

UNIVERZITET U NOVOM SADU  
FAKULTET TEHNIČKIH NAUKA  
DEPARTMAN ZA GRAĐEVINARSTVO I GEODEZIJU,  
DEPARTMAN ZA ARHITEKTURU I URBANIZAM

u saradnji sa  
DRUŠTVOM GRAĐEVINSKIH KONSTRUKTERA SRBIJE

UNIVERSITY OF NOVI SAD  
FACULTY OF TECHNICAL SCIENCES  
DEPARTMENT OF CIVIL ENGINEERING AND GEODESY,  
DEPARTMENT OF ARCHITECTURE AND URBAN PLANNING

in cooperation with  
ASSOCIATION OF STRUCTURAL ENGINEERS OF SERBIA

**14** **iNDiS 2018**  
Međunarodna naučna konferencija  
International Scientific Conference

**Subferencija**  
**Subconference**  
**„Eco build“**

ZBORNİK RADOVA  
Novi Sad, Srbija, 21-23. novembar 2018.

PROCEEDINGS  
Novi Sad, Serbia, 21-23 November 2018

Ovaj zbornik radova pripremljen je sredstvima Departmana za građevinarstvo i geodeziju, Fakulteta tehničkih nauka, Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja i uz materijalnu pomoć donatora

*Urednici:*

Prof. dr Vlastimir Radonjanin, dipl.inž.građ.  
Profesor emeritus Radomir Folić, dipl.inž.građ.

ISBN 978-86-6022-105-8

CIP - Katalogizacija u publikaciji  
Biblioteka Matice srpske, Novi Sad

69.05(082)  
624(082)  
72:502.1(082)

**МЕЂУНАРОДНА научна конференција ИНДИС (14 ; 2018 ; Нови Сад)**

Zbornik radova [Elektronski izvor] = Proceedings / 14. međunarodna naučna konferencija iNDiS 2018, Novi Sad, 21-23. novembar 2018. = [14th] International Scientific Conference [iNDiS], with Subconference "Eco build", Novi Sad, 21-23 November 2018 ; [urednici Vlastimir Radonjanin, Radomir Folić]. - Novi Sad : Fakultet tehničkih nauka, Departman za građevinarstvo i geodeziju, 2018. - 1 elektronski optički disk (CD-ROM) ; 12 cm

Nasl. s naslovnog ekrana. - Radovi na srp. i engl. jeziku. - Bibliografija. - Rezime na engl. jeziku uz svaki rad.

ISBN 978-86-6022-105-8

a) Индустијска градња - Зборници b) Грађевинске конструкције - Зборници c)  
Архитектура - Еколошка градња - Зборници  
COBISS.SR-ID [326766855](#)

**Međunarodna naučna konferencija iNDiS 2018**

Tehnička organizacija skupa:

Departman za građevinarstvo i geodeziju, Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad

Tehnički urednik zbornika radova:

Ivan Lukić

Izdavač:

Departman za građevinarstvo i geodeziju, Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad

Štampa:

Departman za grafičko inženjerstvo i dizajn, Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad

Aleksandar VIDENOVIC<sup>1</sup>  
Miloš ARANĐELOVIĆ<sup>2</sup>

## **REAFIRMACIJA PRIRODNIH I STVORENIH VREDNOSTI PLANIRANJEM I IZGRADNJOM SISTEMA VIZITORSKIH CENTARA**

**Rezime:** 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 kao punktovi posebne namene, za razvoj mreže turističke ponude određenog šireg područja, 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.

**Ključne reči:** Vizitorski centri, ruralna područja, info - punktovi, mreža, putevi turizma

## **REAFIRMATION OF NATURAL AND CURRENT VALUES BY PLANNING AND CONSTRUCTION SYSTEM OF VISITOR CENTERS**

**Abstract:** 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.

**Key words:** Visitors’ centres, rural areas, info-points, network, tourist routes

---

<sup>1</sup> V. prof. dr, Univerzitet u Beogradu, Arhitektonski fakultet, Bul. Kralja Aleksandra 73/2,  
e-mail: videnovic.a@gmail.com

<sup>2</sup> Naučni saradnik, dr, Univerzitet u Beogradu, Arhitektonski fakultet, Bul. Kralja Aleksandra 73/2,  
e-mail: mls.arandjelovic@gmail.com

## **1. 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 svakodnevnne, dinamične i raznovrsne sociološke 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 (recepiona, 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 redefinicije tipologije podrazumevanih arhitektonskih sadržaja u specifičnim prirodnim i stvorenim okruženjima.

Osim ruralnog karaktera, koji odlikuje područja posebnih prirodnih i stvorenih vrednosti u Srbiji, karakteriše ih posebno (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 milenijuma.

U trazicionim društveno – ekonomskim okolnostima, u atmosferi retkih investicionih ulaganja sa često neizvesnom isplatljivošću, uz okolnosti pioniskih ulaganja u inicijaciju razvoja mnogih pasivnih područja, fleksibilnost programa novih sadržaja i racionalizacija – multifunkcionalnost, postaju faktori planiranja od velike važnosti. (Maksin, M. i dr. 2011) Osim rečenog, u uslovima permanentnosti 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 velikom broju na terenu, postaje imperativ u društvenom ponašanju i osnovni vid racionalnog vladanja u pokušaju razvoja određenih sredina.

## **2. 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 saznojnom i rekreativnom smislu je sve izraženija. Za takvu ponudu, potrebna je i drugačija filozofija i način organizovanja u turizmu. Naime, radi se 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. Reč je o dinamičnoj promeni mesta događaja na putovanju i noćenja sa konstantnim obilascima znamenitih tačaka na unapred utvrđenoj turi. Nedostatak modernih turističkih ponuda i savremenog poimanja iskorišćenja potencijala, razlog je sporog razvoja turizma Srbije. (Dimitrijević, B. 1/2007)

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", pa otuda putevi Rimskih careva, vinski putevi, ili "turama" - manastirske, dunavska, fruškogorska...), takvih je veoma malo, ili ih nema u ponudi. (Nikolić, M. 2011) 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 retko sadržajima festivalsko – kulturnog karaktera, a najčešće sajamsko - prehrambenim proizvodima (tzv. "jade" - slaninjade, kobasicijade, kupusijade...), a na čemu se, obzirom 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 atraktivnosti, 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 nespremnost na saradnju i zajedničko iskorišćenje resursa sa drugim upravama u okruženju. Osim navedenog, čest je problem nezainteresovanost Oštinskih vlasti i za sadržaje koji su u isključivo njihovoj nadležnosti. Ne retko, 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 infrastrukture, 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...), u mnogome 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 promoviše. Podrazumeva se da ovakvo razmatranje uzima u obzir podjednako izgradnju novih, ali i iskorišćenje i adaptiranje eventualnih postojećih sadržaja.

### 3. VIZITORSKI CENTRI - TAČKE 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 osmišljenom stvaranju imidža ili brenda pojedinih lokaliteta, kako bi oni imali veću posećenost. (Pričard, A., Morgan, N., Prajd, R. 2015)

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.



*Slika 1- Moguće preuzimanje savremene funkcije repernih tačaka - vizitorskih centara u svom okruženju: Etno domaćinstvo (dvorište) Latkovac kod Aleksandrovcia i Muzej na otvorenom – Staro selo u Sirogojnu, formirano od sačuvanih i prenesenih vernakularnih objekata. (iz archive autora)*

Veliki interes internacionalnog tržišta za doživljajima ruralnog turizma, pokrenuo je osavremenjivanje ponude odnosno sadržaja, koji opet moraju biti u korelaciji sa savremenim načinom življenja. Presudan faktor prilikom planiranja budućih sadržaja vizitorskog centra treba da bude u okviru odabira same lokacije i konteksta. (Dimitrijević, B. 2/2007) 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, da 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. (Zbornik, ured. Pucar, M., Joksimović, B. 2010) 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 (Zadružni domovi, Zanatske zadruge,

Školske zgrade koje su ostale bez đaka, vredni, 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, a ujedno i ušteda investicija, i plasiranje novih funkcija koje su važne za opstanak sela kroz razvoj turizma.

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 u te prostore, 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 unapredjenje šireg okruženja. U njemu se pored bazičnih (kratak ili duži boravak, trgovina, usluge) mogu zadovoljiti i složeniji zahtevi posetioca u kulturološkom, edukativnom i saznanom smislu. (Zbornik, 2004)



*Slika 2 - Nova etno naselja, kao vid vizitorskih centara sa bogatim sadržajima: Drvengrad - Mećavnik u Mokroj Gori na Tari i Kamengrad – Andrićgrad, na reci Drini – Višegrad / RS) (iz arhive autora)*

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 ili varošica, ostvarili su ono što se ovim tekstom i predlaže u širem smislu, a radi osnaživanja turističke ponude u ruralnim prostorima Srbije.

#### **4. POJAVNI OBLICI, STRUKTURA I SADRŽAJ VIZITORSKIH CENTARA**

Vizitorski centri postali su sinonim za višenamenske, fleksibilne strukture. Složenost njihovih sadržaja odražava kompleksnost savremenih društvenih potreba. Karakter promenljivosti uloge prostora 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 komercijalizaciju kao krajnji cilj.





*Slika 3 - Primarne vizitorske tačke: Pogled ka Perućaćkom jezeru sa mesta "Markov kamen" na Tari (iz monografije "Drina" – Zavod za udžbenike i nastavna sredstva – Beograd), i Vidikovac Timmelsjoch – Austria/Italy (Architect WernerTscholl) uz stajalište na litici pored puta (časopis C3 no. 359/2013.)*

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 (npr. vinogorja i vizitorski centri u okviru njih). (Stovel, H. 2003)

Ako se prenebregne primarni (bazični) tip, vizitorskog centra – fizičku – dizajnersku markiranu tačku u prostoru, koja može imati ogoljenu funkciju, ali koja je ipak određena namena i namera (npr. vidikovac), i zatim sa nešto više pragmatizma u posmatranje fenomena sadržaja krene dalje u program, onda osnovni sadržaj vizitorskih centara mora da čini informaciono - prezentacioni (izložbeno – komercijalni) deo, sa manjim kafe barom za osveženje, toaletima i eventualno prigodnim skladišno – pomoćnim (svaštarskim) prostorom.

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 dobija na korisnosti i ozbiljnosti, odnosno utemeljenosti, ali istovremeno za sobom povlači i potrebu za višednevnim boravkom posetioca, sada već korisnika, pa u takvoj daljoj ekstenziji, i 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.



*Slika 4 - Vizitorski centar sa osnovnim informaciono – prezentaciono – uslužnim sadržajima (Visitor center, Karijini – Australia, Architects: Woodhead International) (iz arhive autora)*



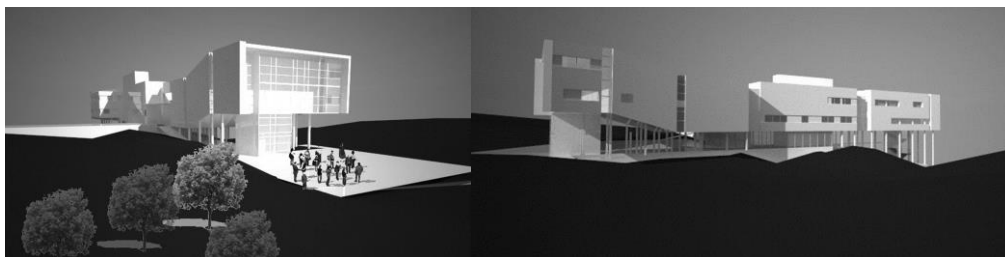


*Slika 5: Spomen dom na Ravnoj gori (autor arh. Spasoje Krunić), na istorijskom lokalitetu, sa osnovnim (informaciono – prezentacionim) i minimalnim sadržajima noćenja i boravka (iz arhive autora)*

I konačno, ukoliko 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 prezentacije i degustacije, odnosno komercijalno prodajni deo. To opet povlači i potrebu za restoranima posebne vrste, tavernama, konobama i sl. U zavisnosti od ambicije, investicione isplatljivosti 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 ulaganja i opremljenosti prostora treba ulagati.

Vizitorski centri koncipiraju se 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, odnosno zdrave hrane i vode.

Potreba za realizacijom vizitorskih centara poslednjih godina, uklapa se u opšti princip potrošačkog društva koje naplaćuje i maksimalno eksploatiše prirodne i kulturne resurse. Ipak, raznovrsnost turističke ponude, može se pozitivno odraziti na kulturološki sadržaj centara za posetioce. 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 u modernom društvu.



*Slika 6 - Završni Master projekat - Diplomski rad: Vizitorsko – enološki centar kod Rajačkih pivnica – Negotin (autor M. Arandelović, mentor A. Videnović)*

## 5. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Vizitorski centri predstavljaju evolutivni model koji redefiniše postojeća saznanja o planiranju i projektovanju odmarališta i hotelskih struktura, integrišući različite sadržaje u logične i korisne celine. Mogu se okarakterisati kao otmeni odgovor procesu globalne jeftine „turizmomanije“, ali i težnje emancipovanih pojedinačnih znatiželjnika da upoznaju neistražene i zapostavljene prostore, a koji se najčešće nalaze izvan zona urbanih centara. Nihova pojavnost apsorbuje karakteristike i autentičnosti lokaliteta, koje mu suštini određuju i namenu. Ovakav princip omogućava razvoj i kombinovanje sadržaja koji podstiču bavljenje drugačijim inovativnim i savremenim vidovima turizma. Neophodnost senzacije i kreativnosti važan je uslov u procesu projektovanja predmetnih sadržaja, a njihov edukativni karakter uspostavlja nove modalitete osmišljavanja višenamenskih dizajnerski ekspresivnih struktura.

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. Drugi bitan korak, predstavljao bi objedinjavanje i definisanje turističkih područja, i to ne stvaranjem nove, još jedne u nizu kategorizacije ili beskorisnih statističkih atlasa sela, već formiranjem novih mikroregiona, mimo sadašnjih administrativnih granica, zasnovanih na zajedničkim prirodnim i stvorenim vrednostima, običajima i mentalitetu ljudi. Ideja je formiranje mreže turističkih krugova i puteva, odnosno šema mogućih turističkih ponuda, koje bi mogle imati različite pojavne oblike, trajanja, aktivnosti i ritam, i koji bi različitošću privukli 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 manjih ili većih preduzeća, aktivirali učmalni ruralni prostor, naterali ga da izmiruje obaveze prema državi i društvu, i unapređuje socio - ekonomsku sliku perspektivnih seoskih prostora Srbije.

## 6. LITERATURA

1. Dimitrijević, B. (2007): *Povratak na turističku kartu Evrope*. Beograd: Srbija – nacionalna revija, Princip pres, br. 1, 20-22.
2. Dimitrijević, B. (2007): *Država kao brend*. Beograd: Srbija – nacionalna revija, Princip pres, br. 2, 10-12.
3. Maksin, M., Pucar, M., Milijić, S., Korać, M. (2011): *Održivi razvoj turizma u Evropskoj uniji i Srbiji*. Beograd: Posebna izdanja IAUS-a br. 67.
4. 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.
5. Pritchard, A., Morgan, N., Prajd, R. i dr. (2015): *Destinacija kao brend*. Beograd: Klio.
6. Stovel, H. (2003): *Cultural landscape: The new approach to the preservation of cultural heritage*. Beograd: Glasnik Društva konzervatora, br. 27: 14-18.
7. Urednici Pucar, M., Joksimović, B. (2010): *Održivi razvoj banjskih i turističkih naselja u Srbiji*. Beograd: Zbornik radova kao rezultat NI projekta., Posebna izdanja IAUS-a br. 64.
8. Zbornik radova naučnog skupa (2004): *Održivi prostorni urbani i ruralni razvoj Srbije*. Beograd: IAUS.