puoštu balkonu. Šita dėmesys detalėms turbūt ir daro kiekvieną Gaudi kūrinį šedevru.

6. KAS JUS LABIAUSIAI ŽAVI LANKANT A. GAUDI OBJEKTUS BARSELONOJE ? KODĖL ?

A: Labiausiai žavi žaismingi architektūriniai sprendimai, visiškai nepanašūs į kitų autorių kūrybą. Objektai atrodo kaip iš pasakos ar fantastinio filmo.

B: Labiausiai žavi jų autoriaus originalios idėjos ir konstrukcijų sprendimai. Nepaprastos kombinacijos mozaikos, stiklo, keramikos ir įvairių spalvų bei formų priduoja tikrą unikalumą kiekvienam iš jo kūrinių. Taip pat, žavi kad net ir šiai dienai tai yra vieni lankomiausių kultūrinių objektų ne tik Ispanijoje bet ir visame pasaulyje. Jų neįmanoma nepamilti.

C: Ji pasižymi drąsiais ir tikrai išskirtiniais, tik šiam menininkui būdingais architektūriniais sprendimais. Geriausias to pavyzdys – smėlio pilį paplūdimyje primenanti Šventosios Šeimynos bažnyčia. Tai yra tikras šedevras, kuriame kiekviena detalė yra apgalvota iki skrupulų, mane labiausiai žavi būtent šis objektas.

D: Labiausiai patinka Gaudi objektuose naudojamų spalvų gama. Jos suteikia miestui žaismingumo, jis neatrodo toks pilkas ir nuobodus.

E: Gamtos formų ir spalvų susiliejimas architektūroje. Visi šie objektai labai dera su Barselonos gamta. Taip pat labai gražiai išreiškiami religiniai motyvai.

F: Dėmesys detalėmis, Antoni Gaudi inovatoriškumas ir autentiškumas. Šias Gaudi sugalvotas idėjas iki šių dienų stengiamasi įgyvendinti iki galo ir kiekvienai detalei užbaigti reikalaujama daug laiko.

2 PRIEDAS

2 priedo tęsinys

7. PAŽYMĖKITE PASIRINKTUS VARIANTUS „x“, KOKIOS KATEGORIJOS JŪSŲ MANYMU SKATINA LANKOMŲ A. GAUDI OBJEKTŲ PATRAUKLUMĄ:

A, E	ŽELDYNAI	A, B, C, D, E, F	PATRAUKLUMAS
D	UŽTERŠTUMAS	A, B, C, D, E, F	ATMOSFERA
A, B, C, D, E, F	ATSTUMAS IKI KITŲ OBJEKTŲ	E, F	KOMFORTIŠKUMAS
A, B, C, D, E, F	PASIEKIAMUMAS	-	KITA: _____
A, B, C, D, E, F	ARCHITEKTŪRA	-	KITA: _____

AR GALITE ARGUMENTUOTI, KODĖL TAI PASIRINKOTE? IR KURIEMS A. GAUDI OBJEKTAMS PRISKITUMĖTE?

7 klausimo atsakymai yra pateikti 2.3. temoje Antoni Gaudi architektūros objektų Barselonoje turistinio patrauklumo vertinimas interviu duomenimis 15 - 22 lentelėse.

8. AR TEKO SUSIDURTI SU SUNKUMAIS VYKSTANT Į OBJEKTUS DĖL TURISTŲ SRAUTO? KOKIE TAI OBJEKTAI BUVO ?

A: Barselonoje ypač dideli turistų srautai, tad teko bilietą į Guell parką pirkti internetu iš anksto, kadangi leidžiamas tik tam tikras kiekis žmonių per dieną, galinčių aplankyti parką.

B: Teko su tuo susidurti, pavyzdžiui Šventosios Šeimynos bažnyčioje. Dėl itin didelio populiarumo ir milžiniško turistų srauto, kartais būna nelengva užsakyti ekskursiją joje ir tenka ilgai stovėti eilėje kad patekti į vidų. Dažnai net ir ne pirmą kartą mieste besilankantys turistai čia sugeba atrasti naujų pojūčių ir būdų pasisemti įkvėpimo.

C: Teko susidurti su sunkumais prisiparkuoti mašiną: Barselonoje tai gali tapti priežastimi kodėl turistai nenori nuomotis automobilio. Taip pat, teko užsakyti bilietus vos ne prieš 3 dienas, kad aplankyti Barselonos jūrų muziejų - akvariumą.

D: Vyksta grupių ribojimai, tad reikia iš anksto suderinti datas su planuojamais aplankyti objektais- visais be išimties.

E: Dėl per didelio žmonių kiekio, Sagrada Familia teko apžiūrėti tik iš išorės, nes į vidų patekti buvo neįmanoma. O vienas objektas, kurį mes taip pat buvome suplanavę aplankyti- buvo restauruojamas.

F: Asmeniškai, visus bilietus perku internetu iš anksto, tik sužinojęs, kad vyksiu į kelionę, dėl to keblumų nepatiriame.

9. AR TURISTAI DAŽNIAUSIAI APŽVELGIA OBJEKTUS TIK IŠ IŠORĖS, AR NUSIPERKA BILJETUS, KAD GALĖTŲ PATEKTI IR ĮVERTINTI IŠ VIDAUS ?

A: Sunku vertinti, bet, manau, kad didžioji dauguma objektų aplanko ir iš vidaus, jeigu įėjimo kaina nėra per didelė.

B: Barselonoje objektų yra tiek daug, kad į visų vidų patekti tiesiog neįmanoma dėl laiko stokos, tad spėju, kad daugelis keliautojų apžiūri juos tik iš išorės.

C: Mūsų turistai Barselonoje praleidžia nedaug laiko, jie atvyksta į šį miestą kažką pamatyti, būtent tai ir padaro. Lankomų objektų spėjame peržiūrėti tik kelis, tačiau į visus juos patenkame su bilietais į vidų.

D: Sakyčiau ne visiems įdomu objektų vidus, o kitus atbaido ir nemaža įėjimo kaina, tad jie mieliau renkasi objektus apžiūrėti tik iš išorės ir kol laukia grupės- išnaudoja laiką asmeniniams poreikiams.

E: Manau, kad gauti geriausių įspūdžių apie kultūrą bei kuo arčiau susipažinti su kultūriniu palikimu, vietas reikia aplankyti ir iš vidaus ir esant galimybei užsirašyti į vieną iš daugelio vykstančių ekskursijų. Tai leis susidaryti geriausią vaizdą apie objektus ir geriausiai juos atsiminti. Su A. Gaudi objektais situacija kitokia: skaitau, kad yra būtina patekti į vidų ir apžvelgti juos pilnai, nes tai tikrai yra nepakartojama patirtis.

F: Kaip ir minėjau, dėl didelio turistų srauto, dažniausiai, vis dėl to, žmonės apžvelgia objektus iš išorės. Patekti į vidų būna nelengva sezono metu ir norintys padaryti tai dažniausiai užsako bilietus iš anksto. Turistai, turintys nedaug laiko ir norintys spėti pamatyti kuo daugiau tiesiog nebespėja, nes lankytinų vietų yra paprastai labai daug. Dažniausiai žmonės pasirenka apžvelgti tik keletą jiems ypatingų objektų su ekskursija ar nusiperka bilietus kad apžvelgti juos iš vidaus.

10. AR KLIENTAI PRAŠO APRODYTI/ PAKONSULTUOTI TIK A. GAUDI OBJEKTUS, AR TEIRAUJASI IR DĖL KITŲ LANKYTINŲ VIETŲ ? KOKIŲ ?

A: Pagrindiniai objektai Barselonoje visgi būtų Gaudi kūrybos.

B: Nors A. Gaudi objektai yra populiariausi pas turistus, žmonės teiraujasi ir dėl kitų vietų, pavyzdžiui dėl Barselonos Stebuklingojo fontano. Tai yra labai lankomas objektas ir be galo populiarus. Ribidabo kalnas – aukščiausia Barselonos vieta labai patinka turistams. Bendrai, Barselona pasižymi gražiausiais parkais visoje Europoje. „Ciudadella” parkas yra vienas iš jų. Tai kone žaliausia miesto erdvė su gausybe vietų, kurias būtina pamatyti. Ten galima rasti zoologijos sodą, kuriame yra daugiau nei 7 tūkstančiai gyvūnų. Tai viena populiariausių atrakcijų parke, nes vaikstant galima ne tik stebėti įvairių laukinių gyvūnų gyvenimą, bet ir patyrinėti išskirtinę parko augaliją.

C: Itin mėgstama turistų ir vietinių pramoga - pasiplaukiojimas valtele Ciudadella parko tvenkinyje. Iš kitų pavyzdžių: Kristupo Kolumbo monumentas, Barselonos jūrų muziejus-akvariumas, Barselonos botanikos sodas.

D: Ispaniškas kaimelis „Poble Espanyol“. Turistai aplanko ir Triumfo arka, suprojektuota J. Vilaserca. Turgus „Boqueria“ yra populiariausias maisto turgus Barselonoje.

E: Dažniausiai tai būna tik Antoni Gaudi kūrybos darbai bei tai, ką galima pamatyti La Rambloje.

F: Iš asmeninės patirties, susiduriu tik su Gaudi kūrybos klausimais. Manau, kad ir kitos vietos turistams yra įdomios, bet jie apie jas tiek nekalba. Pirmoje vietoje visgi prioritetas yra Gaudi.

11. ĮVERTINKITE SKALĖJE NUO 1 IKI 5 BENDRĄ BARSELONOS KULTŪRINIO
TURIZMO SEKTORIAUS PASIEKIAMUMĄ VARTOTOJUI INTERNETE:

(tinkamą skaičių apibraukti/pažymėti)

1. Prastas kultūrinio turizmo sektoriaus pasiekiamumas vartotojui. trūksta informacijos apie lankytinus objektus, jų darbo laiką, apgyvendinimo galimybes, papildomas pramogas
2. Patenkinamas kultūrinio turizmo sektoriaus pasiekiamumas vartotojui.
3. Geras kultūrinio turizmo sektoriaus pasiekiamumas vartotojui.
4. Labai geras kultūrinio turizmo sektoriaus pasiekiamumas vartotojui.
5. Puikus kultūrinio turizmo sektoriaus pasiekiamumas vartotojui. Informacija lengvai randama ir pasiekiamą vartotojui, puikus lankytinų objektų paslaugų kainos ir kokybės santykis, gausus apgyvendinimo vietų pasirinkimas.

A: 5 var.

B: 5 var.

C: 5 var.

D: 5 var.

E: 4 var.

F: 4 var.

12. AR TURISTAI NORIAI PALIEKA ATsiliePIMUS INTERNETE ? AR PAPILDOMAI SKATINATE JUOS PALIKTI KOMENTARUS APLANKIUS OBJEKTUS ?

A: Tik maža dalis turistų užpildo anketas apie įvykusias keliones. Papildomai neskatiname palikti atsiliepimų, tik išsiunčiame anketas po kelionės el. paštu.

B: Deja, atsiliepimus palieka ne kiekvienas. Daug kas užmiršta ar tiesiog negalvoja kad tai bus naudinga kitiems. Mes visada stengiamės prašyti mūsų turistus įvertinti jų kelionę ir palikti atsiliepimus, nes manome jog tai gali būti labai svarbu tiems, kas gal šio metu sprendžia dėl kelionės ir kultūrinių vietų aplankymo. Turistai gali pasidalinti ne tik savo įspūdžiais bet ir labai naudinga informacija apie, jų manymu, geriausias lankytinas vietas, apie savo patirtį šalyje bei mieste.

C: Atsiliepimai leidžia tobulėti ir mums, atkreipti dėmesį į savo darbą. Atsiliepimai apie aplankytus objektus duoda žmonėms, skaitantiems juos suprasti kas jų laukia, ko galima tikėtis, kiek tai gali jiems kainuoti ir ar verta jiems leisti laiką šių vietų aplankymui.

D: Atsiliepimai yra labai svarbu. Neverčiu turistų palikti atsiliepimų, o ar po kelionės jie atsiliepimus aplamai palieka ir kuriuose internetiniuose tinklapiuose tai paskelbia- sunku sukontroliuoti.

E: Ne. Tačiau pastarasis klausimas jau ilgai svarstomas ir tikimasi, jog greitai metu galėsime pradėti rinkti mūsų keliautojų nuomones.

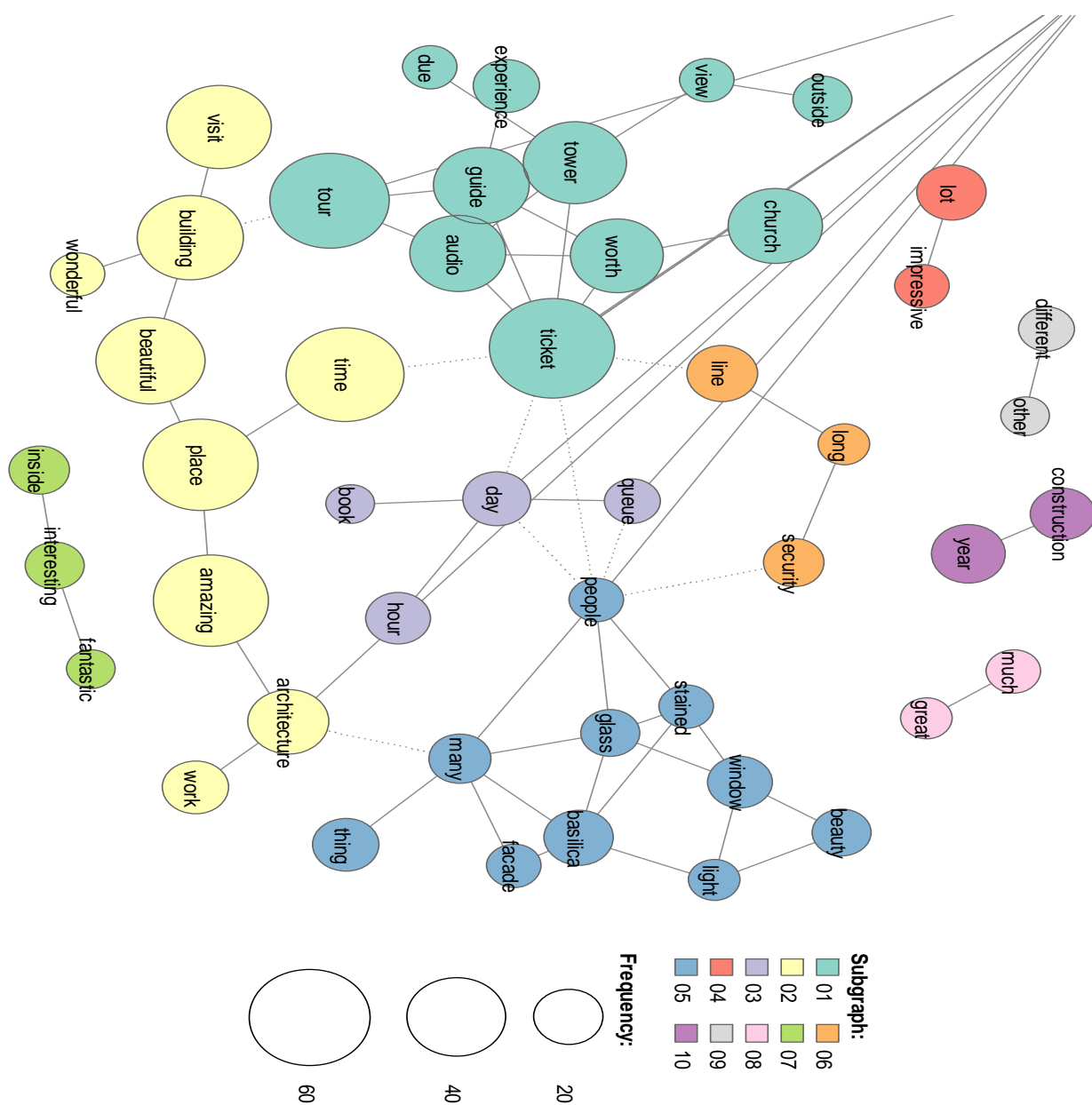
F: Manau, kad taip. Atsiliepimų anketa visada yra išsiunčiama automatiškai mūsų suprogramuotos sistemos ir tikimasi teigiamos keliautojų patirties po įvykusios kelionės.

BARSELONOS ŠV. ŠEIMYNOS ATSLIEPIMŲ ŽODŽIŲ JUNGINIŲ DIAGRAMA

Atsiliepimai renkami iš nuorodos: https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g187497-d190166-Reviews-or185-Basilica_of_the_Sagrada_Familia-Barcelona_Catalonia.html,

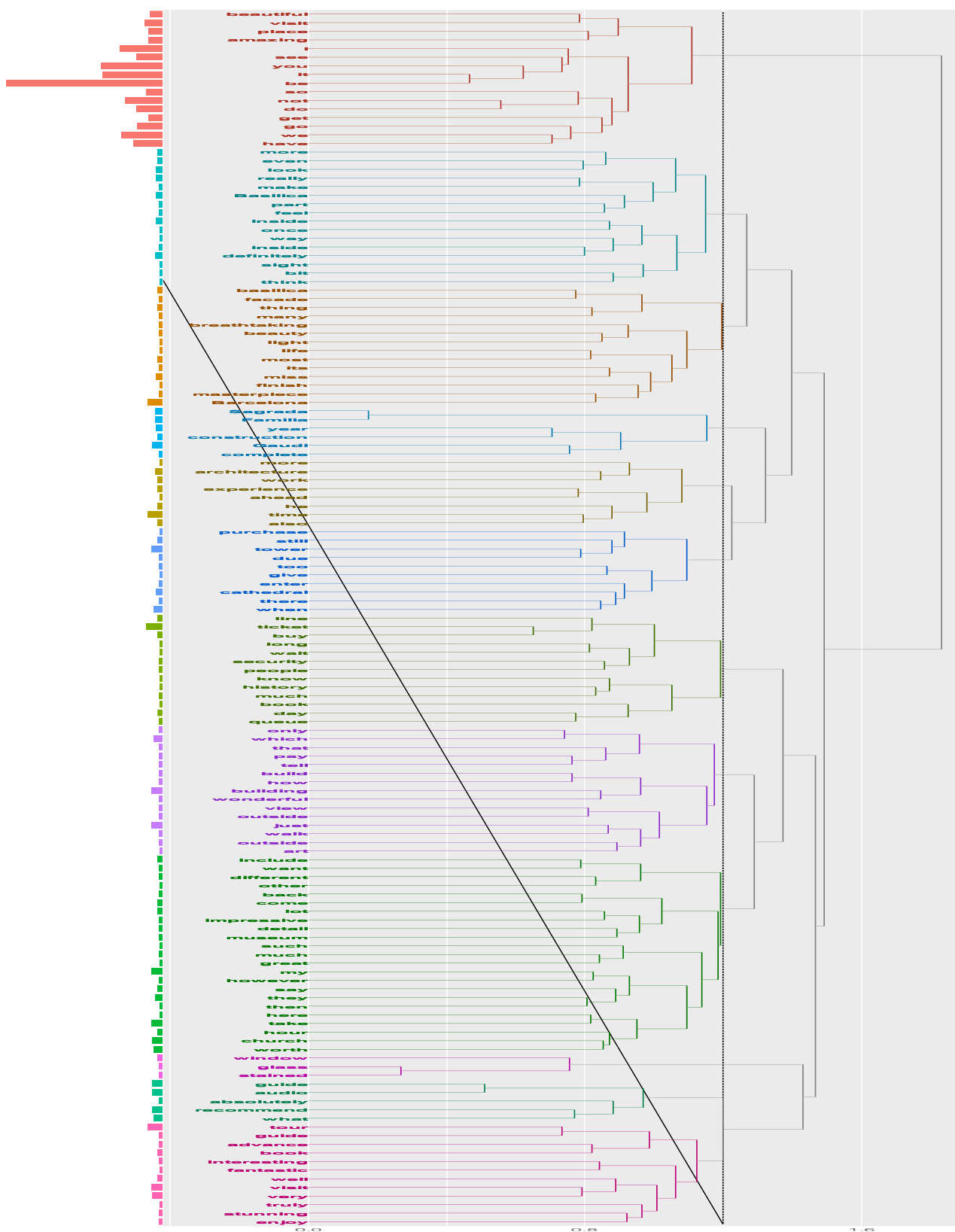
(įeiga 2020-03-25)

KH Coder programa sugeneruota 200 atsiliepimų, kuriuose buvo panaudota 11453 žodžių, 798 sakiniai.



Sudaryta autoriaus

BARSELONOS ŠV. ŠEIMYNOS ATSLIEPIMŲ HIERARCHINĖ DIAGRAMA

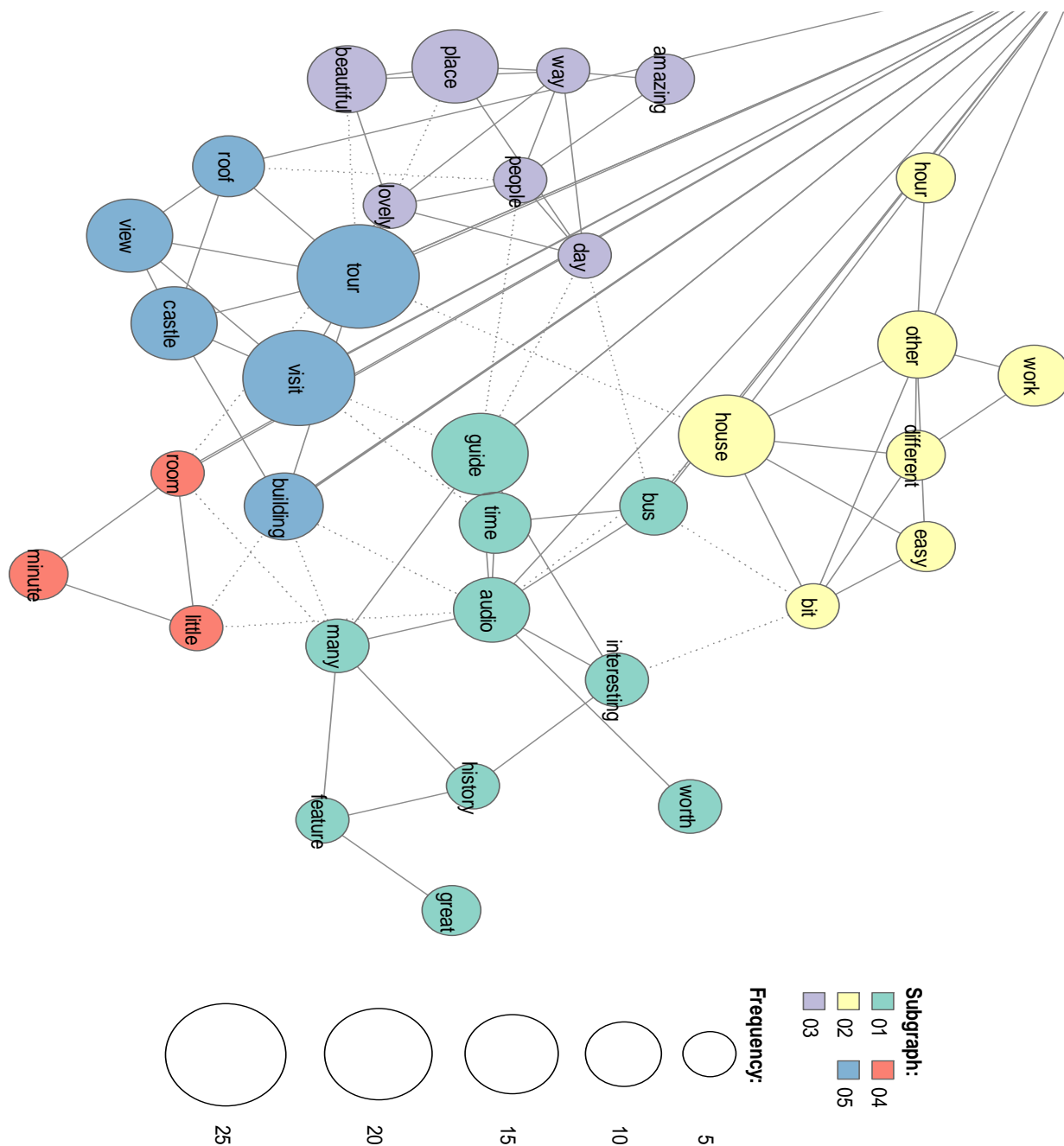


Sudaryta autoriaus

FIGUERO DVARO ATSILIEPIMŲ ŽODŽIŲ JUNGINIŲ DIAGRAMA

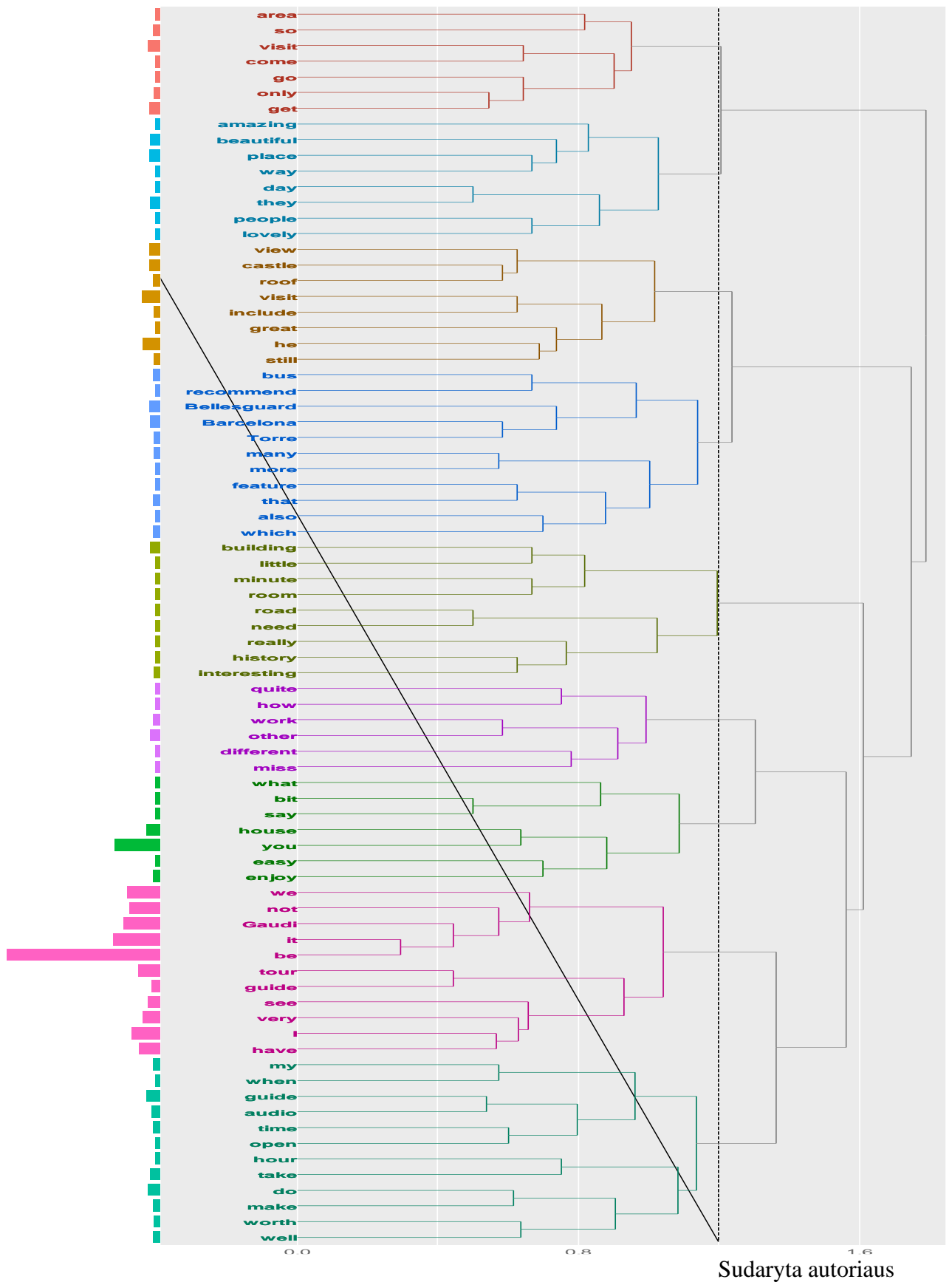
Atsiliepimai renkami iš nuorodos: https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g187497-d4609101-Reviews-Torre_Bellesguard-Barcelona_Catalonia.html , (įeiga 2020-03-26)

KH Coder programa sugeneruota 35 atsiliepimai, kuriuose buvo panaudota 3135 žodžių, 182 sakiniai.

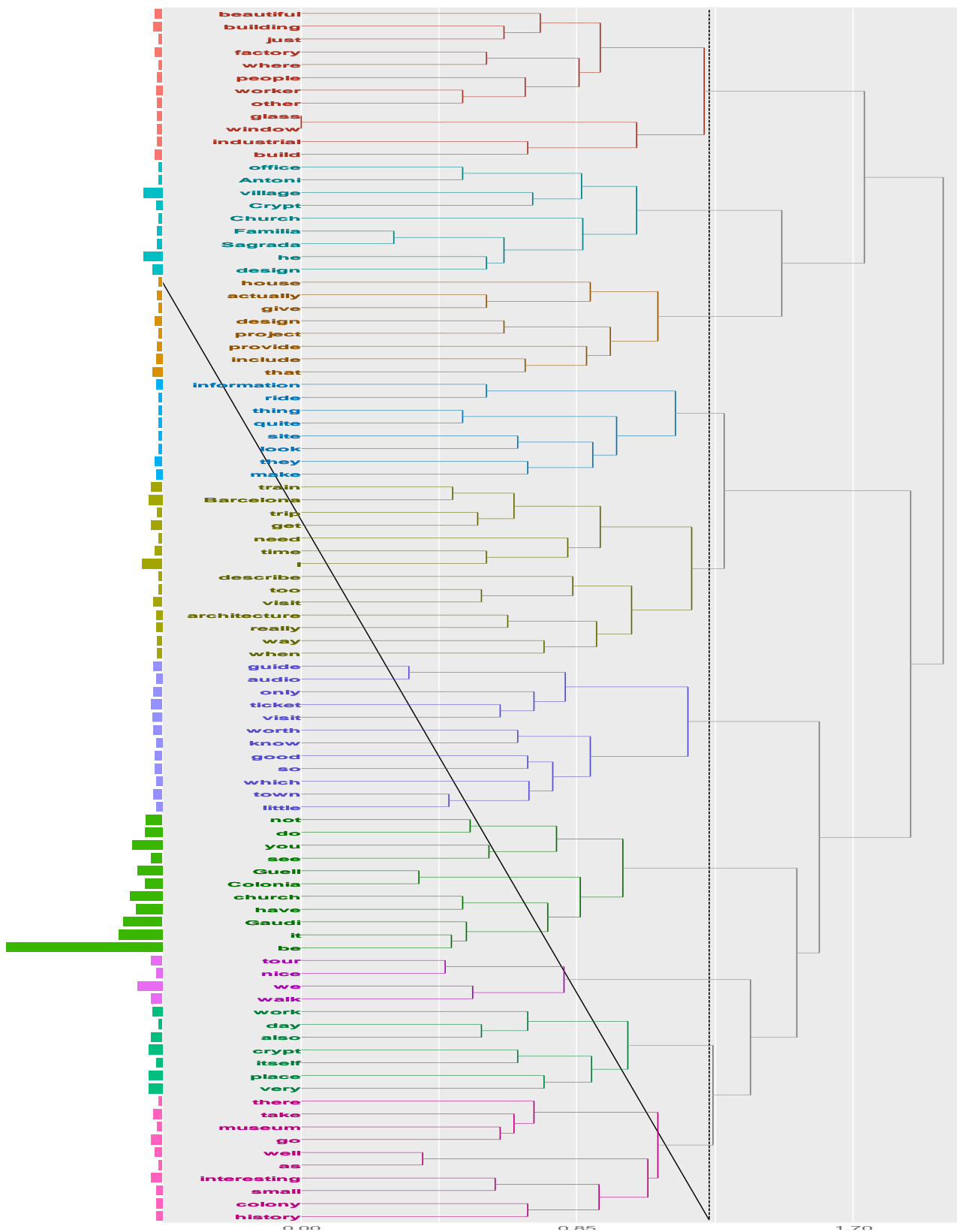


Sudaryta autoriaus

FIGUERO DVARO ATSLIEPIMŲ HIERARCHINĖ DIAGRAMA



GUELIO KOLONIJOS KRIPTOS ATSLIEPIMŲ HIERARCHINĖ DIAGRAMA

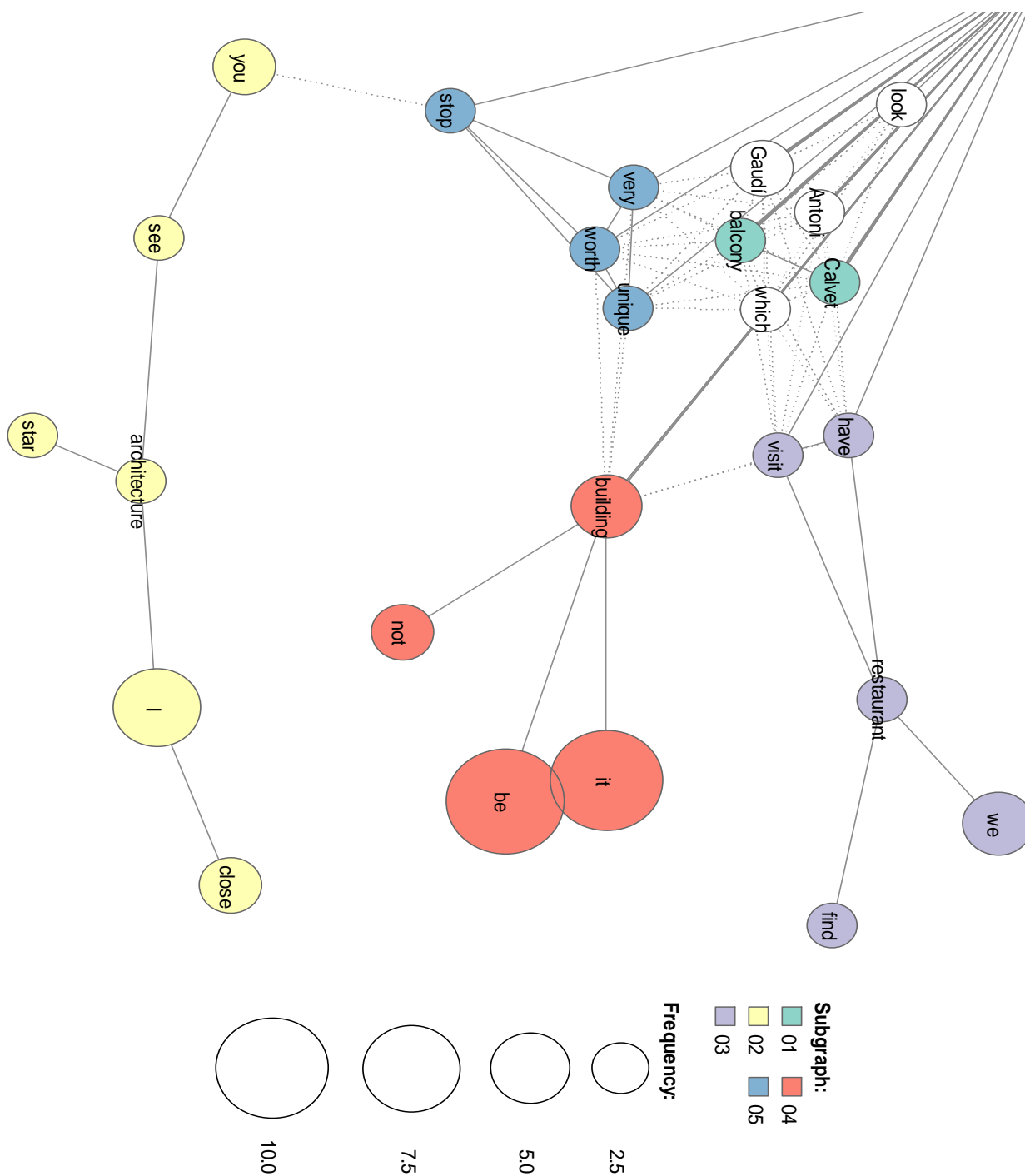


Sudaryta autoriaus

KALVETO NAMO ATSLIEPIMŲ ŽODŽIŲ JUNGINIŲ DIAGRAMA

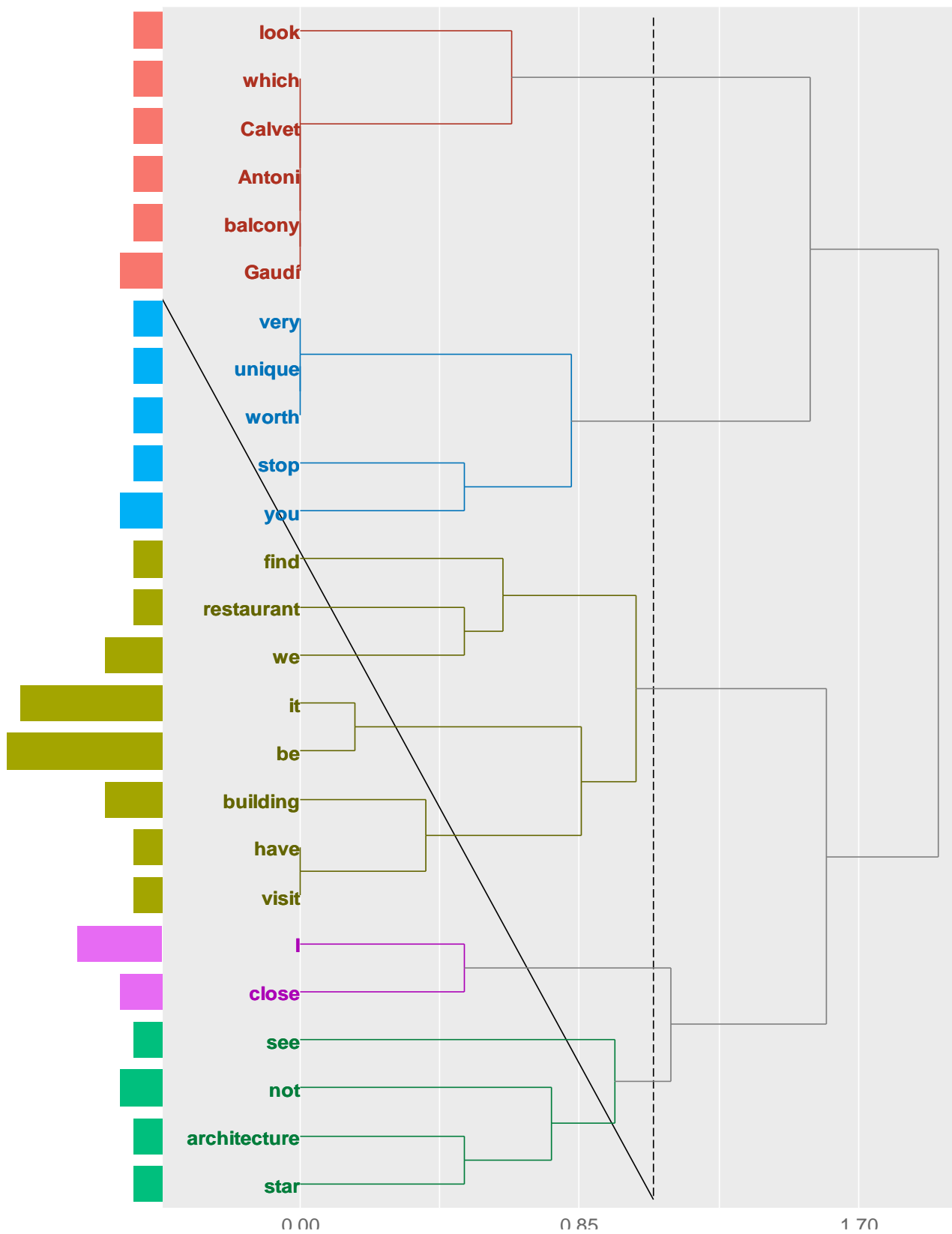
Atsiliepimai renkami iš nuorodos: https://www.tripadvisor.com/Restaurant_Review-g187497-d697472-Reviews-Casa_Calvet-Barcelona_Catalonia.html, (įeiga 2020-03-27)

KH Coder programa sugeneruoti 5 atsiliepimai, kuriuose buvo panaudota 253 žodžių, 27 sakiniai.



Sudaryta autoriaus

KALVETO NAMO ATSLIEPIMŲ HIERARCHINĖ DIAGRAMA

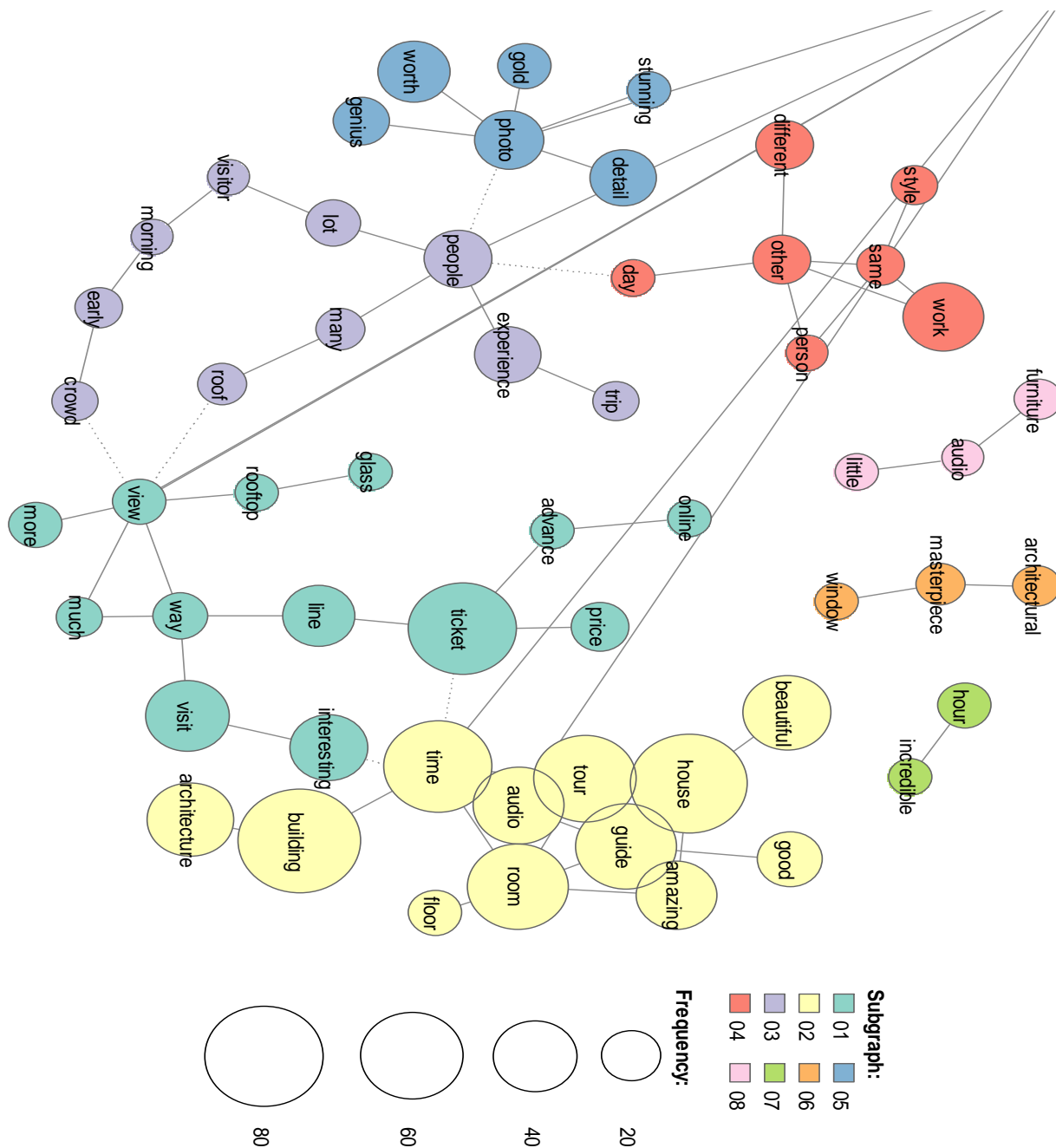


Sudaryta autoriaus

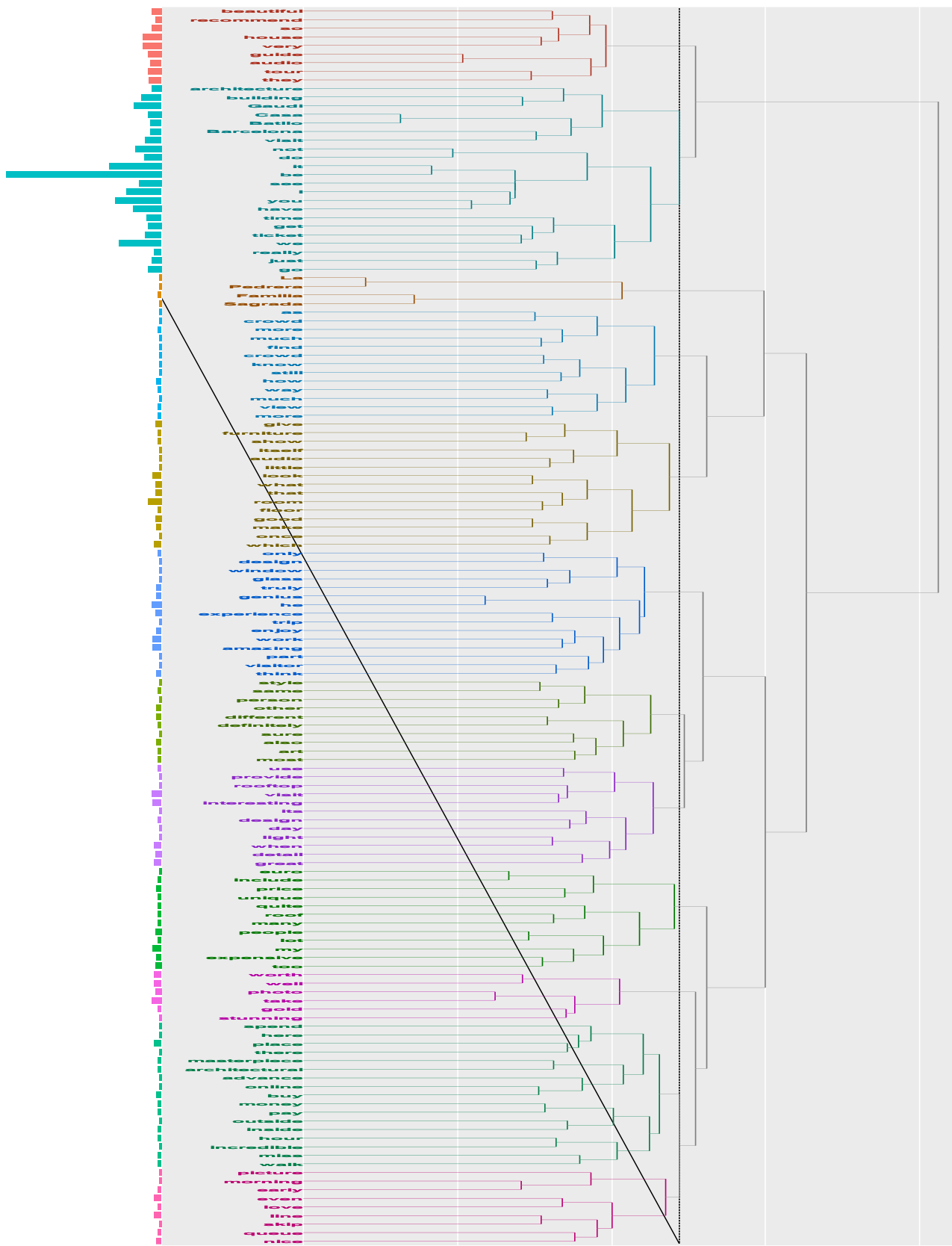
BATILJO NAMO ATSILIEPIMŲ ŽODŽIŲ JUNGINIŲ DIAGRAMA

Atsiliepimai renkami iš nuorodos: https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g187497-d191052-Reviews-Casa_Batlo-Barcelona_Catalonia.html, (įeiga 2020-03-27)

KH Coder programa sugeneruota 200 atsiliepimų, kuriuose buvo panaudota 12014 žodžių, 864 sakiniai.

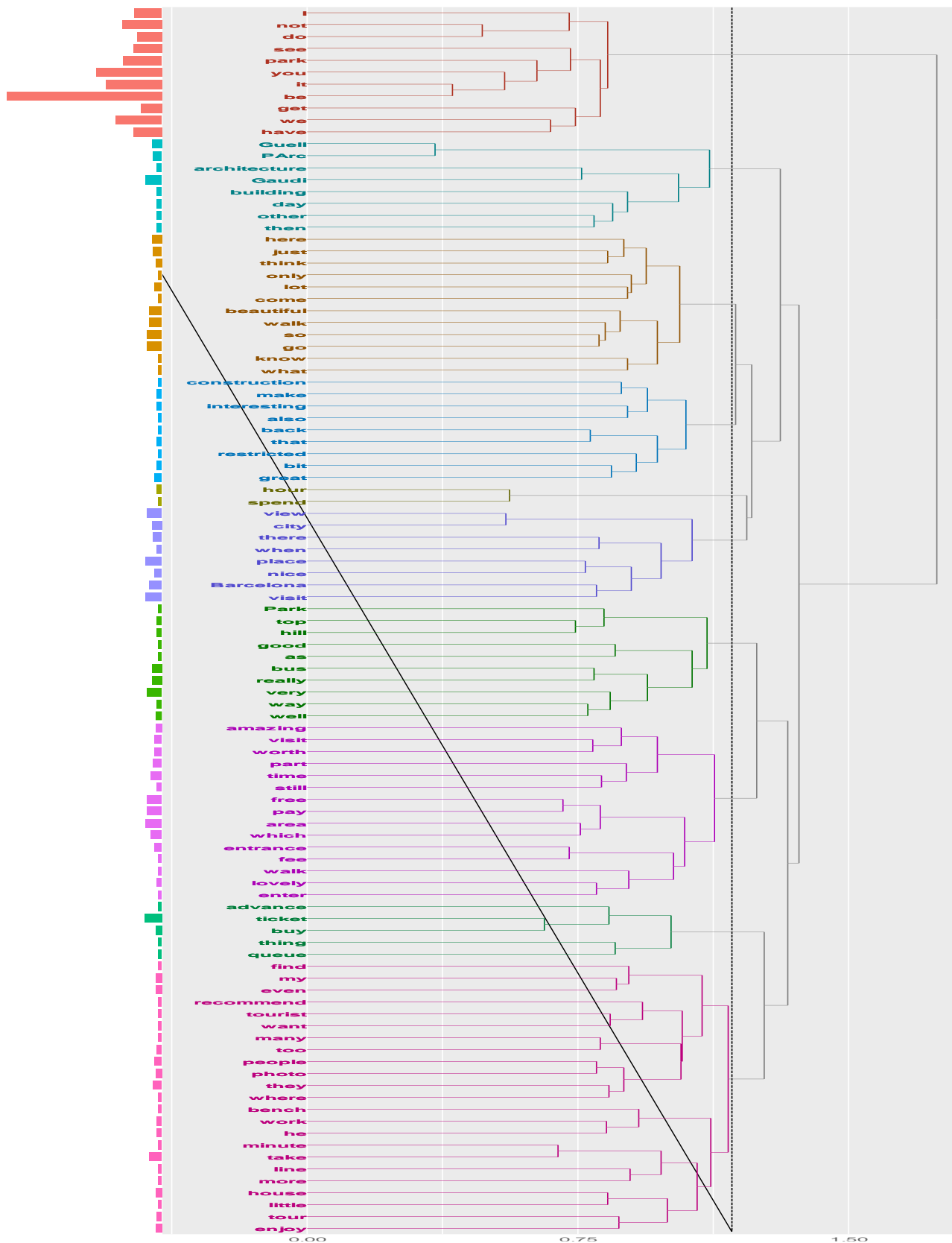


BATILJO NAMO ATSLIEPIMŲ ŽODŽIŲ JUNGINIŲ DIAGRAMA



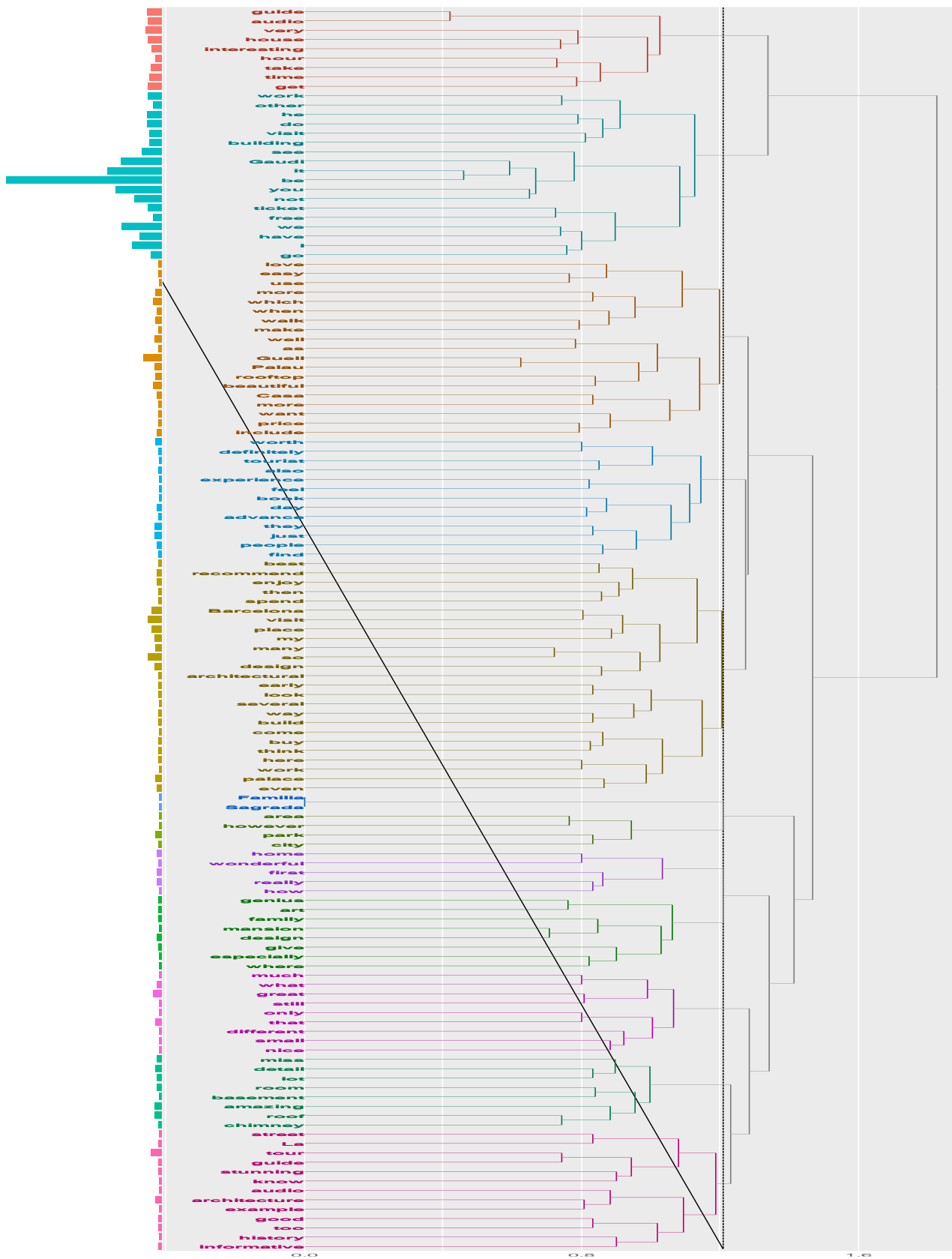
Sudaryta autoriaus

GUELIO PARKO ATSLIEPIMŲ HIERARCHINĖ DIAGRAMA



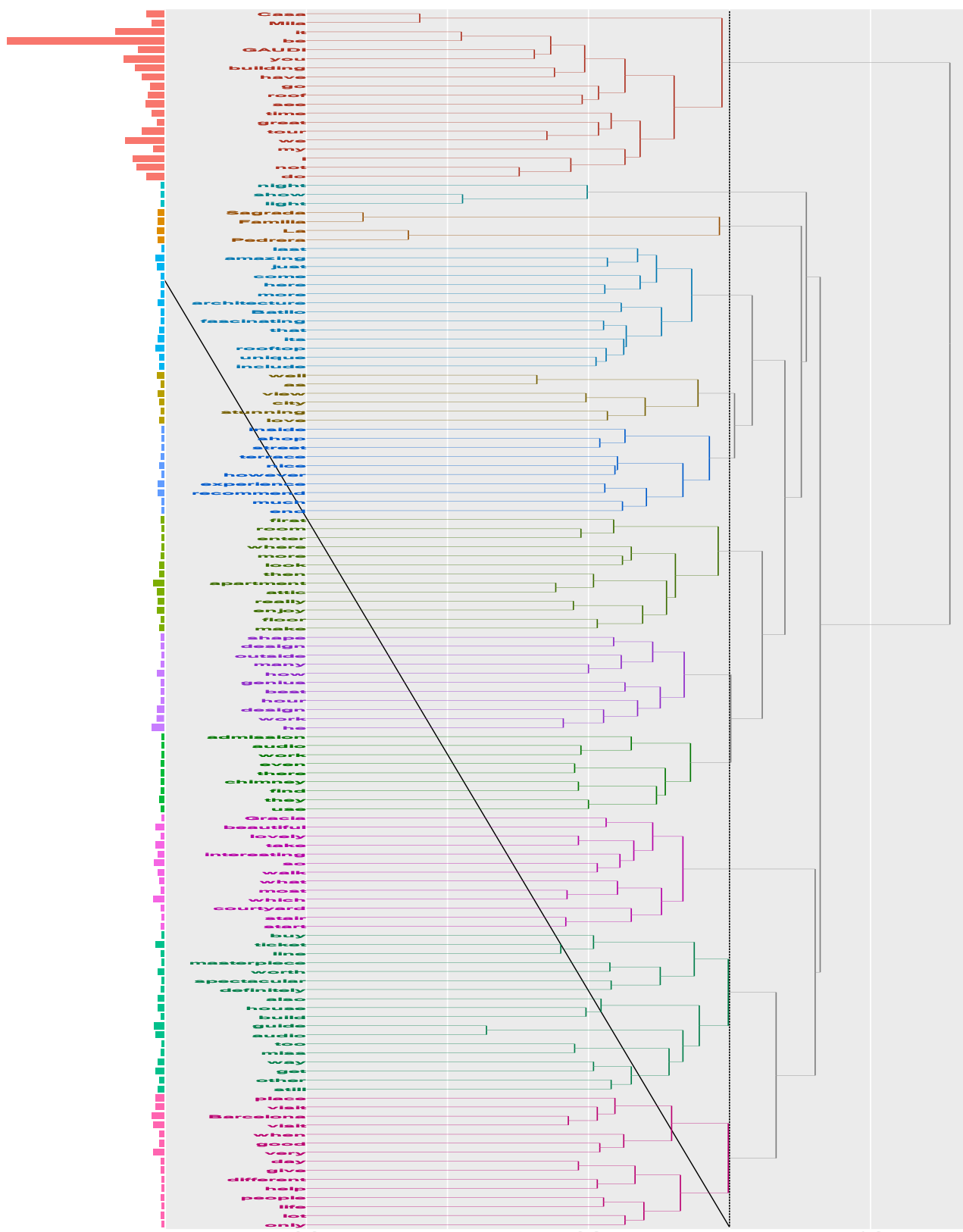
Sudaryta autoriaus

GUELIO RŪMŲ ATSLIEPIMŲ HIERARCHINĖ DIAGRAMA



Sudaryta autoriaus

MILOS NAMO/ LA PEDREROS ATSLIEPIMŲ HIERARCHINĖ DIAGRAMA



Sudaryta autoriaus