

Српска академија наука и уметности, Географски институт
Јован Цвијић, Београд, Универзитет у Београду,
Географски факултет, Београд

DOI 10.5937/kultura1443319T
УДК 338.48-6:7/8(497.11)
338.483.12:903/904(497.11)
стручни рад

ЗАШТИТА, РЕВИТАЛИЗАЦИЈА И УПОТРЕБА НАСЛЕЂА КРОЗ СИСТЕМ ФОРМИРАЊА КУЛТУРНИХ РУТА

ЕВАЛУАЦИЈА МАСТЕР ПЛАНА ПУТ РИМСКИХ ЦАРЕВА

Сажетак: *Културне руте су релативно нов појам у стручној литератури којим се дефинишу културни, туристички производи засновани на комплексу туристичких атракција и дестинација које се међусобно повезују, док се правац путовања туристичком рутом обично састоји од путева са значајним пејзажним, културним, историјским, геолошким или природним вредностима, а укључује разгледање и интерпретацију локалитета који се налазе у оквирима културне руте. Путеви културе могу постати туристичке дестинације због својих веза с познатим местима, догађајима или личностима. Формирање културних рута као туристичких производа сматра се новим начином заштите, ревитализације, употребе и презентације културног наслеђа. Ипак, концепт културних рута који се примјењује у свету и Европи, тек је у свом зачетку на територији Србије. Овом приликом су представљени основни принципи формирања културних рута, а извршен је и увид*

у постојеће иницијативе и пројекте формирања културних рута у Србији, са посебним освртом на постојећи мастер план „Пут римских царева у Србији” чија је критичка евалуација извршена.

Кључне речи: *културне руте, туризам, Србија, „Пут Римских царева”*

Увод

Термини „културна рута”, „пут културе” и „пут наслеђа” сматрају се синонимима и означавају јединствену целину повезаних елемената културног наслеђа на одређеном географском простору¹. Како би учинили концепт културних рута лакшим за разумевање од стране јавности и оних који предлажу пројекте, Европски институт за културне руте је формулисао следећу дефиницију: „Европска културна рута представља пут који премошћује једну или две земље или регије, организована је око теме чије историјске, уметничке или друштвене интересе представља Европа, било по вредности географске руте која се прати или због природе и/или целог спектра њеног опсега и значаја. Рута мора бити базирана на већем броју атракција, са местима обично богатим историјским везама, која су такође репрезентативна за европску културу као целину”². То подразумева да културна рута треба одражавати кључне вредности и њен европски идентитет. Концепт културних рута, прихваћен од стране УНЕСКО-вог Комитета Светске баштине, дефинисан је као: „Пут наслеђа који се састоји од опипљивих елемената код којих културни значај произлази из размене и вишедимензионалног дијалога међу земљама или регијама, и који илустрира интеракцију кретања дуж руте, у времену и простору”³.

Културне руте као атракције културног наслеђа које укључују историју, културно наслеђе, археолошка налазишта, музеје, архитектуру и слично, одавно су постале туристички ресурси. Повезивањем историје просторно раздвојених места, културне руте подижу свест о томе како су се културе и простори у којима људи живе развијали, као резултат заједничких процеса и размене наслеђа које укључује микс опипљивих и неопипљивих елемената. Путеве културе вреднују се

1 Mangion, T. and Tamen, I. (1998) European Cultural routes. Council Of Europe, , Strasbourg, 13. Аутори дефинишу појам културне руте као систем повезаних атракција базираних на културном наслеђу које су просторно повезане и уоквирене у једну целину на одређеној територији.

2 ICOMOS Ename Charter for the Interpretation of Cultural Heritage Sites. <http://hgk.biznet.hr/hgk/fileovi/5675.doc>

3 Закључци са међународне конференције „Путеве као културно наслеђе”, УНЕСКО, (1994), Мадрид, 34.

највише због свог идентитета, физичких веза с прошлошћу и континуитета постојања и коришћења. Добро познате, чак и светски познате културне руте су сваке године све бројније и разноврсније, имају све већи број посетиоца и све су присутније на туристичком тржишту. Пuteви културе могу постати туристичке дестинације због својих веза с познатим местима, догађајима или личностима. Комбинација културне размене и друштвених вредности стварају препознатљив идентитет за сваку културну руту. Самим тим ове руте представљају и туристичке руте.

Под појмом туристичка рута сматра се утврђени правац путовања који се обично састоји од путева са значајним пејзажним, културним, историјским, геолошким или природним вредностима, а укључује разгледање и интерпретацију локалитета који се налазе у оквирима ове руте⁴. Културне туристичке руте су се у пракси показале као изузетна шанса за развој неразвијених регија које поседују туристичке ресурсе. Основни концепт тематских туристичких рута је повезивање серије туристичких атракција ради унапређивања туризма и охрабривања туриста да путују од једне до друге локације на одређеној територији. Руте знатно могу варирати у дужини, опсегу и по тематици која повезује локалитете унутар једне туристичке руте. Циљеви који би се постигли формирањем туристичке руте односе се на привлачење посетиоца, умрежавање културних дестинација и атракција, интерпретацију наслеђа, ангажовање локалних заједница, заштиту и конзервацију културног наслеђа и постизање одрживог развоја туризма.

Принципи формирања културних рута као туристичких производа

Туризам базиран на културним рутама је врста наслеђа и туристички метод који се врло често користи у појединим земљама како би се искористило наслеђе са основном сврхом у конзервацији, културном очувању, туризму, али и као покретач друштвено-економског развоја. Основна карактеристика руте је да представља одређено путовање или пролазак кроз серију атракција и елемената. То је стратегија за остваривање циља или серије циљева, као и серија акција, а не само тренутна и изолирана активност. Било да се ради о линеарној или кружној рути, одлике руте су сличне у смислу типа, опсега и нивоа руте. Сваки елемент у оквиру руте има

4 Garrod, B. and Fyall, A. (2000); Аутори наводе да се руте, обично везују за линеарне или кружне саобраћајнице које повезују тематски одређене локалитете који су интересантни одређеним сегментима туриста и упаковани у јединствени туристички производ.

своју улогу и, иако обично сви елементи по правилу требају имати приближан значај, поједини се могу сматрати центрима и конкретним туристичким циљевима. Најатрактивније дестинације обично су лоциране на почетку или крају руте и служе да доведу туристе на одређено подручје и покрену руту ка другим секундарним дестинацијама и атракцијама, односно да усмере туристе ка оним местима у оквиру руте која не би могла привући туристе као самосталне дестинације.

Рута је специфична врста туристичког производа, било да је линеарна или кружна, она је састављена од серије дестинација или локалитета које повезује јединствена тема и форма руте (пешачка, пловна, моторизована и слично), обично је обележена упоредо са постављањем туристичке инфраструктуре дуж трасе културне руте. Овај тип туристичких кретања укључује производе који захтијевају организацијску интеграцију (уједињавање елемената производа) и имају одређену локацију унутар географског простора. Елемент који обједињује серију дестинација и локалитета (објеката, атракција) може бити тема (архитектура, историја, индустрија, фолклор), начин или средство путовања (бицикличка, водена, моторизована) или мотив путовања (разгледање, рекреација, духовно искуство). Нису све туристичке руте аутоматски и туристички производи, културна рута да би постала туристичка мора бити комерцијализована⁵. За програмско, организационо и оперативно-културно-аниматорско деловање без кога нема туризма, потребни су посебни специјализовани стручни кадрови. Они су неопходни не само сваком туристичком месту, него и сваком туристичком објекту. То су високо-квалификовани организатори културних и уметничких делатности⁶.

Основа туристичког производа културне руте је садржана у различитим потребама туриста попут сазнања, рекреације, религијског доживљаја, истраживања, узбуђења. Производ културне руте треба садржати све елементе који га чине погодним за коришћење од стране туриста: културна добра се везују за тематику руте и садрже туристичке услуге (смештај, храна, превоз, туристичке информације, водичке услуге, сувенири, брошуре, карте и слично). Проширени произ-

5 Meyer, D. (2004) наглашава да би једна културна рута постала и туристичка, она се мора сматрати одређеним сетом производа и услуга припремљених за продају понуде на туристичком тржишту с циљем привлачења специфичног сегмента тржишта и задовољавањем потреба одређене групе туриста.

6 Јовић, Б. (1983) Туризам и култура: Организација културних делатности у туризму. *Култура* бр. 60/61, Београд: Завод за проучавање културног развика, стр. 276.

вод укључује комплементарне услуге које унапређују атрактивност руте. Ови елементи су „уграђени” у културну руту (перформансе, изложбе, културни догађаји, дегустације, игре), као и неки додатни објекти и услуге које нису изравно везани за тематику руте и укључују рекреацију, посету локалитета изван трасе руте, културне атракције и слично.

Модерни масовни туристи обично траже добро припремљене, означене и сигурне руте које се описују у водичима и захтевају да се одредишта прилагоде њиховим потребама. Стварање туристичке руте омогућује да се привуче пажња заинтересованих страна ка већем броју локалитета, кроз циклус раста, поновног откривања и истраживања, при чему и мање атрактивни локалитети на рути могу бити активирани и туристички валоризовани. Такође се може очекивати да се на овај начин продужи боравак туриста у оквирима земље што доприноси економској добити локалним заједницама које живе у близини ових локалитета⁷. Примена такве развојне промене захтева осетљиви приступ и постепени развој који неће отуђити стејкхолдере чија ће очекивања вероватно бити усмерена на брзи раст посете на овим локалитетима, а то се сматра неодрживим начином развоја.

Културном баштином, на њеном истраживању, заштити и презентацији брине се читав низ културних установа – архива, музеја, завода за заштиту споменика културе, као и национална библиотека. У културна добра спадају предмети који су израз или сведочанство људског стваралаштва и који, по мишљењу надлежних тела, представљају или могу представљати историјску, уметничку, научну или техничку вредност или интерес. Иако се врло често истичу значајни резултати који су у Србији постигнути у области заштите културног наслеђа, мора се констатовати да чак ни прва фаза конзерваторско-рестаураторских радова није у потпуности завршена ни на једном споменичком комплексу у нашој републици. Дакле, Србија нема ни један споменик културе на коме су до краја спроведени сви радови на архитектури и живопису, нити радови на његовом дефинитивном уређењу и презентацији. Самим тим, јасно је да туристичка привреда не може на прави начин да користи те споменике, чак и када су радови на њиховом очувању и рестаурацији завршени, уколико се не реши низ других питања везаних за презентацију споменика (осветљење, водовод, санитарije, путна инфраструктура, питања везана за власништво, надлежност чувања и приказивања, итд). Зато би било неопходно да се

7 Јовичић, Д. и Бранков, Ј. (2009) Туристичке атракције – кључни елементи туристичке ресурсне основе, *Гласник српског географског друштва*, Св. LXXXIX- Бр. 1, стр. 3 – 13.

пројекти заштите и будуће интерпретације и анимације раде истовремено⁸.

Проблеми у планирању развоја културне дестинације који се налазе у менаџменту културних добара и дестинација базираних на њима, јављају се и у централизованим и децентрализованим системима. У централизованим системима превише наглашена улога централних државних тела води бирократизму и инерцији, иницијатива и инвентивност на нижим нивоима се не подстичу, а спровођење планских одлука потиче из центара. Мноштво центара одлучивања у области туризма и културе, тј. чињеница да су неке институције самосталне и самостално планирају свој развој, онемогућује стварање заједничког плана, посебно када су у питању приватне институције и делатности које се тржишно финансирају. Зависност планирања од финансијских могућности и финансијске политике државе је очигледна. Средства намењена туризму и култури су ограничена одлуком о расподели буџета, те се све више поставља захтев да у план улазе само постојеће институције, а да се све мање стварају нове институције и нове инвестиције. Слаба сарадња између сектора културе и туризма условљена је супротностима између основних циљева ових сектора и недовољном флексибилношћу обе стране. Док је културни сектор традиционално заинтересован пре свега за конзервацију и ревитализацију културних добара, туризам је примарно усмерен на остваривање финансијских ефеката и експлоатацију културних добара⁹. Очигледно је да неопходно управљање културним добрима у оквиру културних рута, које су тематски специфичне и територијално подељене у кластере, може бити корисно и осигурати побољшање у менаџменту.

Пројекти туристичког развоја су тек у скорије време постали видљивији јавности и захтевају већи интерес приватног сектора за ове активности. Већ је отпочео програм „Атлас” традиционалне архитектуре или „Дунав - културна рута”, „Пут римских царева” и слични пројекти који ће показати пут ка будућности за „српску прошлост”. Процес IRPP/SAAN је представио неке нове приступе управљању културним добрима у Србији, кроз припремање студија изводљивости које су углавном оријентисане ка донаторима и локал-

8 Драгићевић-Шешић, М. (1983) Туризам и култура: Културно наслеђе и туризам. Култура бр. 60/61, Београд: Завод за проучавање културног развика, стр. 305.

9 Драгићевић-Шешић, М. и Стојковић, Б. (2007) *Култура – менаџмент, анимација, маркетинг*, Београд: Клио, стр. 399. Несугласице ових сектора се могу превазићи сарадњом и применом концепта одрживог развоја.

ним стејкхолдерима, чиме се наглашава потреба за реформом у пракси управљања културним наслеђем у Србији¹⁰.

Туристички развој базира се на употреби културних и природних ресурса с циљем креирања атрактивног производа који ће задовољити потребе туриста и резидентног становништва, кроз остваривање комплексних социо-економских ефеката¹¹. Развој стратегије, тј. плана управљања који укључује све кључне стејкхолдере, је од суштинског значаја за развој успешних и самоодрживих туристичких производа. Комплексност културне руте састављене од великог броја атракција, које су просторно разбацане на подручју једне или више земаља, захтева стратегијски систем управљања. Ради стварања успешног и одрживог културног производа нужна је сарадња на свим нивоима, која омогућује разумно планирање туристичког производа кроз умрежавање и партнерство између туристичког сектора и културних актера, те омогућује стварање одрживог развоја и додавање културних програма (перформансе, културни догађаји, уметност и слично), док туристички актери омогућују стварање одговарајуће инфраструктуре и програме туристичке интерпретације и анимације

Модел умреженог производа у културном туризму даје користан оквир за планирање интерпретативних производа унутар мреже која се састоји од чланова с различитим вештинама и професијама. Обично, велике организације покрећу ствари, као што су УНЕСКО, Европска Унија, Савет Европе, националне и локалне јавне институције. Њихов основни посао се састоји у доношењу одлука о томе које ће се стратегије спроводити ради остваривања циљева и проналажења средстава имплементације који ће се примењивати. Ове одлуке се доносе на самом врху хијерархијске структуре, на често врло бирократски начин, који ће на крају стићи до индивидуалне ситуације на нивоу самог културног добра и његовог непосредног окружења (локалне заједнице и туриста)¹². Успешно планирање и имплементација туристичког производа кроз мрежу захтева активну и добро организовану сарадњу између туристичког и културног сектора.

Анализа успешних рута у нашем окружењу и у Европи омогућила је да се уоче специфични аспекти који су код свих

10 Integrated Rehabilitation Project Plan/Survey of the Architectural and Archaeological Heritage, IRPP/SAAH – Serbia – 2008

11 Timothy, D. (2007) Timothy, D., and Boyd, S. (2001)

12 Moulin, C. and Boniface, P. (2001) Routeing Heritage for Tourism: making heritage and cultural tourism networks for socio-economic development. *International Journal of Heritage Studies*, Vol. 7, No. 3, 2001, pp. 237- 248.

рута присутни и самим тим се могу дефинисати као кључни за развој нових културних рута и програма. Готово све успешне руте су тематизоване, а јасно одређивање тематике се сматра обавезним како би се омогућило позиционирање културне руте на туристичком тржишту и стварање препознатљивог бренда.¹³

Може се учити и да све успешне културне руте карактерише развијена туристичка инфраструктура и адекватни маркетинг, уз развијени систем означавања руте, креиран разноврстан промотивни материјал и слично. Увидом у постојећу праксу формирања културних рута у свету, као и развоја и начина управљања успешним рутама базираним на културном наслеђу, а имајући у виду постојећу структуру и карактеристике атракција у подручјима кроз које овакве руте пролазе, долази се до закључка да су кључни фактори успеха културне руте следећи: јединственост руте, одрживост, повезивање (паковање) атракција, осигуравање квалитетне инфра и супраструктуре, партнерство и умрежавање стејкхолдера, потреба институционализованог система управљања и маркетинга руте, интерпретација и анимација на рути, стратешко планирање, брендирање и позиционирање руте.

Програми формирања културних рута у Србији

С обзиром да је процес формирања тематских културних рута у Србији, тек недавно уведен, с обзиром на концепт руте, оне се у овом стадијуму не могу сматрати комплетним производом, али представљају помак ка развоју рута као туристичких производа који ће бити од изузетног значаја за развој туризма у Србији, те омогућити јој да побољша своју позицију на врло конкурентном туристичком тржишту.

Тематске културне руте у оквирима Републике Србије почињу да се формирају у последњих пар година, а промовисане су од стране Сектора за туризам у оквиру Министарства економије и регионалног развоја и Министарства културе Републике Србије, као и од стране Туристичке организације Србије. Конкретно, спроведене су студије и иницијални програми формирања културних рута – „Пут Римских царева” (Министарство економије и регионалног развоја Р. Србије), „Долина краљева у долини Ибра” (Туристичка организација

13 Станојловић, 2009. и Станојловић и др, 2010, указује на чињеницу да су све туристички афирмисане културне руте тематизоване, те да обухватају већи број тематски уклопљених атракција, али се такође уводе и друге нетематске атракције које допуњавају садржај и подижу квалитет и атрактивност руте. Такође наводи и основне кораке у формирању тематских рута базираних на археолошком и споменичком наслеђу, као и изузетан значај адекватне интерпретације и анимације на локалитетима.

Србије), „Трансроманика” (Министарство културе у сарадњи са Саветом Европе), „Тврђаве на Дунаву” (Министарство културе, под покровитељством УНЕСКО-а). Такође, постоји чак неколико тематских програма Туристичке организације Србије базираних на винском туризму – „Путеви вина Србије” и „Путеви вина Војводине”. У последњих пар година формирано је неколико тематских културних рута кроз ИПА пројекте Развојне Агенције ДКМТ регије – „Сретно време мира – путеви Сецесије”, „Неограничена рекреација – здравствени туризам – Велнес, „Лутајући кроз шпајз монархије” и „Укуси за уживање – Авантуристичке туре трагом кадарке, ракије и пива”, „Фолклор без граница” у ДКМТ регији – Мађарска, Србија и Румунија. Такође, постоји потенцијал за формирање рута са следећом тематиком „Траговима каменог доба – Лепенски вир”, „Дворци и летњиковци Војводине”, „Салаши Војводине”, „Живот српских сељака”, итд.

Критичка евалуација туристичког мастер плана „Пут римских царева” у Србији

Пројектним планом „Пут римских царева” који је израђен иницијативом Министарства економије и регионалног развоја Републике Србије предвиђено је формирање културне руте на потезу Ниш - Сврљиг - Књажевац - Зајечар (Гамзиград) - Неготин - Кладово - Доњи Милановац - Голубац - Велико Градиште - Пожаревац (Костолац) и у административном смислу обухвата делове општина Ниш, Сврљиг, Књажевац, Зајечар, Неготин, Кладово, Мајданпек, Голубац, Велико Градиште и Пожаревац. Иако пројекат не обухвата простор античког Сингидунума (Београда) и Сирмијума (Сремска Митровица), он наглашава потребу и предвиђа проширење културне руте на ова туристичка чворишта.

Обзиром да пројекат претпоставља формирање културно-историјског итинерера везаног за староримско наслеђе, пројектним планом обухваћени су следећи локалитети из раздобља антике – Медијана (Mediana) код Ниша, која потиче из 4. века и представља место рођења Константина Великог; Римски логор и утврда из 1. века нове ере северно од Књажевца (Timacum Minus); Врело Шаркамен у близини Неготина који представља резиденцијално-меморијални царски комплекс с краја 3. и почетка 4. века; затим, локалитет Феликс Ромулијана (Felix Romuliana) код Гамзиграда (у близини Зајечара) који представља резиденцију императора Гаја Валерија Галерија Максимилијана (297-311), место у којем је рођен и покопан, а који је 2007. године ушао на УНЕСКО-ву листу Светске културне баштине; затим, Трајанову таблу коју је поставио цар Трајан (1. век нове ере) након изградње

пута који је потопљен, док је ова плоча постављена на стени изнад Дунава; Трајанов мост (103-105. године) изграђен током Дачанских ратова а чији је изглед представљен на стубовима у Риму; римско утврђење Дијана (Diana) из 1. века п. н. е, лоцирано у близини Кладова; и Виминацијум (Viminacium) код Костолца који представља остатке римског града и логора, односно главни град римске провинције Мезије Супериор (Mesia Superior)¹⁴.



Слика 1: Културна рута „Пут римских царева”, Србија
Извор: www.turizam.merr.gov.rs

14 Министарство економије и регионалног развоја Републике Србије, Мастер план културно-историјске руте „Пут римских царева”, 2007, Београд, доступно на www.turizam.merr.gov.rs

А. ТЕРЗИЋ, Ж. БЕЉАЦ И Р. ЈОВАНОВИЋ

У циљу стварања основа за позиционирање руте разрађене су табеле за руту као целину и посебне локалитете које садрже кључне карактеристике, фасцинације и интерпретативне теме. Основне фасцинације руте као целине су: богатство староримског наслеђа, разноликост локалитета, 17 римских императора је рођено на подручју данашње Србије, локалитет Светске културне баштине Феликс Ромулијана, Дунавске тврђаве (вишеслојна археолошка налазишта), панорамски путеви (Дунав, Тердапска клисура), виногорски предели (Неготин, Књажевац), манифестације и догађаји (прослава 1700 година хришћанства – од проглашења Миланског едикта).

Локалитет	Пројекат	Процена инвестиција	Период реализације
Археолошки локалитет VIMINACIUM	Изградња центра за посетиоце и истраживаче	2 милиона еура	2008-2011.
	Изградња хиподрома за возњу двоколица	1,2 милиона еура	2008-2011.
	Изградња амфитеатра	800.000 еура	2008-2011.
	Прокопавање канала од Дунава до локалитета ради приступа бродовима (1 km)	Нема процене	2008-2011.
	Урбана галантерија/ мобилијар	10.000 еура	2012 – 2014.
	Хортикултурално уређење	6.000 еура	2008-2011.
Археолошки локалитет TABULA TRAIANA	Струја, вода и канализација	5.000 еура	2008-2011.
	Изградња паркинга (300m2)	2.500 еура	2008-2011.
	Изградња инфо-центра	12.000 еура	2012 – 2014.
	Изградња камених степеница до локалитета	30.000 еура	2008-2011.
	Постављање панорамског лифта	50.000 еура	2012 – 2014.
	Постављање бетонске платформе	10.000 еура	2008-2011.
	Изградња и постављање оgrade	Нема процене	2015 – 2017.
	Урбана галантерија/мобилијар	5.000 еура	2015 – 2017.
	Хортикултурално уређење	6.000 еура	2012 – 2014.
Археолошки локалитет DIANA	Изградња паркинга 300m2	2.500 еура	2008-2011.
	Изградња инфо-центра	12.000 еура	2012 – 2014.
	Прилазни пут за возила и стаза за посетиоце	12.000 еура	2008-2011.
	Хортикултурално уређење	7.500 еура	2012 – 2014.
	Изградња и постављање оgrade	Нема процене	2015 – 2017.
	Урбана галантерија/мобилијар	20.000 еура	2015 – 2017.
Археолошки музеј Кладово	Постављање и опремање интерпретационог центра	10.000 еура	neodređeno
Археолошки локалитет PONTES (Трајанов мост)	Струја, вода и канализација	5.000 еура	2008-2011.
	Изградња паркинга	2.500 еура	2008-2011.
	Прилазни пут за возила и стаза за посетиоце	36.000 еура	2008-2011.
	Изградња инфо-центра	12.000 еура	2012-2014.
	Ласерски холограм - 3D приказ некадашњег изгледа моста	40.000 еура	2008-2011.

А. ТЕРЗИЋ, Ж. БЈЕЉАЦ И Р. ЈОВАНОВИЋ

	Урбана галантерија/мобиљар	20.000 еура	2015-2017.
	Хортикултурално уређење	7.500 еура	2015-2017.
Археолошки локалитет Врело Шаркамен	Прилазни асфалтни пут	Нема процене	2018 - ...
Археолошки локалитет FELIX ROMULIANA	Проширење раскрснице на скретању ка локалитету пут Зајечар-Параћин	150.000 еура	2008-2011.
	Проширење прилазног пута дугог 1,8 km	485.000 еура	2008-2011.
	Изградња Центра за посетиоце са интерпретационом центром	1,5 милиона еура	2008-2011.
	Изградња староримског лавиринта за игру и едукацију	Нема процене	2015-2017.
	Изградња мини технолошког парка	Нема процене	2018-...
	Урбана галантерија/мобиљар	5.000 еура	2015-2017.
	Хортикултурално уређење	7.000 еура	2015-2017.
Археолошки локалитет TIMACUM MINUS	Прилазни пут и стаза за посетиоце	27.000 еура	2008-2011.
	Довод струје	1.000 еура	2008-2011.
	Постављање расвете	5.000 еура	2008-2011.
	Инфо-центар у етно-парку у Равни	Нема процене	2018-...
Археолошки локалитет MEDIANA	Струја, вода и канализација	Град Ниш	2008-2011.
	Прилазни ауто и пешачки пут, паркинг и плато	137.500 еура	2008-2011.
	Изградња инфо-центра	540.000 еура	2008-2011.
	Изградња интерпретационог центра	1 milion еура	2015-2017.
	Пројекат изградње и реконструкција виле	400.000 еура	2012-2014.
	Изградња металне ограде и капије	40.000 еура	2012-2014.
	Заштитна конструкција над мозаицима	8.500 еура	2008-2011.
	Урбана галантерија/мобиљар	50.000 еура	2018 - ...
Хортикултурално уређење	8.000 еура	2018 - ...	
Потребне инвестиције		8,69 милиона еура	

Извор: Мастер план "Пут Римских царева", Министарство економије и регионалног развоја Републике Србије

Табела 1: Предвиђени пројекти и инвестиције у оквиру културне руте „Пут Римских царева”

Културно-историјски значај свих локалитета на рути је несумњив и они имају довољно атрактивности за поједине специјализоване сегменте заинтересоване за археолошке и историјске туре, међутим, и упркос томе постојећа атрактивност руте није довољна да привуче значајнији број туриста, који, иако заинтересовани за културу и историју нису њоме примарно мотивисани. Самим тим, неопходно је кроз додатне садржаје унапредити систем доживљаја руте, као и унапредити програме везане за инфраструктуру, општу, саобраћајну и туристичку, затим основне елементе супраструктуре, као и систем интерпретације и анимације на самим локалитетима.

„Путеви римских царева” је пројекат од националног значаја који је замишљен као модерна, едукативна туристичка тура и као важан део укупне туристичке понуде Србије. Република Србија је у периоду 2008–2010. године уложила преко 1,5 милиона евра у развој туристичке инфраструктуре и планирају се додатне инвестиције како би ова рута добила међународну препознатљивост и постала својеврсни српски бренд. По изјавама надлежних Министарство науке је предвидело да из кредита Европске инвестиционе банке, са 13 милиона евра финансира пројекат „Путевима римских императора”, у оквиру којег ће, до 2012. године, сви римски градови на територији Србије, али и праисторијска налазишта и хеленистички локалитети који се налазе на тој рuti, бити у потпуности обновљени¹⁵. Кључни инвестициони пројекти који су дефинисани Мастер планом односе се на појединачне локалитете који потичу из римског доба. У циљу стварања целовитог ланца вредности за посетиоце неопходне су и инвестиције у смештајне капацитете и развијања других туристичке понуда у подручјима кроз које пролази рута.

Програми конкурентности који доминантно одређују ефикасност изградње ланца вредности и коришћења културних и природних ресурса везаних за руту:

1. Заштита и конзервација локалитета,
2. Развој/ унапређење постојећих атракција,

(а) покривање одређених налаза ради лакшег приступа независно од временских прилика

(б) изградњу визиторског центара (Виминациум, Ромулиана и Медиана),

(ц) изградњу/постављање мањих инфо-центара (на локалитетима Трајанова табла, Диана, Трајанов мост, Вратна),

(д) постављање интерпретационог центра унутар Археолошког музеја у Кладову,

(е) додавање нових садржаја (хиподром у Виминациуму, ласерски холограм Трајановог моста),

(ф) урбано опремање (клупе, расвета, корпе итд.), хортикултурално уређење и ограђивање).

3. Развој понуде сувенира везаних за староримско наслеђе,

15 Министарство економије и регионалног развоја Републике Србије, објављено на: www.turizam.mert.gov.rs

4. Унапређење ресторатерске понуде,
5. Уређење панорамских путева,
6. Унапређење понуде смештаја.

На основу претходно дате Табеле 1 може се уочити велики број програма заштите и изградње туристичке инфраструктуре на сваком појединачном локалитету. Ако посматрамо предвиђене периоде реализације ових под-пројеката и реално стање на локалитетима може се уочити да планиране активности у већини случајева нису отпочете, такође се може уочити да су износи потребни за реализацију одређених пројеката нереални с обзиром на реално економско стање и могућности државе, као и у односу на реалне трошкове таквих радова. Финансирање овог мегаломанског пројекта предвиђено је да буде реализовано из фондова Европске Уније и подизање развојних кредита код Европске инвестиционе банке. Иако већи део предвиђених пројеката још увек није реализован, уочавају се знатна одступања од планираних активности. До сада у већину наведених локалитета још није уложен новац за изградњу основне инфраструктуре, са изузетком Виминацијума, Феликс Ромулијане и Медиане (који је финансиран средствима из буџета општине Ниш а поводом обележавања јубилеја Миланског Едикта, 2013. године).

Закључак

Презентација културне баштине кроз културне руте је савсим у складу са преференцијама развоја културног туризма, а туристичке и културне руте су представљене и као приоритети националне стратегије развоја туризма Србије што се огледа и у низу предвиђених пројеката овог типа. Стратегије за валоризацију културних рута и археолошких локалитета као кључних туристичких атракција захтевају признавање специфичне вредности културног наслеђа, као и напор да се ове вредности одрже, ревитализују и заштите, што се постиже кроз специфичне мере менаџмента које имају за циљ стварање позитивног имиџа и финансијске добити за ове локалитете.

Први корак у развоју културне туристичке понуде у Србији, а која је базирана управо на археолошким локалитетима из периода антике, је управо креирање основне туристичке инфраструктуре, дакле, конзервација локалитета, постављање ознака и базне интерпретације, као и опсежне реконструкције и изградња инфраструктуре на самим локалитетима. То је и видљиво на примеру постојећег мастер плана „Пут Римских царева“ израђеног од стране Министарства економије

и регионалног развоја. Овај план, превасходно туристичког развоја на подручју Србије, с обзиром да укључује најатрактивније локалитете из периода антике, предвиђа велики број акција на конзервацији, ревитализацији и креирању туристичке инфраструктуре на сваком од локалитета укључених у ову руту. Нажалост, реализација оваквог мега-пројекта се показала као изузетно захтевна како финансијски тако и у смислу спровођења конкретних мера конзервације и инфраструктурне изградње.

Већина планираних пројеката креираних на основу овог мајстер плана нису спроведени, док је неколицина пројеката реализована делимично, тако да се доводи у питање реалност конкретних планова и периода реализације. Такође, на основу дате табеле издвојене из званичног документа, може се уочити да су одређена потребна финансијска средства нереално процењена.

На основу свега наведеног може се уочити да је у заштити културног наслеђа доминантно старо правило да већу пажњу и инвестиције добијају управо најбоље очувани, тј. најрепрезентативнији и туристички најатрактивнији локалитети, док се друга, иако подједнако значајна али слабије очувана културна добра остављају по страни, иако су угроженија и осетљивија. Посебно је важно нагласити значај маркетиншке кампање сваког локалитета и указивање на њихов значај кроз јавне медије, а самим тим би се допринело и привлачењу потенцијалних инвестиција и у ове мање познате локалитете. С обзиром да свако историјско место има потенцијал за туристички развој тематизацијом је могуће повезати већи број локалитета и тиме створити јединствен и комплексан туристички производ. Ипак, с обзиром да су археолошки локалитети изузетно осетљиви и подложни деградацији, туризам се треба уводити опрезно и са основним циљем одрживости када је у питању аутентичност и историјски и културни значај.

Најважнији део приликом туристичког развоја ових локалитета је адекватна конзервација, менаџмент и интерпретација, односно презентација културног наслеђа. Укључивањем ових средстава у развој културне руте „Пут римских царева“ у Србији, она би свакако постала атрактивнија, а туристичка посета овим локалитетима би имала значајни раст, док би се истовремено повећао и степен едукације и свести како резидената тако и туриста о потреби заштите и ревитализације ових изузетно значајних културних споменика.

ЛИТЕРАТУРА:

- Garrod, B. and Fyall, A. (2000) Managing Heritage Tourism, *Annals of Tourism Research*, 27(3), 682-708.
- Garrod, B. and Fyall, A. (2001) Heritage Tourism: A Question of Definition, *Annals of Tourism Research*, 28(4), 1049-1052.
- Драгићевић-Шешић, М. (1983) Туризам и култура: Културно наслеђе и туризам, *Култура* бр. 60/61, Београд: Завод за проучавање културног развика, стр. 303-307.
- Драгићевић-Шешић, М. и Стојковић, Б. (2007) Култура – менаџмент, анимација, маркетинг, Београд: Клио.
- European Commission - Using Natural and Cultural Heritage for the Development of sustainable Tourism in Non-Traditional Tourism Destinations, European Commission 2002. (http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/studies_heritage.htm)
- ICOMOS - International Cultural Tourism Charter (hgk.biznet.hr/hgk/fileovi/5674.pdf)
- Јовић, Б. (1983) Туризам и култура: Организација културних делатности у туризму. *Култура* бр. 60/61, Београд: Завод за проучавање културног развика, стр. 271-281.
- Јовичић, Д. и Бранков, Ј. (2009) Туристичке атракције – кључни елементи туристичке ресурсне основе, *Гласник српског географског друштва*, Св.LXXXIX - Бр. 1, стр. 3 – 13.
- Mangion, T. and Tamen, I. (1998) *European Cultural routes*, Council Of Europe, Strasbourg.
- Мастер план културно-историјске руте „Пут римских царева,, (2007), Београд: Министарство економије и регионалног развоја.
- Meyer, D. (2004) *Tourism routes and gateways: Examples and a selection of key issues for development of tourism routes and gateways and their potential for pro-poor tourism*, London: Tourism, ODI. (www.pppilot.org.za)
- Moulin, C. and Boniface, P. (2001) Routeing Heritage for Tourism: making heritage and cultural tourism networks for socio-economic development, *International Journal of Heritage Studies*, Vol. 7, No. 3, 2001, pp. 237- 248.
- Prentice, R. (1994) Heritage: A key sector of the new tourism, in: Cooper, C. P. and Lokwood A. (eds.), *Progress in tourism, recreation and hospitality management*, Vol.5, Chichester: Wiley, pp.309 -324.
- Станојловић, А. (2009) Средњевековна утврђења у Србији као потенцијал за креирање културних рута, зборник радова, Међународни научни симпозијум *Савремене тенденције у туризму, хотелијерству и гастрономији 2009*, Нови Сад: Природно-математички факултет.

Stanojlović, A., Ivkov-Džigurski, A. and Dragin, A. (2010) *The lack of interpretation at fortresses along the Danube in Serbia*. Geographica Timisiensis, Department of Geography, West University of Timișoara, Romania, Vol. 19/2, pp.185-196.

Timothy, D. (2007) *Managing Heritage and Cultural Tourism Resources*, Critical Essays, Volume One, Cornwall: Ashgate.

Timothy, D. and Boyd, S. (2001) *Developing Partnerships: Tools for Interpretation and Management of World Heritage Sites*, Tourism Recreation Research, 26(1), p. 47-53.

Aleksandra Terzić, Željko Bjeljac and Radmila Jovanović
Serbian Academy of Sciences and Arts, Geographical Institute *Jovan Cvijić*,
Belgrade, University of Belgrade, Faculty of Geography, Belgrade

PROTECTION, REVITALIZATION AND USE OF
HERITAGE THROUGH CULTURAL ROUTE
FORMATION SYSTEM

EVALUATION OF THE *ROMAN EMPEROR'S PATH*
MASTER PLAN

Abstract

“Cultural routes” are a term recently used in scientific literature to define cultural tourism offer based on a set of mutually connected tourist attractions and destinations. The way of travel within a cultural route usually consists of roads with significant scenic, cultural, historical, geological or natural values, and incorporates the sightseeing and interpretation of sites located within that route. Cultural routes can become tourist destinations because of their connections to renowned places, events and personalities. The formation of cultural routes as tourist products is considered to be a new way of protection, revitalization, use and presentation of cultural heritage. However, the concept of cultural routes as practiced in the world and in Europe is just beginning to be used in Serbia. This study presents the basic principles of forming cultural routes, gives an insight into existing initiatives and projects of cultural route development in Serbia, with a special focus to the national master plan “Roman Emperors’ Paths in Serbia” and its critical evaluation.

Key words: *cultural routes, tourism, Serbia, “Roman Emperors’ Path”*