

V

**UTICAJ KLIMATSKIH PROMENA NA  
PLANIRANJE I PROJEKTOVANJE**

**SRBIJA**

**UREDNICI:**

**Vladan Đokić i Zoran Lazović**



UTICAJ KLIMATSKIH PROMENA  
NA PLANIRANJE I PROJEKTOVANJE:  
SRBIJA

urednici: Vladan Đokić i Zoran Lazović

Beograd  
2015



UREDNICI: Vladan Đokić i Zoran Lazović

NASLOV MONOGRAFIJE: Uticaj klimatskih promena na planiranje i projektovanje:

Srbija

IZDAVAČ: Univerzitet u Beogradu – Arhitektonski fakultet

ZA IZDAVAČA: Vladan Đokić

RECENZENTI:

dr Aleksandra Krstić Furundžić, redovni profesor, Univerzitet u Beogradu – Arhitektonski fakultet  
dr Ružica Bogdanović, redovni profesor, FGM – Arhitektura Univerziteta Union – Nikola Tesla

LEKTURA I KOREKTURA SRPSKOG: Dina Tomić Anić

DIZAJN KORICE: Ana Savić

GRAFIČKA OBRADA: Nataša Janković

TIRAŽ: 500

ŠTAMPA: Donat Graf d.o.o.

MESTO I GODINA IZDANJA: Beograd, 2015.

ISBN 978-86-7924-156-6

©ZA SRBIJU

Istraživanja publikovana u ovoj monografiji realizovana su u okviru projekta „Istraživanje klimatskih promena i njihovog uticaja na životnu sredinu: praćenje uticaja, adaptacija i ublažavanje“ (43007), koji finansira Ministarstvo za prosvetu i nauku Republike Srbije u okviru programa Integrisanih i interdisciplinarnih istraživanja za period 2011–2016. godine.



## SADRŽAJ

**ZORAN LAZOVIĆ, VLADAN ĐOKIĆ**

[7–27] *Klimatske promene: Srbija*

**ALEKSANDRA STUPAR, IVAN SIMIĆ**

[29–45] *Zelena infrastruktura Beograda kao (re)generativni prostor biofilije*

**VLADIMIR MILENKOVIĆ**

[47–56] *Projektovanje nove pojavnosti vode u urbanom pejzažu Novog Beograda*

**ZORAN LAZOVIĆ, MILENA GRBIĆ, VLADAN STEVOVIĆ**

[57–76] *Klimatske promene i savremena arhitektura – odrednice za Srbiju*

**MILENA GRBIĆ, ZORAN LAZOVIĆ, VLADAN STEVOVIĆ**

[78–92] *Invertovani genotip: lekcije o adaptabilnosti romskih naselja u Beogradu na klimatske promene*

**ANDELA KARABAŠEVIĆ**

[93–107] *Simptomi rizika u vazduhu: tržni centar i simulacija klime javnog prostora grada*

**KSENIJA BUNJAK, MLADEN PEŠIĆ**

[108–132] *Generisanje modela za adaptaciju na klimatske promene: studija slučaja triju sela – Brezna, Viča i Tolišnica*

**ALEKSANDAR VIDENOVIĆ, MILOŠ ARANDELOVIĆ**

[133–149] *Vizitorski centri – nove koordinate unapređenja ruralnih područja Srbije*

**MILOŠ ARANDELOVIĆ, ALEKSANDAR VIDENOVIĆ**

[150–163] *Korišćenje obnovljivih izvora energije u okviru domaćinstava u ruralnim područjima*

**DRAGANA MILIĆEVIĆ SEKULIĆ, JELENA GUČEVIĆ, LJILJANA ALEKSIĆ**

[164–180] *Evidencije o nepokretnostima kao osnova za upravljanje korišćenjem zemljišta*



## *Vizitorski centri – nove koordinate unapređenja ruralnih područja Srbije*

*Aleksandar Videnović i Miloš Arandelović*

### *Apstrakt*

Vizitorski centri su obavezno informativno-promotivne, često uslužno-smeštajne, a ređe istraživačko-edukativne celine, koje svojim manjim ili većim skupom sadržaja treba da zadovolje različite potrebe određenog specifičnog prirodnog ili stvorenog područja. Veoma su bitni za razvoj mreže turističke ponude određenog šireg područja kao punktovi posebne namene, ali i kao marketinško-promotivni markeri za popularizaciju i privlačnost, odnosno „novu prepoznatljivost“ pojedinih lokaliteta u užem prostornom smislu.

Kao moderni reperi, svojom funkcionalnošću i oblikovnom simbolikom mogu biti bitan generator razvoja i povećane posećenosti ruralnih područja, u kojima se specifični lokaliteti najčešće i nalaze. U radu se analiziraju ovi specifični funkcionalno-oblikovni sadržaji, sa gledišta mogućih tipoloških podela, iskustvenih obrazaca, odnosno sagledavanja potreba za pojedinim njihovim vidovima u ruralnim prostorima i arealima Srbije, a u zavisnosti od okruženja i doživljaja koje treba da predstave korisnicima.

Osim teoretskog razmatranja i prikaza primera iz bližeg i daljeg okruženja, kao i sagledavanja potreba za sličnim punktovima u Srbiji, rad donosi i kratak prikaz iskustva primene ove teme u nastavi na master studijama iz oblasti arhitektonsko-urbanističkog projektovanja.

***Ključne reči:*** vizitorski centri, ruralna područja, info-punktovi, staništa na putevima turizma, nastavna tema.



## *Uvodna razmatranja*

U uslovima izmenjenih prirodnih uslova života (gde je klimatski faktor samo jedan – posledičan, ali bitan činilac, a koji preuzima ulogu generatora daljeg razvoja okruženja), kao i mnogo izraženije promenjenog socio-ekonomsko-društvenog okvira prostora, iznova se sagledavaju gotovo svi aspekti života, ne samo u Srbiji. Skoro svakodnevne dinamične i raznovrsne socio-loške promene, u životnom ritmu, u ustaljenim navikama ponašanja i relacijama ljudi, međusobno i prema okruženju, neminovno vode ka promišljanju o kvalitetu ustanovljenih ili spontano nastalih odnosa prema potencijalima i mogućim resursima daljeg razvoja društva.

Turizam, odnosno svi njegovi primenljivi tradicionalni i savremeni oblici, predstavlja jedan od važnijih ustanovljenih potencijala daljeg razvoja socio-prostornog okvira Srbije. Tako javno prihvaćen, ipak ostaje u okvirima ustaljenih poimanja i doktrina turističkih uslužnih ponuda, zatvoren u starovremensko, deplasirano poimanje aktuelnosti, promenjene potražnje i potreba korisnika. Ako se pri tom ima u vidu i ruralni karakter ogromnog prostora Srbije, u kome se nalazi, egzistira i manifestuje suština – predmeti moguće turističke ponude, jasno je da u organizaciji savremenog iskorišćenja tih potencijala, nedostaje pre svega informativna, a potom i sva druga (receptivna, smeštajna, prezentaciona, edukativna, kulturološka, rekreaciona, prateća...) nova ili osavremenjena suprastruktura.

U tom smislu, sagledavanje prednosti instaliranja u specifične i pažnje vredne prostore, novih i postojećih (prenamenjenih) vidova turističkih sadržaja u vidu vizitorskih centara (u širokom spektru njihovih pojava formi), predstavlja pokušaj afirmacije novog pristupa animiranja korisnika u oblasti turističke privrede, ali i doprinos redefiniciji tipologije podrazumevanih arhitektonskih sadržaja u specifičnim prirodnim i stvorenim okruženjima.

Osim ruralnog karaktera, koji odlikuje područja posebnih prirodnih i stvorenih odlika u Srbiji, njih karakteriše (uz poznate izuzetke) i specifična mera očuvanosti, ne samo u smislu prirode i kvaliteta životne sredine, već i u pogledu autohtonih vizuelno-ambijentalnih vrednosti okruženja. Razlog ovoj povoljnosti za dalje delovanje i razvoj može se pronaći prvenstveno u društveno-ideološkoj inferiornosti i zanemarivanju ruralnih teritorija u drugoj polovini prošlog veka, ali i u nedostatku društvenih uslova, inicijativa, investicija i sveopštem (ne samo materijalnom) siromaštvu poslednjih decenija, na prelazu vekova.

U trazicionim društveno-ekonomskim okolnostima, u atmosferi retkih investicionih ulaganja sa često neizvesnom isplatljivošću, uz okolnosti pionirskih ulaganja u inicijaciju razvoja mnogih pasivnih područja, fleksibilnost programa novih sadržaja i racionalizacija – multifunkcionalnost, posta-



ju veoma važni faktori planiranja. Osim rečenog, u uslovima permanentnog nedostatka sredstava za izgradnju novih sadržaja, snalažljivost i inicijativa u rekonstrukcijama, adaptacijama, dogradnjama, inoviranjima, prenamenama i osavremenjivanjima, a time i očuvanju i potpunom iskorišćenju postojećih sadržaja, koji postoje u velikoj meri na terenu, postaje imperativ u društvenom ponašanju i osnovni vid racionalnog vladanja u pokušaju razvoja određenih sredina.

U kontekstu gorenavedenih teza, edukacija studenata arhitekture u projektovanju i kreativnom reagovanju na teme u ruralnim područjima i gradskim arealima korisno je i logično iz najmanje dva razloga:

1) Veliki je i raznovrstan izbor sadržaja koji se mogu osmišljavati, kombinovati i plasirati kroz formiranje programa vizitorskih centara, od minimalnih (vidikovci, info-punktovi), preko standardnih (uobičajena turističko-uslužna kombinacija sa eventualnim vanrednim funkcionalnim ekstenzijama), do složenih sklopova (osim standardnih, oni uključuju i prostore posebne namene, koji su u neposrednoj vezi sa specifičnim lokacijskim predispozicijama – arheološki lokaliteti, vinski putevi i vinarije, istorijske celine, etno-vernakularne grupacije i celine, područja posebnih prirodnih odlika, rezervati prirode...); ovakva funkcionalna disperzija kvalitetna je nastavna osnova za provežbavanje različitih metodoloških pristupa u projektovanju, od osmišljavanja programa, do kompletnog dizajna, uključujući i izlete u tehnološke probleme i detalje;

2) Kako je razvojna osnova Srbije zasnovana na unapređenju i osavremenjavanju poljoprivrede, kao jedne od osnovnih privrednih grana, i iz nje izvedenih delatnosti, poput turizma, i kako treba očekivati da će se ulaganja i aktiviranja područja okrenuti prema selu i ruralnim područjima, odnosno turističkim potencijalima, tako je i logično da se u edukativnom smislu kod studenata arhitekture, osim stambene problematike, unapređuju znanja iz pratećih oblasti života, a pre svega onih koje će velika većina njih biti u prilici da planira i gradi; ovde se pre drugih misli na realne potrebe u ruralnim sredinama (poljoprivredni objekti najrazličitije vrste, stanovanje uz ekonomiju, uređenje elemenata i sela u celini), kao i one u turističkom smislu (usluge smeštaja, ishrane, trgovine, prezentacija, manifestacija, edukacije, rekreacije i drugih specifičnih potreba).

### ***Problem sa turizmom u ruralnim prostorima Srbije***

Iako izuzetno bogata potencijalnim turističkim prostorima, ruralna teritorija Srbije je, ako se izuzmu retki izuzeci, organizaciono nedostupna konzumentima različitih potreba i interesovanja. Radi pojašnjenja potrebe za vizitorskim centrima u pomenutim područjima, ovde će se u kratkim crtama analizirati osnovni razlozi takvih tendencija.



U ambijentu sve bržeg i stresnijeg načina života, konzumenti turističkih ponuda sve manje odmor koriste jednom ili dva puta godišnje u uobičajenim letnjim (morskim) i zimskim (skijaškim) aranžmanima. Potreba za češćim ali kraćim odmorom, koji treba da bude i aktivan u saznavnom i rekreativnom smislu, sve je izraženija. Za takvu ponudu potrebna je i drugačija filozofija i način organizovanja u turizmu. Naime, reč je o principu konstantnog danonoćnog rada turoperatera, koji turiste prate na putovanju i gde je isključeno uvreženo organizovanje promene smena nakon višednevnih boravaka na jednoj destinaciji, već se radi o dinamičnoj promeni mesta događaja na putovanju i noćenjima sa konstantnim obilascima znamenitih tačaka na unapred utvrđenoj turi. Nedostatak modernih turističkih ponuda i savremenog poimanja iskorišćenja potencijala je tek jedan od razloga slabo razvijenog turizma u ruralnom prostoru Srbije.

Drugi razlog se može tražiti u ignorisanju organizacije turizma po savremenim principima tematskih celina – klastera. Iako postoje veoma kvalitetni preduslovi za organizovanje specijalizovanih putovanja (često figurativno nazivani „putevima“ – otuda putevi rimskih careva ili vinski putevi – i „tura-ma“ – manastirske, dunavska, fruškogorska...), takvih je veoma malo ili ih nema u ponudi. Ono što se čini da postaje aksiom u turizmu Srbije jesu razne manifestacije u trajanju od najčešće jednog, do ređe nekoliko dana, jednom godišnje, koje se dešavaju u najrazličitijim mestima i naseljima, posvećeni najčešće prehrambenim proizvodima (tzv. »ijade« – slaninijada, kobasicijada, kupusijada...), a na čemu se, s obzirom na to da se u preostalom delu godine na takvim mestima ne dešava ništa, ne može zasnivati ozbiljnija turističko-privredna delatnost. Na raznim događajima, koji se različitim povodima dešavaju tokom cele godine, može opstajati turizam u većim gradovima, jer se po pravilu u njima uvek neka od manifestacija različitog tipa odvija. Celogodišnji turizam u manjim mestima i ruralnim naseljima i područjima, mora biti drugačije zasnovan i organizovan.

Treći bitan razlog neuspešnog turizma u ruralnim teritorijama predstavlja problem nadležnosti i koordinacije nad sadržajima određenog područja. Prirodne atrakcije, celine i srodni sadržaji koji predstavljaju jedan turistički brend obično se prostiru na teritorijama koje zahvata administracija više opština, a ponekad i više od jednog okruga. U takvim slučajevima problem u organizaciji kvalitetnog i osmišljenog turizma predstavlja najčešće nedostatak inicijative u održavanju sadržaja i osmišljavanju programa na svojoj teritoriji kod pojedinih administracija, kao i nespремnost na saradnju i zajedničko iskorišćenje resursa sa drugim upravama u okruženju. Osim navedenog, čest je problem nezainteresovanost opštinskih vlasti i za sadržaje koji su u isključivo njihovoj nadležnosti. Neretko, radi se o nestručnosti u organizovanju, lošem menadžmentu, a što je podržano i odsustvom spremnosti, a viškom sujete, da se turistička ponuda organizuje uz stručnu pomoć sa strane.



Uz prethodno iznete razloge, a oni predstavljaju samo deo nepovoljnosti za razvoj kvalitetnog turizma u seoskim područjima, jasnija je slika stanja u turističkoj ponudi ruralne Srbije. Nameće se, uz pomenute okolnosti, promišljanje na temu pokušaja unapređenja turističke ponude, pokušajem formiranja novih koordinata, umreženih tačaka, stanišnih sadržaja ili memorijskih mesta. Da li bi takva odredišta imala minimalnu funkciju (npr. samo vidikovac – mesto lepog pogleda) ili složenu strukturu multifunkcionalnog karaktera (od višednevnog boravka, seminara, kongresa, rekreacije, istraživanja, do tematskih, prezentacionih, komercijalnih ili marketinških...), umnogome bi zavisilo od mesta u hijerarhiji srodnih tačaka, ali i posebnosti lokacije, uslova za duži boravak, postojanja obaveze posebne zaštite okruženja, odnosno veličine teritorije i lokaliteta, geografske celine ili područja koje pretenduje da se promoviše. Podrazumeva se da ovakvo razmatranje uzima u obzir podjednako izgradnju novih, ali i iskorišćenje i prilagođavanje eventualnih postojećih sadržaja.

### ***Vizitorski centri kao elementi umrežavanja puteva turizma***

Vizitorski centri su prvenstveno edukativne celine, koje svojim sadržajima pretenduju da pruže posetiocima usluge informisanja, a zatim i novih saznanja na temu specifičnosti određenog područja u kome se lociraju i time znatno doprinesu razvoju i promociji ruralnih područja, odnosno širenju različitih, uglavnom pozitivnih predstava o njima. Pojam „vizitorski“ potiče od engleske reči *visitor*, što u prevodu znači *posetilac*, odnosno izvedeno – centar za posetioce.

Razvoj vizitorskih centara podstaknut je interesovanjem posetilaca i potrebom za različitim uslugama u okviru turističke ponude na određenom području. Turizam, kao zasebna privredna grana, u sve većoj meri mora da preuzima inicijativu u generisanju, popularizaciji i prezentovanju teže uočljivih specifičnosti određenih područja na globalnom tržištu, odnosno u osmišljenom stvaranju imidža ili brenda pojedinih lokaliteta, kako bi oni imali veću posećenost.

Ruralna područja u tom domenu poseduju ogroman potencijal, pre svega zbog svoje prirodne i kulturne raznovrsnosti. Pod pojmom „ruralno“ mogu se definisati vangradske oblasti, pa i gradski areali čija su osnovna fizička i geografska svojstva determinisana u okviru korišćenja zemljišta za poljoprivrednu proizvodnju i šumarstvo. Veliki interes internacionalnog tržišta za doživljajima ruralnog turizma pokrenuo je osavremenjivanje ponude odnosno sadržaja, koji opet moraju biti u korelaciji sa savremenim načinom življenja.



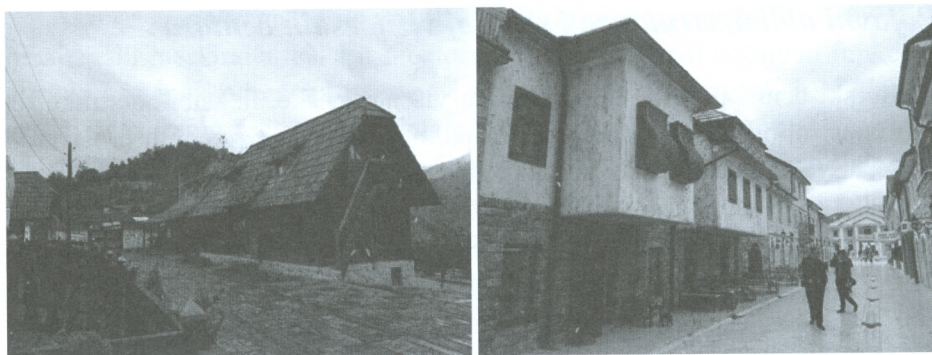


*Prilog 1.* Moguće preuzimanje savremene funkcije reperne tačke – vizitorskih centara u svom okruženju: etno-domaćinstvo (dvorište) Latkovac kod Aleksandrovca i Muzej na otvorenom – Staro selo u Sirogojnu, formirano od sačuvanih i prenesenih vernakularnih objekata. (izvor: fotografije iz arhive autora)

Presudan faktor prilikom planiranja budućih sadržaja vizitorskog centra treba da bude odabir same lokacije i konteksta. Ambijent mora da poseduje specifičnosti koje mogu biti interesantne budućim posetiocima. Bavljenje turizmom i formiranje ovakvih objekata u ruralnim područjima podstiče njihov direktan ekonomski razvoj. Interesovanje posetilaca može uključiti i pojedinačna domaćinstva (mogu se poistovetiti sa ekspanzijom etno-domaćinstava poslednjih decenija) u okviru nekog naselja, tako da i ona indirektno postanu elementi „vizitorske“ kompozicije. Domaćinstva se na ovaj način reafirmišu u cilju bavljenja turizmom u ugostiteljske objekte oslikavajući internacionalni trend koji nekadašnje poljoprivredne celine prevodi u vrstu turističkog proizvoda. Osim njih, i retko spomeničko nasleđe vernikularne arhitekture (poput Starog sela u Sirogojnu) može preuzeti novu funkciju staništa na putevima turizma. U geografskom smislu, ovi primeri mogu imati važnu ulogu u ostvarivanju mreže vizitorskih centara.

Vredno je pomenuti i veliki broj objekata, bilo da su u seoskim naseljima ili van njih, koji su izgubili prvobitnu važnost i namenu i koji bi kao rekonstruisani mogli biti stožerne tačke povezivanja turističkih poteza u Srbiji – zadrugni domovi, zanatske zadruge, školske zgrade koje su ostale bez đaka, vredni i još uvek obnovljivi vernakularni objekti sa elementima tradicije u gradnji, napuštene kasarne, i mnogi drugi pojavni oblici u ruralnim područjima, koji svojim sačuvanim bonitetom mogu biti u upotrebi. Time bi se postigla najmanje dva pozitivna efekta: spasavanje objekata od propadanja i plasiranje novih funkcija, koje su važne za opstanak sela, kroz razvoj turizma.





*Prilog 2.* Nova naselja u etno-stilu kao specifičan vid vizitorskih centara sa kompletnim sadržajima: Drvengrad – Mećavnik u Mokroj Gori na Tari i Kamengrad/Andrićgrad na reci Drini, Višegrad, Republika Srpska. (izvor: fotografije iz arhive autora)

Fenomen izgradnje čitavih novih naselja, poput Drvengrada u Mokroj gori i Kamengrada u Višegradu (Republika Srpska), samo potvrđuje izuzetnu potrebu za sadržajima ovog tipa. Ova dva slučaja su tipični primeri formiranja celina koje se mogu nazvati i tretirati kao vizitorski centri u pravom smislu reči. Osim što svojim urbanističko-arhitektonskim rešenjima uvažavaju tradiciju i podneblje u kome su formirani, oni svojim ostvarenim funkcijama predstavljaju magnet za posetioce, koji sa novim elanom dolaze radi njih, upoznavajući i šire okruženje i sadržaje oko njih. Višegrad, sa starim čuvenim mostom, nije više imao privlačnu moć za posetioce, koji su prolazeći kroz ovaj grad već videli čuvenu ćupriju na Drini. Novi grad – vizitorski centar, novi je motiv za ponovno posećivanje i unapređenje šireg okruženja. U njemu se mogu zadovoljiti potrebe za bazičnim, kratkim ili dužim boravkom, noćenjem, ishranom, trgovinom, informisanjem, ali i daleko složeniji zahtevi posetioca u kulturološkom, edukativnom i saznavnom smislu.

Ista filozofija korisnosti odnosi se i na Mećavnik, u kome se osim bazičnih potreba, dolazi i zbog već tradicionalnih festivala, koncerata, manifestacija, pa posledično i šira okolina ima svoje uzlete, poput obnovljene uske pruge, Šarganske osmice, do drugih atrakcija prema Užicu i Višegradu, odnosno Bajinoj bašti preko Tare.

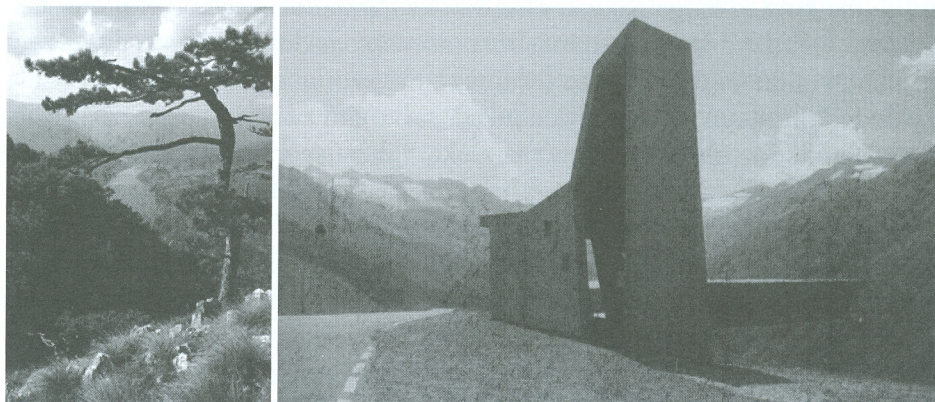
Iako možda pod drugim imenom ili namerom, autori ovih novih gradova ostvarili su ono što se ovim tekstom i predlaže, a radi osnaživanja turističke ponude u ruralnim prostorima Srbije.



### *Pojavni oblici, struktura i sadržaj vizitorskih centara*

Vizitorski centri postali su sinonim za višenamenske, fleksibilne strukture. Složenost njihovih sadržaja odražava kompleksnost savremenih društvenih potreba. Višenamenska uloga ima prednost u organizovanju raznovrsnih programa, koji omogućavaju da centri aktivno funkcionišu tokom cele godine, što jeste primarni preduslov, ukoliko se želi opstanak ovakvih sadržaja, njihova isplativost i sposobnost promovisanja određenog područja, a time i komercijalizacija kao krajnji cilj.

Uočavaju se dva osnovna tipa vizitorskih centara. Prvi predstavljaju pojedinačne informacione prostorne sadržaje (info-punktove), koji isključivo služe da pruže potrebna obaveštenja i dodatna saznanja posetiocima o predmetnom lokalitetu. Drugi predstavljaju višenamenske fleksibilne strukture i, za razliku od prvog tipa, pružaju dodatne različite mogućnosti, od edukacije, smeštaja, rekreacije, muzejsko-galerijskih postavki, organizacije skupova, pa do prezentacije proizvodnih procesa, degustacije proizvoda i komercijalnog dela njihove prodaje i plasmana (kao što je slučaj npr. kod vinogorja i vizitorskih centara u okviru njih).

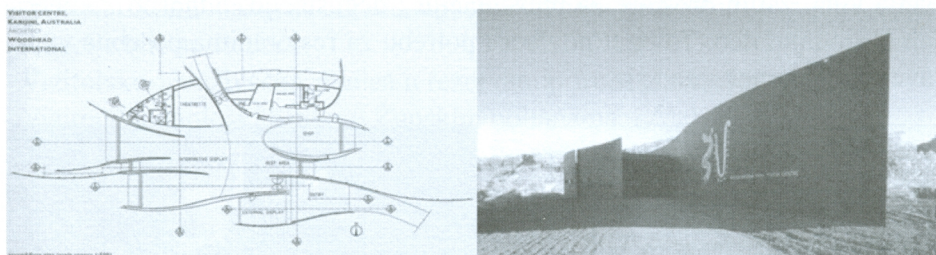


*Prilog 3. Primarne vizitorske tačke: pogled ka Perućaćkom jezeru sa „Krsta“ na Tari (iz monografije *Drina*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd) i vidikovac *Timmelsjoch*, Austrija/Italija (*Werner Tscholl Architects*), sa stajalištem na litici pored puta. (izvor: časopis *C3*, No. 359/2013)*

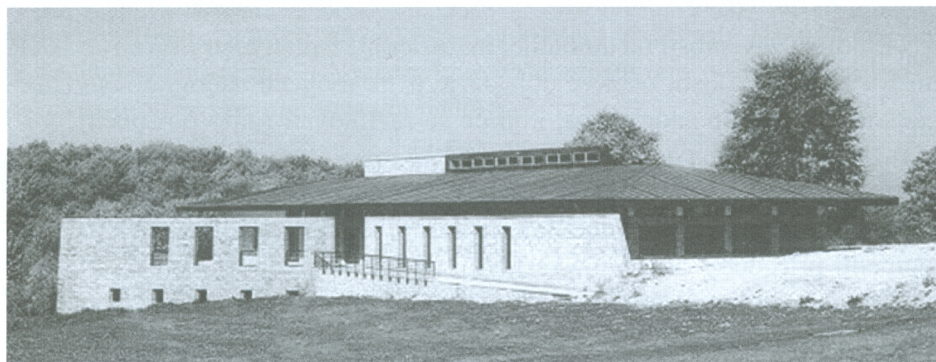
Novoformirane prostorne strukture ne moraju uvek biti fizički povezane. One mogu biti integrisane u paviljonski sistem sa više nezavisnih objekata. Na taj način se objekti mogu i etapno realizovati, odnosno može se u razvojnom smislu obogaćivati ponuda, a u zavisnosti od interesovanja potencijalnih konzumenata. Naravno da se u takvim slučajevima posebno vodi računa o estetici kompleksa koji nastaje u dužem vremenskom razdoblju, odnosno da se oblikovno čitava struktura definiše u začetku ideje.



Ako se prenebregne primarni (bazični) tip vizitorskog centra – fizički i dizajnerski markirana tačka u prostoru, koja može imati ogoljenu funkciju, ali kojoj je ipak određena namena i namera (npr. vidikovac), i sa filozofskog posmatranja fenomena sadržaja krene dalje u program, onda osnovni sadržaj vizitorskih centara treba da čini informaciono-prezentacioni (izložbeno-komercijalni) deo, sa manjim kafe barom za osveženje, toaletima i eventualno prigodnim skladišno-pomoćnim prostorom.



Prilog 4. Vizitorski centar sa osnovnim informaciono-prezentaciono-uslužnim sadržajima (Visitor center, Karijini, Australija, arhitekta: Woodhead International). (izvor: iz arhive autora)



Prilog 5. Spomen-dom na Ravnoj gori (autor arh. Spasoje Krunic), po strukturi sadržaja predstavlja vizitorski centar na istorijskom lokalitetu, sa osnovnim (informaciono-prezentacionim) i minimalnim sadržajima noćenja i boravka. (izvor: iz arhive autora)

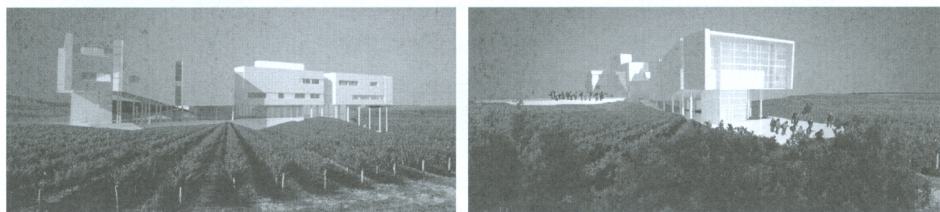
Dalje se centar može nadograđivati prvim srodnim programskim korakom – edukaciono-istraživačkim prostorima, poput univerzalnih sala za predavanja, projekcije, predstave i performanse, spoljnog i unutrašnjeg amfiteatra, učionica (radionica-vežbaonica), internet-sala, medijateka, biblioteka...

Time centar dobija na korisnosti, ali istovremeno za sobom povlači i potrebu za višednevnim boravkom posetilaca, sada već korisnika, pa u takvoj daljoj ekstenziji, i potrebu za ambicioznijim programskim polazištima, treba da sadrži i sobe za noćenje, prostore društvenog okupljanja i pansionski restoran sa kuhinjom.



Ako bi se program dalje razvijao u rekreaciono-relaksacionom smislu, sadržao bi i spa i velnes sadržaje, eventualno teretanu, manji bazen i spoljne sportske sadržaje, a u slučaju ozbiljnije sportske namene i unutrašnje prostore za neke od sportova.

Sa druge strane, ako bi vizitorski centar bio lociran uz neke od specifičnih sadržaja uslovljenih okruženjem, npr. vinogorjem, morao bi sadržati i manji proizvodni pogon (vinariju) u cilju prezentacije proizvodnog procesa i čuvanja vina, zatim prostore za prezentaciju i degustaciju, odnosno komercijalno-prodajni deo. To opet povlači i potrebu za restoranima posebne vrste, tavernama, konobama i sl.



*Prilog 6. Završni master-projekat, diplomski rad, Vizitorsko-enološki centar uz Rajačke pivnice, Negotin. (autor M. Arandelović, mentor A. Videnović)*

Dakle, u zavisnosti od ambicije, investicione isplativosti i zarad atraktivnosti i ekskluzivnosti, ovakve objekte je uvek moguće nadograđivati (obogaćivati) dodatnim sadržajima, koji će se razlikovati samo po specifičnosti okruženja koje treba da promovišu i odluke investitora do kog nivoa opremljenosti treba ulagati.

Vizitorski centri treba da budu definisani kao prostori atrakcije i aktivni elementi prirodnog okruženja sa kojim su u neposrednoj interakciji. Kompatibilnost objekta i okruženja je cilj kome treba težiti prilikom planiranja ovakvih struktura. One su zamišljene kao izložbene, paviljonske, prostorne kompozicije koje reprezentuju autohtonu kulturu i zaštićene prirodne vrednosti nekog područja na krajnje racionalan način. Ruralna područja iz tog razloga za njih predstavljaju idealne poligone, koji im pored toga mogu još obezbediti primenu i proveru ideja o održivom razvoju i korišćenju obnovljivih izvora energije (npr. sunce, voda, vetar).

Ekspanzija vizitorskih centara poslednjih godina oslikava opšti trend potrošačkog društva, koje naplaćuje i maksimalno eksploatiše prirodne i kulturne resurse. Raznovrsnost turističke ponude može se pozitivno odraziti na raznovrsnost sadržaja vizitorskih centara. Njihov višenamenski karakter doprinosi privlačenju različitog profila korisnika. Autentičnost u funkcionalnom i u oblikovnom smislu definiše novi i drugačiji način promovisanja prirodnog i kulturnog nasleđa ruralnih predela savremenom društvu.



## *Vizitorski centri kao tema na master studijama arhitekture*

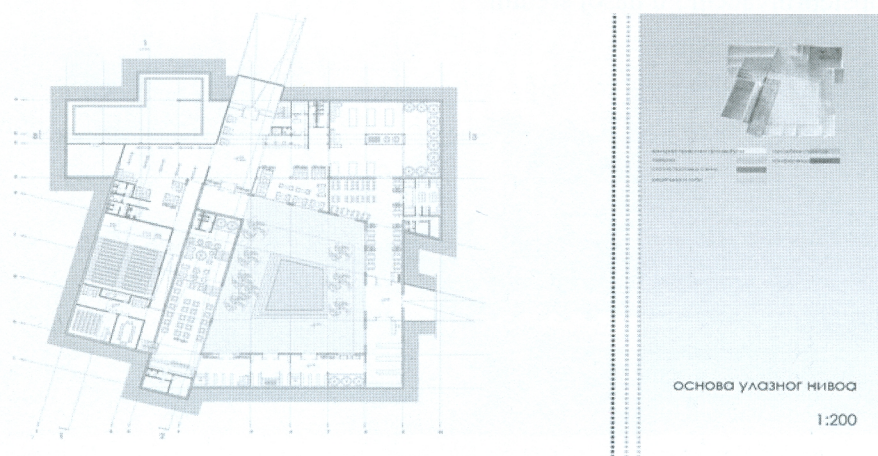
Već nekoliko poslednjih generacija studenti prve godine master akademskih studija, u okviru *Master projekta 1* ili *Master projekta 2*, ali i izbornog predmeta *Projektovanje u ruralnim područjima – rekonstrukcija i formiranje novih centara u selima*, projektuju vizitorske centre.

U zavisnosti od zadate lokacije, bili su u prilici da projektuju pomenute sadržaje, u kombinaciji sa određenom specifičnom dodatom funkcijom. Teme i lokacije bile su sledeće:

- Vizitorsko-istraživačka stanica u rezervatu prirode Zasavica,
- Vizitorsko-enološki centar u Župskim poljanama – Aleksandrovac,
- Rekonstrukcija centra sela Vlasina Rid sa rešenjem kontakta sa Vlasinskim jezerom,
- Uređenje centra sela Donja Kamenica kod Knjaževca.

Pre izrade svakog od semestralnih projekata studenti su obilazili lokaciju, u okviru organizovanih jednodnevnih ili višednevnih ekskurzija, upoznavajući se pritom i sa manje ili više srodnim temama, celinama i lokalitetima koje je bilo moguće posetiti u okviru ekskurzija. Iskustvo sa tih putovanja govori o tome da je organizovanje osmišljenih i sazajno kvalitetnih ekskurzija neobično važno, gotovo obavezno, u edukaciji u oblasti arhitekture, jer se količina neposrednih iskustava koje studenti upijaju na terenu ne može nadoknaditi u redovnoj nastavi ni na koji način.

Osim navedenog, važan je i pristup da se zadaci odnose i na područja mimo teritorije Beograda i drugih većih gradova, u ruralnim prostorima, kao i činjenica da se takvi prostori upoznaju barem u istoj meri u kojoj se upoznaju inostrane destinacije. Može se konstatovati da je važno upoznati sopstvenu sredinu, makar u meri koliko se poznaju svetska iskustva.



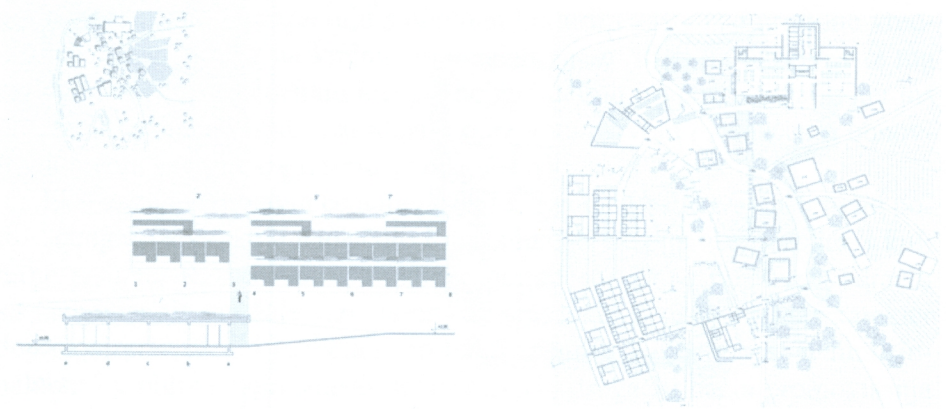
*Prilog 7. Projekat Vizitorsko-enološkog centra u Župskim poljanama, Mitrovo polje, Aleksandrovac. (student Nina Uljarević)*



Studenti su pristupali zadacima prema sopstvenom senzibilitetu, pa su se u rešenjima našla i blokovska i paviljonska rešenja, ali i kombinacija ta dva pristupa. Osim toga, u oblikovnom smislu, opet po sopstvenom osećanju, projektovali su i gabaritno snažne objekte, ali i mekše rešene komplekse, koje su uspešno sjedinili sa ne uvek jednostavnom topografijom terena. Uz sve navedeno, bilo je i radikalnijih izmena programa, uz obavezu da težina zadatka ne bude ispod nivoa prve godine master studija. Postizani su veoma zadovoljavajući rezultati, sa evaluacijom iznad proseka generacije, što govori o zanimljivosti teme i širini mogućnosti u kreiranju individualnih rešenja. Zanimljivost zadatka ogledala se u promenljivosti pejzaža i izazovu fluktuirajućeg nivoa voda, a u Župskim poljanama i u obavezi formiranja vinskih podruma i prigodne proizvodnje vina, što je uslovalo rešavanje sadržaja u razigranim nivoima.

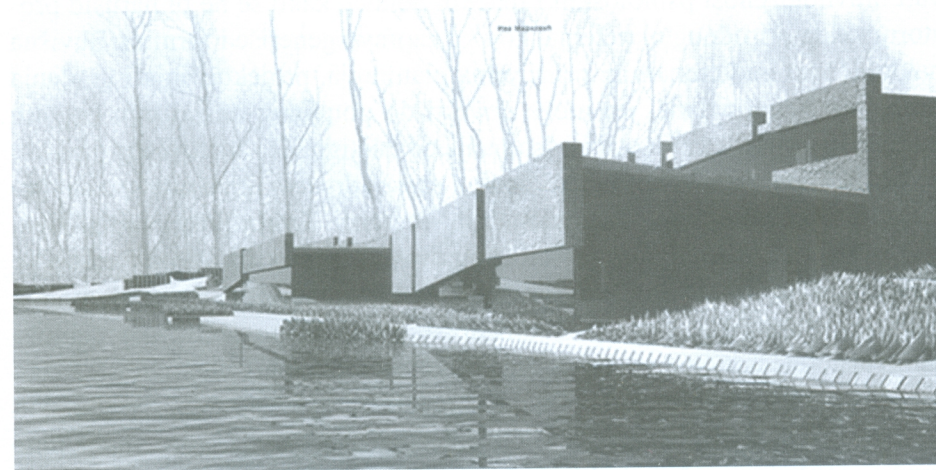
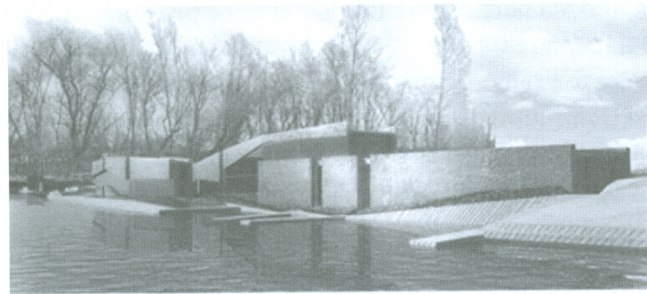
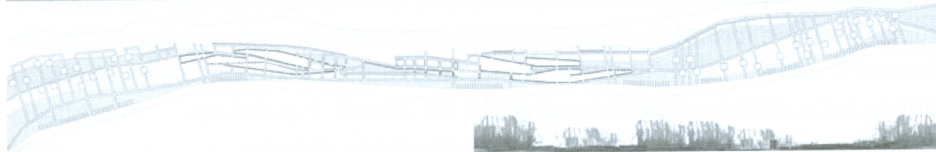
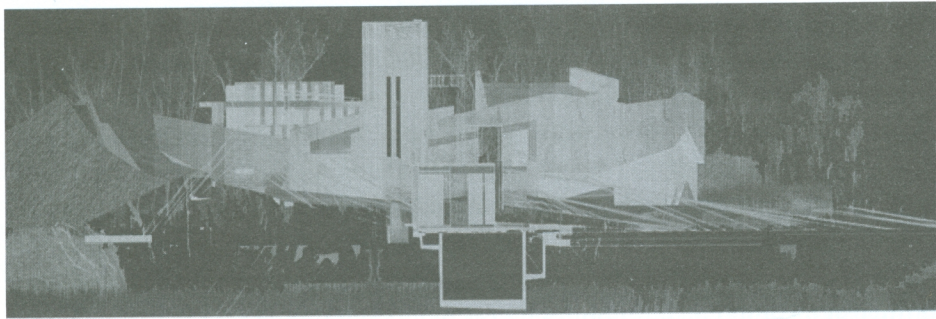
Sama tema, svojom aktuelnošću i složnošću programa, provocira kreativna rešenja, pa se dobri rezultati očekuju i na kraju tekućeg semestra. Konstatacije iznete u ovom radu proverene su, dakle, u neposrednom radu sa studentima, na terenu sa lokalnim stanovništvom i u obavljenim izložbama, odnosno, dodatno će se proveriti u narednim planiranim javnim izlaganjima.

Kroz studentsko rešavanje predmetnih zadataka i kroz njihova rešenja, mogla se osetiti opravdanost teza da bi umrežavanjem centralnih sadržaja i novih funkcionalnih nukleusa u selima i ruralnim područjima mogao biti podstaknut drugačiji odnos kolebljivih posetilaca prema navikama u odnosu na predmetne prostore. Novim atraktivnim sadržajima, koji nikako ne smeju biti tipizovani i standardizovani, već uvek originalni i odgovarajući sredini u kojoj se interveniše, moglo bi se pokušati sa revitalizacijom prostora sela u Srbiji, imajući u vidu da su već odavno ustaljeni trendovi bežanja iz gradova u očuvane sredine sa manjim nivoom stresa i brzine života na pragu da budu opšteprihvaćeni i u našoj sredini.



*Prilog 8.* Projekat Vizitorsko-enološkog centra u Župskim poljanama, Mitrovo polje, Aleksandrovac. (student Jagoda Andrić)





*Prilog 9. Projekat Vizitorsko-istraživačke stanice u rezervatu prirode Zasavica.  
(student Iva Marković)*



## *Zaključna razmatranja*

Vizitorski centri predstavljaju evolutivni model koji redefiniše postojeća saznanja o planiranju i projektovanju odmarališta i hotelskih struktura, integrišući različite sadržaje (recepzione, informacione, edukativne, boravišne, kulturološke, uslužno-komercijalne, rekreacione...) u jednu kompaktnu celinu. Značaj formiranja ovakvih objekata ogleda se pre svega u okvirima reprezentovanja prirodnog i kulturnog nasleđa javnosti, zatim ekonomskom, infrastrukturnom i drugim oblicima opšteg, generalnog razvoja ruralnih područja. Turizam u ruralnim područjima, pored odmora, podrazumeva i aktivno upoznavanje sa sadržajima, prirodom, tradicijom, nasleđem i drugim životnim različitostima u odnosu na gradske sredine. Iz tog razloga vizitorski centri mogu se okarakterisati i kao odgovor procesu globalne „turizmomanije“ i sve većoj želji društva da upozna neistražene i zapostavljene prostore, koji se nalaze van granica urbanih centara.

Razvoj turizma aktivira i angažuje širi kontekst nekog područja, tako da je u saznavnu i interaktivnu ponudu moguće integrisati različite činioce nasleđa (prirodnog, kulturnog, industrijskog, itd.), a u cilju što bolje promocije i prezentacije novog prostora javnosti. Višenamenska uloga vizitorskih centara apsorbuje karakteristike i autentičnosti lokaliteta, koje u suštini određuju njegovu buduću namenu. Ovakav princip omogućava razvoj i planiranje različitih sadržaja koji podstiču bavljenje drugačijim vidovima turizma (npr. seoski, zdravstveni, kulturološki, lovni, sportsko-rekreacioni, edukativni, vinski – enološki, eko-turizam, etno-turizam i dr.).

Arhitektura vizitorskih centara definisana je sinergijom jednostavnosti i racionalnosti forme i kapaciteta. Postojanost ovakve strukture mora posedovati uravnoteženost psiholoških i fizičkih pojava, kako se ne bi narušio prostorni sklop prirodnog okruženja, koji ga zapravo generiše i formira. Suvišna naklonjenost tradicionalnim principima planiranja, projektovanja i građenja može biti neopravdana, jer može dovesti do potpunog unižavanja bogatih kulturnoistorijskih vrednosti i odstupanja od dostignuća savremenog društva.

Proizvodnja novih kultura življenja i razvoj društva utiču na uspostavljanje drugačijih oblikovnih i funkcionalnih vrednosti. Kulturološka raznolikost, kao jedna od karakteristika savremenog društva, može uticati na formiranje budućih sadržaja objekta, umesto moderne jednoobraznosti i unificiranog dizajna. Arhitektura u savremenom društvu ne može opstati ako definiše samo osnovne principe građenja. Neophodnost senzacije i kreativnosti važan je uslov u procesu projektovanja višenamenskih sadržaja poput vizitorskih centara. Edukativna dimenzija ovih objekata uspostavlja nove modalitete građenja višenamenskih struktura, čiji je cilj očuvanje prirodnog i kulturnog identiteta ruralnih područja.



Razvijanje mreže vizitorskih centara, bilo da su u pitanju novi ili obnovljeni i adaptirani postojeći sadržaji, nije ipak jedini i dovoljan uslov za obnovu i aktiviranje ruralnih prostora Srbije. U nizu potrebnih poteza, ili koraka koje treba napraviti, to je veovatno samo prvi, ali bitan uslov, kako bi se oko takvih centara formirala kritična masa pozitivne energije, znanja, htenja i mogućnosti, da se iz korena promene negativne tendencije u vođenju i upravljanju resursima bogatih, a idejama i voljom siromašnih ruralnih prostora Srbije. Dalji bitan korak predstavljalo bi objedinjavanje i definisanje turističkih područja, i to ne stvaranjem nove, još jedne u nizu kategorizacije ili statističkih atlasa sela, već formiranjem novih mikroregiona, mimo sadašnjih administrativnih granica, zasnovanih na zajedničkim prirodnim i stvorenim vrednostima, običajima i mentalitetu, gde bi se formirala mreža turističkih krugova i puteva, odnosno šema mogućih turističkih ponuda, koje bi mogle imati različite pojavne oblike, trajanja, aktivnosti i ritam, i koje bi različitošću uspele da privuku široki krug korisnika. Decentralizacijom upravljanja ruralnim prostorima, kao i nizom drugih državnih mera, mogu se angažovati preduzimljivi privredni i turistički subjekti, koji bi poput uspešnih preduzeća aktivirali učmali ruralni prostor, izmirujući obaveze prema državi i istovremeno unapređujući socio-ekonomsku sliku seoskih prostora Srbije.



## **Bibliografija**

- Вујовић, М., Б. Матић (2009). „Стратегија – Три окоснице развоја“. Уводник. *Србија – национална ревија*, бр.12. Принцип прес, Београд, 18–19.
- Николић, М., Н. Милашин (2003). „Одрживи развој планинских подручја Србије“. Зборник радова научног скупа. ИАУС, Београд.
- Милашин, Н., Н. Спасић, М. Вујошевић, М. Пуцар (2004). „Одрживи просторни урбани и рурални развој Србије“. Зборник радова научног скупа. ИАУС, Београд.
- Малобабић, Р., М. Чутовић, М. Ралевић (2004). *Планирање и уређење села и руралних подручја*. Зборник радова стручно-научног скупа, Удружење урбаниста Србије, Бања Врујци.
- Димитријевић, Б. (2007). „Држава као бренд“. *Србија – национална ревија*, бр. 2. Принцип прес, Београд, 10–12.
- Димитријевић, Б. (2007). „Повратак на туристичку карту Европе“. *Србија – национална ревија*, бр. 1. Принцип прес, Београд, 20–22.
- Максин, М., М. Пуцар, С. Милијић, М. Кораћ (2011). „Одрживи развој туризма у Европској унији и Србији“. Посебна издања ИАУС-а бр. 67, Београд.
- Nikolić, M. (2011). „Visitor’s Centers at Archeological Sites in Serbia as an Input for Sustainable Development of the Country“. *Journal of Applied Engineering Science*, vol. 9, br. 1, 253–258.
- Pričard, A., N. Morgan, R. Prajd (ур.) (2015). „Destinacija kao brend“. Klio, Beograd.
- Пуцар, М., Б. Јосимовић (ур.) (2010). „Одрживи развој бањских и туристичких насеља у Србији“. Зборник радова као резултат НИ пројекта. Посебна издања ИАУС-а бр. 64, Београд.
- Stovel, H. (2003). „Cultural Landscape: The New Approach to the Preservation of Cultural Heritage“. *Glasnik Društva konzervatora*, br. 27, 14–18.



## *Visitors' Centres – New Coordinates of Serbian Rural Areas Improvement*

*Aleksandar Videnović and Miloš Arandelović*

### *Summary*

Visitor centres are mandatorily info-promotional facilities, often focused on service and accommodation, and less often on research and education, and which should satisfy different needs of a specific natural or artificially created area by means of a narrower or wider range of different activities. They are very important as special purpose points for development of a tourist offer in a specific wider area, but also as marketing and promotional markers for popularization and attractiveness, i.e. "new recognisability" of individual locations in a more narrow spatial sense.

As modern benchmarks, they can use their functionality and design symbolism to become important generators of development and increase the number of visits to rural areas, where specific sites are most often located. This paper examines these specific functionally designed facilities from the viewpoint of potential typological divisions, empirical patterns, i.e. the overview of needs for their individual aspects in rural spaces and areas of Serbia, while taking into consideration the environment and experience they are to present to users.

Apart from theoretical deliberations and delivery of examples from closer and farther environments, as well as a review of the needs for similar facilities in Serbia, this paper also delivers a short overview of the experiences in the implementation of this topic in the Master studies of Architecture and Urban Planning.

**Keywords:** *Visitors' centres, rural areas, info-points, habitats on tourist routes, teaching unit.*