



УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ  
ПРИРОДНО-МАТЕМАТИЧКИ ФАКУЛТЕТ  
ДЕПАРТМАН ЗА ГЕОГРАФИЈУ, ТУРИЗАМ  
И ХОТЕЛИЈЕРСТВО



*Александра Терзић*

**ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ У СРБИЈИ  
- ПОТЕНЦИЈАЛ РАЗВОЈА КУЛТУРНИХ РУТА**

*- докторска дисертација –*

**Нови Сад, 2012.**



УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ  
ПРИРОДНО-МАТЕМАТИЧКИ ФАКУЛТЕТ  
ДЕПАРТМАН ЗА ГЕОГРАФИЈУ, ТУРИЗАМ  
И ХОТЕЛИЈЕРСТВО



*Александра Терзић*

**ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ У СРБИЈИ  
- ПОТЕНЦИЈАЛ РАЗВОЈА КУЛТУРНИХ РУТА**

*- докторска дисертација –*

**Нови Сад, 2012.**

## САДРЖАЈ

<b>ПРЕДГОВОР</b> .....	5
<b>УВОД</b> .....	6
<b>I ПОГЛАВЉЕ: ПРЕДМЕТ, ЗАДАЦИ, ЦИЉЕВИ, ХИПОТЕЗЕ И МЕТОДОЛОГИЈА НАУЧНОГ РАДА</b> .....	7
<b>ДЕФИНИСАЊЕ ПРЕДМЕТА И ОБЛАСТИ ИСТРАЖИВАЊА</b> .....	8
<b>ДЕФИНИСАЊЕ ЗАДАТАКА ИСТРАЖИВАЊА</b> .....	9
<b>ДЕФИНИСАЊЕ ЦИЉЕВА ИСТРАЖИВАЊА</b> .....	9
<b>ПОСТАВЉАЊЕ ХИПОТЕЗА</b> .....	11
<b>МЕТОДЕ ИСТРАЖИВАЊА И ОБРАДЕ ПОДАТАКА</b> .....	12
<b>ФАЗЕ У СПРОВОЂЕЊУ ИСТРАЖИВАЊА</b> .....	12
<b>МЕТОДЕ ОБРАДЕ ПОДАТАКА</b> .....	13
<b>II ПОГЛАВЉЕ: КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ, КУЛТУРНИ ТУРИЗАМ, КУЛТУРНЕ РУТЕ</b> .....	15
<b>КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ И КУЛТУРНИ ТУРИЗАМ</b> .....	16
<b>КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ</b> .....	16
<b>КУЛТУРНИ ТУРИЗАМ</b> .....	19
<b>ТУРИЗАМ ДВОРАЦА</b> .....	21
<b>ИНСТИТУЦИЈЕ И ДОКУМЕНТИ КОЈИ СЕ БАВЕ РАЗВОЈЕМ КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА</b> .....	22
<b>КУЛТУРНЕ РУТЕ</b> .....	24
<b>ОСНОВНИ КРИТЕРИЈУМИ ЗА ФОРМИРАЊЕ КУЛТУРНЕ РУТЕ</b> .....	31
<b>КРИТЕРИЈУМИ ЗА УПИС КУЛТУРНЕ РУТЕ НА ЛИСТУ СВЕТСКЕ КУЛТУРНЕ БАШТИНЕ</b> .....	33
<b>ТУРИСТИЧКА ИНТЕРПРЕТАЦИЈА И АНИМАЦИЈА</b> .....	35
<b>ТУРИСТИЧКА ИНТЕРПРЕТАЦИЈА</b> .....	35
<b>ТУРИСТИЧКА АНИМАЦИЈА</b> .....	36
<b>III ПОГЛАВЉЕ: КУЛТУРНА РУТА „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ” У СРБИЈИ</b> .....	39
<b>ДЕФИНИСАЊЕ КУЛТУРНЕ РУТЕ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ” У СРБИЈИ</b> .....	40
<b>ТУРИСТИЧКО-ГЕОГРАФСКИ ПОЛОЖАЈ</b> .....	41
<b>КАРАКТЕРИСТИКЕ ТОКА ДУНАВА КРОЗ СРБИЈУ</b> .....	42
<b>ПРИРОДНО-ГЕОГРАФСКЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ ПОДУНАВЉА У СРБИЈИ</b> .....	44
<b>РЕЉЕФ</b> .....	44
<b>КЛИМА</b> .....	45
<b>ХИДРОГРАФИЈА</b> .....	46
<b>БИОГЕОГРАФСКЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ</b> .....	46
<b>ПРИРОДНИ ТУРИСТИЧКИ РЕСУРСИ НА ПРОСТОРУ ПОДУНАВЉА У СРБИЈИ</b> .....	47

<b>ДРУШТВЕНО-ГЕОГРАФСКЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ</b>	
<b>ПОДУНАВЉА У СРБИЈИ</b> .....	48
<b>ИСТОРИЈАТ</b> .....	48
<b>СТАНОВНИШТВО</b> .....	53
<b>НАСЕЉА</b> .....	56
<b>ПРИВРЕДА</b> .....	57
<b>АНТРОПОГЕНИ ТУРИСТИЧКИ РЕСУРСИ НА ПРОСТОРУ</b> <b>ПОДУНАВЉА У СРБИЈИ</b> .....	59
<b>ИНФРАСТРУКТУРНИ И СУПРАСТРУКТУРНИ ЕЛЕМЕНТИ</b>	
<b>НЕОПХОДНИ ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА НА ДУНАВУ</b> .....	63
<b>САОБРАЋАЈНА ИНФРАСТРУКТУРА</b> .....	63
<b>УГОСТИТЕЉСКИ КАПАЦИТЕТИ</b> .....	65
<b>ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ У СРБИЈИ</b> .....	68
<b>ТВРЂАВА БАЧ</b> .....	71
<b>ПЕТРОВАРАДИНСКА ТВРЂАВА</b> .....	75
<b>БЕОГРАДСКА ТВРЂАВА</b> .....	87
<b>СМЕДЕРЕВСКА ТВРЂАВА</b> .....	95
<b>РАМСКА ТВРЂАВА</b> .....	99
<b>ГОЛУБАЧКА ТВРЂАВА</b> .....	102
<b>ТВРЂАВА ФЕТИСЛАМ У КЛАДОВУ</b> .....	105
<b>ОПШТЕ СТАЊЕ КЉУЧНИХ РЕСУРСА И ПЛАНОВИ РАЗВОЈА</b>	
<b>КУЛТУРНЕ РУТЕ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ” У СРБИЈИ</b> .....	109
<b>ПРОГРАМИ ИНТЕРПРЕТАЦИЈЕ И АНИМАЦИЈЕ НА</b>	
<b>КУЛТУРНОЈ РУТИ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“ У СРБИЈИ</b> .....	112
<b>ПРИМЕРИ И ПРЕДЛОЗИ АНИМАЦИОНИХ ПРОГРАМА</b> .....	116
<b>ТУРИСТИЧКЕ МАНИФЕСТАЦИЈЕ НА КУЛТУРНОЈ РУТИ</b>	
<b>„ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ” У СРБИЈИ</b> .....	119
<b>ПЛАНОВИ БУДУЋЕГ РАЗВОЈА ТУРИЗМА И КУЛТУРНИХ</b>	
<b>РУТА У РЕГИОНУ ДУНАВА У СРБИЈИ</b> .....	127
<b>ДУНАВСКА СТРАТЕГИЈА ЕВРОПСКЕ УНИЈЕ</b> .....	127
<b>ПРОЈЕКАТ ФОРМИРАЊА КУЛТУРНЕ РУТЕ</b>	
<b>„ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ”</b> .....	131
<b>ПРЕДЛОГ ПРОЈЕКТА „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ”</b> .....	132
<b>ПРОЈЕКАТ БИЦИКЛИСТИЧКЕ РУТЕ „ЕУРО ВЕЛО 6“</b> .....	133
<b>ПРОЈЕКАТ СРЕБРНО ЈЕЗЕРО (SILVER LAKE RESORT)</b> .....	134
<b>IV ПОГЛАВЉЕ: АНАЛИЗА ПОТЕНЦИЈАЛА ЗА РАЗВОЈ КУЛТУРНЕ</b>	
<b>РУТЕ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ”</b> .....	135
<b>КУЛТУРНА РУТА „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“ - АНАЛИЗА</b>	
<b>ОКРУЖЕЊА („PESTEL“ АНАЛИЗА)</b> .....	136
<b>КУЛТУРНА РУТА „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“ - ТУРИСТИЧКА</b>	
<b>ВАЛОРИЗАЦИЈА</b> .....	140
<b>МЕТОД ТУРИСТИЧКЕ ВАЛОРИЗАЦИЈЕ ХИЛАРИ ДУ КРОС</b> .....	141

<b>АНАЛИЗА СНАГА, СЛАБОСТИ, ШАНСИ И ПРЕТЊИ ЗА ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОД „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“ („SWOT“ АНАЛИЗА).....</b>	<b>154</b>
<b>ПРИМЕРИ УСПЕШНИХ КУЛТУРНИХ РУТА У ЕВРОПИ („BENCHMARK„ АНАЛИЗА).....</b>	<b>158</b>
КУЛТУРНА РУТА ХОДОЧАШЋА „САНТИЈАГО ДЕ КАМПОСТЕЛА“ У ШПАНИЈИ, ФРАНЦУСКОЈ И ПОРТУГАЛИЈИ.....	158
„ПУТ ДВОРАЦА“ У НЕМАЧКОЈ И ЧЕШКОЈ.....	159
ИСТОРИЈСКА РУТА „ДВОРЦИ ЛОАРЕ“ У ФРАНЦУСКОЈ.....	159
РУТА „ЗЕМЉА КАТАРА“ У ФРАНЦУСКОЈ.....	160
ТЕМАТСКА РУТА „ДРАКУЛА ТУРА“ У РУМУНИЈИ.....	160
ТЕМАТСКЕ РУТЕ У СЛОВЕНИЈИ.....	161
ТЕМАТСКЕ РУТЕ У ХРВАТСКОЈ.....	161
ТЕМАТСКЕ РУТЕ У СРБИЈИ.....	161
<b>ЕВАЛУАЦИЈА ТУРИСТИЧКОГ ЛАНЦА ВРЕДНОСТИ КУЛТУРНЕ РУТЕ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“ .....</b>	<b>163</b>
<b>КОНКУРЕНТНОСТ СРБИЈЕ И ТОКА ДУНАВА У СРБИЈИ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ У ГЛОБАЛНИМ ТУРИСТИЧКИМ ТОКОВИМА.....</b>	<b>167</b>
<b>V ПОГЛАВЉЕ: ИСТРАЖИВАЊЕ ТУРИСТИЧКОГ ТРЖИШТА.....</b>	<b>171</b>
ТРЕНДОВИ У ТУРИЗМУ .....	172
ТУРИСТИЧКИ ТОКОВИ У СРБИЈИ И РЕГИОНУ ПОДУНАВЉА.....	174
ПЕРЦЕПЦИЈЕ И СТАВОВИ ПОТЕНЦИЈАЛНИХ ТУРИСТА И РЕЗИДЕНАТА О АТРАКТИВНОСТИ КУЛТУРНЕ РУТЕ (АНКЕТНО ИСТРАЖИВАЊЕ).....	177
СТАВОВИ И ПЕРЦЕПЦИЈЕ ЛОКАЛНОГ СТАНОВНИШТВА.....	178
СТАВОВИ И ПЕРЦЕПЦИЈЕ ДОМАЋИХ ТУРИСТА.....	185
СТАВОВИ И ПЕРЦЕПЦИЈЕ СТРАНИХ ТУРИСТА.....	190
<b>VI ПОГЛАВЉЕ: ФОРМИРАЊЕ ТУРИСТИЧКОГ ПРОИЗВОДА „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“ У СРБИЈИ.....</b>	<b>195</b>
ТУРИСТИЧКИ РЕСУРСИ КАО ОСНОВА РАЗВОЈА КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА И КУЛТУРНИХ РУТА.....	196
МЕНАџМЕНТ И ПЛАНИРАЊЕ РАЗВОЈА КУЛТУРНЕ РУТЕ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“ У СРБИЈИ.....	199
СТРАТЕШКО ПЛАНИРАЊЕ РАЗВОЈА КУЛТУРНЕ РУТЕ.....	201
ЗАШТИТА, РЕВИТАЛИЗАЦИЈА И ОДРЖИВИ РАЗВОЈ КУЛТУРНИХ РЕСУРСА.....	209
ОДРЖИВИ РАЗВОЈ.....	217
КРЕИРАЊЕ ВИЗИЈЕ И МИСИЈЕ КУЛТУРНЕ РУТЕ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“.....	219

---

<b>СЕГМЕНТАЦИЈА ТУРИСТИЧКОГ ТРЖИШТА.....</b>	<b>221</b>
<b>ЉУДСКИ РЕСУРСИ ПОТРЕБНИ ЗА РАЗВОЈ КУЛТУРНОГ</b>	
<b>ТУРИЗМА.....</b>	<b>223</b>
<b>МАРКЕТИНГ ТУРИСТИЧКЕ РУТЕ.....</b>	<b>229</b>
<b>ПОЗИЦИОНИРАЊЕ И БРЕНДИРАЊЕ КУЛТУРНЕ РУТЕ</b>	
<b>„ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ” .....</b>	<b>234</b>
<b>ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА.....</b>	<b>236</b>
<b>ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ.....</b>	<b>240</b>
<b>ПРИЛОЗИ.....</b>	<b>247</b>
<b>СПИСАК ТАБЕЛА, ГРАФИКОНА, КАРАТА, СКИЦА И СЛИКА.....</b>	<b>262</b>
<b>БИОГРАФИЈА.....</b>	<b>263</b>
<b>КЉУЧНА ДОКУМЕНТАЦИЈА.....</b>	<b>264</b>

## **ПРЕДГОВОР**

Тема „Тврђаве на Дунаву – потенцијал формирања културних рута” је одабрана из разлога што је уочен реалан потенцијал за формирање ове културне руте, што се и практично показало кроз иницијативу и пројекте Министарства културе Републике Србије и Министарства за економију и регионални развој Републике Србије који су у периоду од 2007. показали посебно интересовање за формирање културних рута на простору Србије. До сада су реализовани пројекти културних рута у Србији „Пут римских царева” за који је урађен и Мастер план у оквиру пројекта Министарства за економију и регионални развој, и културна рута „Тврђаве на Дунаву” у оквиру пројекта Министарства културе. Тема ове дисертације је базирана на потребама наведеног истоименог пројекта Министарства културе, те су спроведена истраживања настала као резултат двогодишње сарадње са учесницима на овом пројекту.

Овом приликом бих желела да се захвалим свима који су ми изашли у сусрет приликом припреме и обраде дисертације, посебно својој менторки проф. др Анђелији Ивков-Џигурски која ме је усмеравала приликом обраде дисертације. Посебну захвалност дугујем Ивани Гарић из Министарства културе која ми је у току рада на дисертацији и трајања пројекта „Тврђаве на Дунаву” несебично помагала и залагала се да добијем све потребне податке и помоћ у културним институцијама. Такође бих се захвалила и свим запосленима у институцијама надлежним за заштиту и управљање споменицима културе, као и локалним туристичким организацијама на посматраном подручју.

Ипак, посебну захвалност дугујем својој породици и пријатељима који су били уз мене и подржали ме током рада на дисертацији.

**Аутор**

## УВОД

У свету развијене многобројне културне руте, које привлаче туристе више од деценије („Пут свиле”, „Пут робова” у САД, „Сантијаго де Кампостела ходочаснички пут” у Европи, итд.). Неке од ових рута су привлачиле посетиоце вековима, док су друге тек последњих година постале популарне (пут културе „Архитектура без граница”, „Европски паркови и вртови”, итд.), а неке су веома старе, али тек недавно промовисане од стране Савета Европе („Пут гвожђа” у Пиринејима, „Пут Светог Мартина”). Дакле, у целом свету, постоји широк спектар културних програма рута различите старости и културног и историјског значаја. Надаље, у непосредном окружењу Србије у последњих пар година, уочава се популаризација дестинација културног наслеђа (посебно у Хрватској, Словенији и Румунији) и та промоција укључује формирање културних рута.

Фокусирање на туризам на регионалном и националном нивоу у Србији је предмет на који је Влада Републике Србије спремна да потроши време и новац како би припремила потенцијалне дестинације у функцији туристичког маркетинга као средства које ће обезбедити економску добит. С обзиром на то да су туристичке атракције у Србији прилично разноврсне и да покривају како природно тако и културно наслеђе, те да је неопходно активирати различите туристичке производе, јавила се иницијатива за креирање неколико тематских рута у Србији. Овакво стање је мотивисало различите јавне секторе и Министарства у Србији да отпочну са коришћењем термина „културна рута” за промовисање већег броја локалитета културног наслеђа, као што су археолошка налазишта из римског периода, утврђења, манастири и слично. На тој основи отпочета је иницијатива формирања путева културе и у Србији, а пример тога је недавно формиран „Пут Римских царева”, и културна рута Савета Европе „Трансроманика” у чији је део укључено и наслеђе Србије, као и програм Министарства културе „Тврђаве на Дунаву” на који се конкретно фокусира ова дисертација. Након учешћа на неколико радионица организованих од стране Министарства културе Републике Србије у оквиру пројекта „Тврђаве на Дунаву”, те разговором са стручњацима из различитих области из Србије, као и са представницима УНЕСКО-а који су такође учествовали на овим радионицама стекла су се неопходна знања и уочени су недостаци у садашњим начинима управљања културним наслеђем у Србији. Дошло се до закључка да како би се промовисало право разумевање концепта културних рута, неопходно је спровести активности на повезивању представника свих заинтересованих страна, како јавних институција, тако и приватних предузетника и наравно локалног становништва, како би се повећала свест о културном наслеђу Србије. Мишљења стејкхолдера указују на то да културна рута има главну улогу у стимулисању културног туризма на туристичкој рути „Тврђаве на Дунаву”. Ова дисертација има за циљ да спроведе студију програма формирања културне руте на примеру „Тврђаве на Дунаву”, како би охрабрила конзервацију и презентацију културног наслеђа на овој рути, као значајног за развој туризма Србије. Додатно, студија ће показати начине на који се концепт „културна рута” користи од стране ИКОМОС-а, Савета Европе, УНЕСКО-а и других међународних институција. Приликом процеса формирања културне руте „Тврђаве на Дунаву” потребно је следити критеријуме дефинисане од стране међународних институција о заштити културног наслеђа. Након дефинисања основних критеријума и смерница за формирање културне руте „Тврђаве на Дунаву”, предложене су стратегије развоја ове културне руте. Основна вредност у спровођењу активности очувања и заштите наслеђа кроз културне руте у Србији лежи у стварању услова за повећање нивоа сарадње чиме би се активним учешћем више страна обезбедила вишеструка добит.





**ПРЕДМЕТ, ЗАДАЦИ, ЦИЉЕВИ, ХИПОТЕЗЕ  
И МЕТОДОЛОГИЈА НАУЧНОГ РАДА**



## ДЕФИНИСАЊЕ ПРЕДМЕТА И ОБЛАСТИ ИСТРАЖИВАЊА

Ова студија представља анализу концепта културне руте као средства за унапређење конзервације и очувања културног наслеђа, као и могућности искоришћавања оваквих ресурса приликом развоја туризма. Дефинише принципе и поступке које је неопходно следити како би се креирала културна рута која ће на прави начин презентовати културно наслеђе у складу са принципима одрживог развоја. Тежиште истраживања је стављено на развој сегмента културног туризма базираног на развоју путева културе, кроз анализу специфичности простора Србије и Подунавља, односно анализи специфичности туризма заснованог на културном наслеђу и тврђавама, утврђивању услова који су утицали на такво формирање туристичке понуде, као и стратегији развоја културне руте „Тврђаве на Дунаву” у Србији, итд. Тврђаве у Србији налазе се дуж важних магистрала, а неколико веома значајних и добро очуваних тврђава налази се дуж тока Дунава. Ове тврђаве могу представљати веома значајан како примарни тако и комплементарни фактор у процесу развоја туристичке понуде Србије на Дунаву. Многе земље Европе и света, су своје тематске туристичке понуде засновале управо на повезивању оваквих споменика културе са наутичким и бициклическим туризмом, а као пример се узимају „Дворци Лоаре”, крстарење Нилом, „Немачки романтични пут”, „Земља Катара” и многи други. Значај културних споменика у туризму је готово свуда велики, а такав значај они могу имати и у Србији. Тврђаве и дворци су најрепрезентативнији облик културне баштине, па као такви, буде највеће интересовање код турста на оваквим путовањима, посебно ако се на таквим локалитетима одржавају и културне манифестације.

Предмет овог истраживања је проучавање значаја тврђава у формирању културних рута као специјализованих туристичких производа, који су се у великом броју случајева показали као веома успешни на туристичком тржишту.

Под културном рутом се сматра утврђени правац путовања који се обично састоји од секундарних путева са значајним пејзажним, културним, историјским, геолошким или природним вредностима и укључује разгледање и интерпретацију места која одговарају карактеристикама овог правца. Овакви производи у свом карактеру као главни чинилац понуде имају управо спектар активности и интерпретација самих ресурса на инвентиван начин, те је анимација кључна ставка сваке културне руте. Дубљим проучавањем ове проблематике, омогућило би се искоришћавање постојећег потенцијала тврђава на Дунаву у Србији за стварање једне културне руте која би се посредством туристичке анимације и презентације могла пласирати на туристичком тржишту и представљала би велики корак у формирању туристичког производа Србије.

Истраживана област је подручје тока Дунава у Србији и његово непосредно окружење. Тежишна истраживана област обухвата део тока Дунава који протиче кроз Србију, односно, деоницу од Бездана (1.425. km, на граници са Хрватском) до ушћа Тимока у Дунав (846. km, на граници са Румунијом и Бугарском). Посебан акценат ће бити на подунавским градовима, односно, подручју које обухвата 7 општина – Бач, Нови Сад, Београд, Смедерево, Рам, Голубац и Кладово, на чијој територији се налази 7 фортификација из различитих историјских периода, а који су наведени као стратешке тачке развоја културне руте „Тврђаве на Дунаву”.

Област истраживања се базира на проучавању скупа локалитета на појединим деоницама тока Дунава у Србији, која су дефинисана позицијом фортификације (утврђења), као основних елемената за формирање културне руте Тврђаве на Дунаву. Истраживањем су обухваћена насеља у оквиру којих се ови споменици културе налазе,

те ја самим тим урађена и анализа инфраструктуре, социо-економских фактора, надлежних институција за заштиту споменика културе, као и институција надлежних за развој туризма. Затим су спроведена истраживања ставова надлежних у овим институцијама, ставова резидентног становништва и ставова туриста у погледу тока развоја ове културне руте на Дунаву и друго.

На избор истраживане области су утицале савремене тенденције развоја међународних туристичких кретања које показују да је Коридор Дунава у Србији у последњих пар година туристички веома атрактиван. На одређивање за истраживање потенцијала туристичке афирмације тврђава на Дунаву је умногоме утицала свест о неискоришћености културних ресурса у Србији, као и општа немарност државе и становништва Србије према споменицима културе. Формирањем културне руте дошло би до боље заштите и презентације ових споменика, као и њиховог активирања и искоришћавања у туристичке сврхе. Едукација становништва и свест о вредности културног наслеђа би се повећала, а туризам би допринео привредном развоју и побољшању услова живота на овим просторима.

### **ДЕФИНИСАЊЕ ЗАДАТАКА ИСТРАЖИВАЊА**

Основни задаци истраживања се фокусирају на постизање одговора на неколико кључних питања неопходних за реализацију програма формирања културних рута:

- Које је правилно тумачење концепта и значење појма „културне руте„?
- Како се може избалансирати конзервација, заштита, ревитализација и туристичка презентација културног наслеђа кроз културне руте?
- Каква је тржишна оријентација и стратегија Србије када је у питању развој културних рута и које су предности формирања културне руте „Тврђаве на Дунаву“?
- Који су фактори неопходни за развој културне руте „Тврђаве на Дунаву“ у Србији?
- Инвентаризација и класификација атрактивних ресурса на Дунаву у Србији као простору који прати културна рута „Тврђаве на Дунаву“,
- Оцена атрактивности тврђава на Дунаву као комплексних културно-историјских целина и места преплитања различитих европских култура?
- Оцена туристичке инфраструктуре на Дунаву и на тврђавама, као неопходног предуслова развоја туризма на овом подручју.
- Оцена постојећих културних програма, анимације и интерпретације на тврђавама на Дунаву, и давање предлога иновативних садржаја и метода интерпретације на овим локалитетима.
- Како се могу креирати ефективни програми презентације и интерпретације на специфичној рути „Тврђаве на Дунаву“, како би биле едукативне али и интересантне туристима, и тиме омогућиле стварање свести о значају ових ресурса.

## ДЕФИНИСАЊЕ ЦИЉЕВА ИСТРАЖИВАЊА

Циљеви истраживања усмерени ка проучавању концепта "културних рута" и начина за практичну примену овог концепта кроз бројне примере реализованих програма формирања културних рута на простору Европе. Такође, проучавањем концепта путева културе стреми се ка предлагању одговарајуће стратегије за презентацију и интерпретацију наслеђа, те подизању свести јавности и посетилаца, који би путовањем овом рутом добили специфично туристичко искуство. На овај начин се покушава промовисати разумевање и сарадња у очувању културног наслеђа Србије, које је било занемаривано дуги низ година.

Након стицања адекватних сазнања добијених након двогодишњих студијских, теренских и анкетних истраживања, кроз научну дескрипцију, објашњавања и предвиђања појава и процеса из области културног туризма, на примерима развоја културних рута, дате су смернице за процес формирања културне руте „Тврђаве на Дунаву” у Србији.

Посебна пажња усмерена је ка дефинисању неопходних, недостајућих елемената на овим локалитетима, са посебим акцентом на потребу стварања туристичке инфраструктуре, креирању адекватних садржаја, интерпретације и анимације на свим локалитетима ради креирања и афирмисања једног високо-квалитетног туристичког производа. Самим тим, стечена сазнања треба да олакшају и омогуће израду предлога стратегије развоја културне руте „Тврђаве на Дунаву” у Србији, кроз:

- Инвентаризацију туристичких ресурса на Дунаву у Србији;
- Дефинисање туристичког производа базираног на креирању туристичке руте „Тврђаве на Дунаву”;
- Утврђивање тренутних и потенцијалних актера и осталих учесника (стејкхолдера) у формирању и пласирању туристичке понуде културне руте;
- Утврђивање и приказ туристичког промета у Србији, на Дунаву и појединим тврђавама у Србији;
- Однос носилаца одговорности према културним споменицима и развоју туризма у Србији;
- Дефинисање неопходних елемената туристичке инфраструктуре на свим релевантим локалитетима;
- Указивање на неопходност постојања адекватних културних садржаја на локалитетима, анимације туриста и квалитетне интерпретације, итд.

Мотивациону и просторну компоненту представља деоница тока Дунава у Србији и његове природне и друштвене карактеристике, које представљају снажна средства привлачења туристичке тражње, посебно иностране. С тим у вези, неопходно је направити анализу структуре туриста, учесника туристичких кретања на Дунаву, утврдити емитивна подручја, као и очекивања самих туриста, ради адекватнијег планирања инфраструктуре, прихвата, садржаја и промоционих активности Србије у наредном периоду.

Афирмацију теме су подстакле бројне чињенице, које се односе на мултипликативно дејство које формирање културне руте дуж Дунава може имати за Србију. Осим тога, да би се културна рута адекватније осмислила и пласирала на међународно туристичко тржиште, неопходно је утврдити бројне параметре, као што су инфраструктура, садржаји на локалитетима, програми интерпретације и анимације,

заинтересованост за оваквим производом, као и обим и динамику туристичког промета на Дунаву у Србији.

Одрживи развој, као неопходна смерница развоја туризма Србије, захтева, такође, детаљно проучавање и анализу, како би се утврдили подстицајни и ограничавајући фактори развоја овог вида туризма заснованог на културним рутама и тврђавама, историји и култури као његовим основним елементима.

## ПОСТАВЉАЊЕ ХИПОТЕЗА

Проучавање поменуте проблематике треба да допринесе проналажењу конкретних смерница у формирању културних рута, процени туристичке понуде на Дунаву и у оквиру културне руте, са нагласком на формирање руте на основу ставова како туриста тако и резидентног становништва, као и анализе досадашњег развоја туризма на Дунаву и искустава других земаља приликом формирања сличних туристичких производа.

Приликом почетних истраживања дошло се до следећих претпоставки:

- Да је развој културних рута у свету, а посебно у Европи све актуелнији и многобројнији, те да су се културне руте базиране на тврђавама показале као веома успешне у многим државама,

- Да развој туризма на Дунаву доживљава експанзију, посебно када су у питању међународна крстарења (Основу за ову тврдњу чини чињеница да је Коридор 7 релативно ново тржиште крстарења и као такво се налази у почетној фази развоја).

- Да је могуће формирати чак неколико културних рута у Србији, а да највећу атрактивност за формирање таквих рута има подручје тока Дунава, које је посебно богато разноврсним туристичким ресурсима: споменици природе, богато културно-историјско наслеђе, преплитање различитих култура на овом простору, економска развијеност подручја, актуелни трендови у туризму, итд.

- Да тврђаве као импресивни сведоци богатог културно-историјског наслеђа, због комплексности своје структуре и вишеструког културно-историјског и друштвеног значаја имају одређену предност у односу на друге културне ресурсе.

- Да су туристи који показују интересовање за посету културних рута, присутни у свим старосним категоријама, да су углавном високо-образовани, са вишим нивоом културне свести, различитих мотивација, склони авантуризму, незахтевни по питању високо квалитетних инфраструктурних елемената и врло захтевни по питању квалитетних интерпретативних садржаја.

**Хипотеза 1.** Могуће је формирати културну руту дуж Дунава у Србији.

**Хипотеза 2.** Културна рута дуж Дунава у Србији може бити базирана на тврђавама као кључним елементима.

**Хипотеза 3.** Туристичка инфраструктура је недовољна и неадекватна за туристички развој, па је неопходно унапредити је.

**Хипотеза 4.** Туристички садржаји, интерпретација и анимација на тврђавама у Србији је недовољна и неадекватна.

**Хипотеза 5.** Стварањем адекватних програма интерпретације и анимације дошло би до повећања квалитета овог туристичког производа и веће посећености руте.

**Хипотеза 6.** Постоји реална заинтересованост домаћих и иностраних туриста за оваквим туристичким производом.

## МЕТОДЕ ИСТРАЖИВАЊА И ОБРАДЕ ПОДАТАКА

Приликом избора, величине и конструкције репрезентативног узорка за спровођење истраживања потенцијала формирања културне руте дуж Дунава, а која обухвата као централне тачке следеће фортификационе објекте: тврђаву Бач, Петроварадинску тврђаву, Београдску тврђаву, Смедеревску тврђаву, тврђаву Рам, Голубачку тврђаву и Фетислам, на наведеним локалитетима као и у институцијама надлежним за ове споменике спроведени су прикупљање архивске документационе грађе, интервјуи и упитници међу запосленима у надлежним институцијама за заштиту, презентацију и развој споменика културе, образовним институцијама, националним, регионалним и локалним туристичким организацијама и НВО које се баве туризмом или су повезане са релевантним активностима на подручју Дунава у Србији.

Упитници су достављени надлежнима у институцијама задуженим за урбано планирање, институцијама за бригу о споменицима културе, као и туристичким организацијама у тим местима (укупно 25 упитника). Пошто се ради о специјализованом туристичком производу сматрало се адекватним да се спроведе анкетно истраживање ставова локалног становништва (укупно 100 анкета). Истраживање ставова локалног становништва о развоју културне руте и афирмацији ових тврђава у туристичком смислу, као и заинтересованост локалног становништва за активно укључивање у реализацију програма у оквирима сопствене општине (у општинама Бач, Нови Сад, Београд, Смедерево, Велико Градиште, Голубац и Кладово). Такође је извршено истраживање туристичког тржишта, те је спроведена анкета заинтересованости домаћих туриста (укупно 300 анкета) и заинтересованости страних туриста (укупно 100 анкета) за овакав туристички производ. Анкета о заинтересованости потенцијалних домаћих туриста за посету овим локалитетима (укупно 300 испитаника из главних емитивних подручја Србије – Нови Сад, Суботица, Београд, Крагујевац и Ниш, и других градова путем интернет-анкете); као и анкета о заинтересованости страних туриста за посету овим локалитетима (анкета спроведена на фестивалу „Мама Дуна“ одржаном у августу 2010. године у Улму, Немачка, на крузерима који су пловили Дунавом у периоду јун – септембар 2010. године, међу туристима-бициклистима на рути Дунава, међу посетиоцима фестивала „Егзит 2011“ у Новом Саду и путем интернет анкете).

### ФАЗЕ У СПРОВОЂЕЊУ ИСТРАЖИВАЊА

**Прва фаза: Увид у теоријске приступе и праксу развоја концепта културних рута и истраживање туристичких ресурса неопходних за формирање културне руте „Тврђаве на Дунаву“.** Почетна фаза истраживања обухватила је кабинетско истраживање, преглед доступне литературе и увид у праксу развоја културних рута у Европи и подручјима са сличним карактеристикама, као и компаративна анализа програма културних рута у свету и у Србији. Такође је у почетној фази теренско истраживање свих локалитета планираних за укључивање у културну руту „Тврђаве на Дунаву“, кроз које је стечен увид у тренутно стање тврђава и насеља у чијим се оквирима оне налазе, али такође и извршена инвентаризација туристичких ресурса у њиховој непосредној близини, као и досадашњих развојних перформанси туристичке индустрије на подручју Подунавља. Теренски обилазак свих локалитета омогућио је и прикупљање информација и документационе грађе студије, али и стварање фото-документације о кључним елементима ланца вредности на истраживаној рути. За

евалуацију ових ресурса коришћена је метода туристичке валоризације, при чему су урађене класификације тврђава на основу метода туристичке валоризације.

**Друга фаза: Истраживање привредних и кадровских капацитета коресподентне са развојем културне руте „Тврђаве на Дунаву”** – интервјуи са представницима завода за заштиту споменика културе, музеја, хотела и осталим актерима заинтересованим за укључивање у процес формирања културне руте „Тврђаве на Дунаву”. Циљеви су прикупљање информација и ставова о организацији и развоју туризма на подручју Дунава, у смислу рецептивног подручја на коме се планира формирање туристичког производа културне руте „Тврђаве на Дунаву” у Србији. Као и о ресурсној и кадровској структури на самим локалитетима, планираним активностима на самим локалитетима и плановима развоја туризма на подручју за које се везује културна рута.

**Трећа фаза: Истраживање туристичких трендова и туристичког тржишта** – анализа различитих извора података, статистичка обрада података и специјализовани структурисани упитници и интервјуи. Тржишна анализа међународних туристичких трендова и туристичког тржишта, спроведена је кроз индивидуалне разговоре са кључним представницима из домена културног туризма, туристичких организација и представника из приватног сектора (екстрактовани подаци из статистичке базе података Светске туристичке организације, Статистичког годишњака Републике Србије, интерних података туристичких организација, музеја, галерија, хотела и осталих институција које воде евиденцију о броју посетилаца на локалитету или објекту). Статистички подаци о броју туриста на крстарењу Дунавом, преузети су из истраживања спроведених у Новом Саду и Београду, у периоду од 2002. до 2009. године (Драгин, Јовичић, Лукић, 2010). Циљ ових истраживања је да се утврде тенденције на туристичком тржишту које се директно везује за развој културних рута као туристичког производа, као и потенцијал развоја оваквих рута на Дунаву и укључивања тврђава у туристичку понуду Србије.

**Четврта фаза: Истраживање потрошача** – анкетно истраживање заинтересованости и преференција потенцијалних туриста у циљу утврђивања њихових мотива приликом одабира културних програма приликом коришћења туристичких аранжмана, том приликом је испитано 100 страних и 300 домаћих туриста. Од укупног броја испитаника из сегмента туриста који су посетили подручје Подунавља, на основу упитника дефинисани су ставови о најатрактивнијим елементима понуде, имиџу подручја пре и после доласка, као и очекивања и степен задовољства елементима понуде на овом подручју.

## МЕТОДЕ ОБРАДЕ ПОДАТАКА

Статистичка и компаративна метода су највише примењиване код анализа туристичког промета на годишњем и месечном нивоу на подручју посматраних општина, као и у промету међународних крстарења на Дунаву у периоду од 2002. до 2007. године, на основу чега су идентификоване квантитативне карактеристике туристичког промета у Подунављу Србије (број туриста, националност туриста, сезоналност туристичког кретања, и друго) и тенденције туристичких токова у Србији у наредном периоду. Такође, ове методе су коришћене и приликом обраде података добијених на основу анкетног истраживања.

„PESTEL” анализа је објективан показатељ оправданости покретања развоја туризма у одређеном простору, у овом случају се везује за непосредно подручје Дунава, односно његов део који припада територији Републике Србије.

„SWOT” анализа је примењена за приказ предности и слабости, као и потенцијала, тј. могућности за формирање културних рута и унапређивање туристичке понуде Србије на Дунаву.

„Banchmark” анализа је употребљена за компарацију бројних примера успешних туристичких рута и параметара међународних туристичких кретања оваквим рутама у Европи, са посебним усмеравањем на руте базиране на сличним туристичким ресурсима као што је то случај код тврђава на Дунаву.

**Метод туристичке валоризације ресурса** (Хилари ду Крос) је спроведен ради оцењивања реалних потенцијала и атрактивности културне руте као целине, као и свих појединачних атрактивних туристичких ресурса у оквиру руте која се покушава формирати на простору који обухвата ток Дунава у Србији.

## ОЧЕКИВАНИ РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Очекивани резултати се базирају на:

- Трансферу знања о креирању културних рута и најбољих светских пракси у креирању туристичких рута и њихова примена на примеру формирања културне руте „Тврђаве на Дунаву“;
- Стварању смерница ка теми „Како спровести концепт културних рута на одговарајући начин ради едукације и повећања свести о културном наслеђу кроз туризам“;
- Препоруке о томе на које начине се могу ревитализовати тврђаве на Дунаву у оквиру културне руте на бази развоја туризма;
- Приказ развоја културне руте „Тврђаве на Дунаву”, која је пре свега заснована на његовој атрактивности као пловног пута, дугој историји и култури на овим просторима, на мултиетничности народа и разноврсности туристичких ресурса;
- Повећању свести о томе да културне руте обезбеђују вишеструке ефективне начине за разумевање, управљање и добит нације и локалне заједнице кроз активацију аспекта културног наслеђа и туризма, на примеру културне руте „Тврђаве на Дунаву”.





**КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ, КУЛТУРНИ ТУРИЗАМ,  
КУЛТУРНЕ РУТЕ**



## КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ И КУЛТУРНИ ТУРИЗАМ

Дефинисање појмова „културно наслеђе” и „културни туризам” сматра се кључним за постављање основних принципа употребе ових термина и прављења паралеле између односа културног наслеђа и туризма. Туризам и култура су препознати као два снажна покретача развоја широм света, а посебно у Европи, пре свега кроз економски развој и запосленост. Међутим, они имају и пресудну улогу у неговању разумевања богатства разноврсности регионалних култура Европе и већег вредновања заједничког европског наслеђа. Према подацима УНЕСКО-а, више од трећине светског културног наслеђа налази се у Европи. Култура је одувек била кључни елемент путовања, од развоја Гранд туре у 16. веку па све до данашњих дана. Културне атракције играју важну улогу у туризму на свим његовим нивоима, од глобалних емблема светске културе до атракција које осликавају локални културни идентитет. Култура, наслеђе и уметност су одувек у многоме доприносили представи туристичке дестинације. Ипак, у последње време, култура је поново откривена као важно маркетиншко средство за привлачење туриста са специјалним интересовањима усмереним на разне облике културног наслеђа. Самим тим, све чешће се наглашава да је културни туризам најбрже растући сегмент туристичке индустрије, јер поспешује већ актуелни тренд специјализације интересовања код туриста. Овај тренд је посебно приметан кроз пораст масовности туриста који траже авантуру, културу, историју, археологију и културну интеракцију са локалним становништвом на дестинацији (Richards, 1996; Richards, 2007).

### КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ

Термин „културно наслеђе” није одувек имало исто значење. Односећи се првобитно готово искључиво на монументалне остатке култура, наслеђе као концепт је постепено почело да укључује нове категорије као што су неопипљиво, етнографско и индустријско наслеђе. Концепт наслеђа данас је веома отвореног карактера, рефлектујући културу живљења у садашњости као и ону из прошлости. Физичко или опипљиво културно наслеђе састоји се од грађевина и историјских места, споменика, артефакта и других ствари, које се сматрају вредним за очување за будућност, укључује објекте значајне за археологију, архитектуру, науку или технологију одређене културе или друштва. Неопипљиво културно наслеђе означава праксе, репрезентације, изразе, знање, умећа као и инструменте, објекте, артефакте и културне просторе у вези са заједницама, групама, и појединци их препознају као део сопственог културног наслеђа. Неопипљиво културно наслеђе, преноси се са генерације на генерацију, константно се мења под утицајем заједница, у зависности од њиховог окружења, интеракција са природом и историјом, и обезбеђује их осећајем идентитета и континуитета, тиме промовишући поштовање културне разноликости и људске креативности (*Convention concerning the protection of the World Cultural and Natural Heritage, adopted in Paris, 16 November 1972*). Као друштвени феномен, културно наслеђе снажно рефлектује друштво у коме је створено и вредновано. Нације и друштвене групе имају колективни идентитет утемељен у прошлости, догађајима и елементима која су за ту нацију значајна. Наслеђе у културној арени се користи да опише идентитет кроз материјалне форме као што су споменици, историјски и архитектонски остаци и артефакти у музејима, али и кроз неопипљиве форме - филозофија, традиција и уметност у свим њиховим облицима, и кроз слављење великих догађаја, историјске личности, начине живљења, литературу и фолклор (Nas, 2002).

Према McKercher и du Cros (2002), три различита типа опипљивог наслеђа:

- историјске грађевине и археолошка налазишта;
- локалитете, културне руте и културне пејзаже, и
- покретно културно наслеђе и музеји.

Класификација културних добара у Србији извршена је на бази њихових физичких, уметничких, културних и историјских својстава, као и могућности туристичке уређености и презентације, па у том смислу се могу издвојити следеће групе добара:

**1. Археолошка налазишта** – делови земљишта на којима се налазе откривени и потпуно или делимично ископани, конзервирани и уређени остаци непокретних објеката, као и покретни предмети из ранијих историјских периода. Судбина откривених археолошких налазишта код нас је најчешће неизвесна због још увек технички и финансијски захтевних мера које се морају предузимати. У Србији се најчешће за највредније предмете и делове објеката приступа одношењу покретности у просторије музеја где се може остварити бољи степен заштите. Последњих година се свуда у свету, па и код нас врши реконструкција и конзервација, а затим и ревитализација археолошких налазишта (нпр. Виминацијум код Костолца чија се реконструкција ради у оквиру пројекта оживљавања римских локалитета). Тако уређени, ревитализовани и богатим садржајем анимирани простори привлаче све већу пажњу љубитеља културних споменика.

**2. Дела са споменичким и уметничким својствима** – представља врло разноврсну и многобројну групу која обухвата сва она дела која имају пре свега уметничка својства са израженим културним и историјским значајем без обзира на историјски период у којем су настала. У зависности од врсте уметности чији су продукт ова дела се могу разврстати у три подгрупе:

- дела архитектуре – тврђаве, дворци, градске куће, виле, цркве, катедрале, синагоге (нпр. Конак кнегиње Љубице у Београду, Синагога у Новом Саду, барокна архитектура у Сремским Карловцима, дворци Војводине).

- дела ликовних уметности (сликарства, вајарства и примењених уметности),
- и остварења драмске, музичке или филмске уметности,

Уколико су рађена као типична за одређени архитектонски стил или период, дела архитектуре могу представљати привлачан мотив за туристичке посете. Такви објекти су у развијеним туристичким земљама најчешћи основни мотив доласка туриста на одређену дестинацију. Иако сликарство и вајарство тешко може бити самосталан мотив туристичких кретања, обично представљају допунски мотив туристичке посете, осим у изузетним случајевима као што су дела сликара светског реномеа. Остварења драмске, музичке и филмске уметности такође ретко бивају основни мотив туристичке посете, осим у случајевима организовања посебних фестивала и масовних манифестација високог квалитета.

**3. Просторне културно-историјске целине** - су најбројнија група културних добара, али и најпогоднија за туристичку валоризацију и презентацију. Самим тим што их чине простори сачињених од комплекса зграда са околним амбијентом и бројним мањим споменицима и објектима у својим оквирима, то им омогућује бољу уочљивост и препознатљивост. Просторне културно-историјске целине се могу поделити на групе:

- стара градска језгра,
- сеоске архитектонске целине,
- остале амбијенталне целине,

- манастирске целине,
- средњовековни градови и утврђења,
- културни пејзажи.

**4. Знаменита места или спомен-обележја** – ова група културних добара обухвата просторе и објекте од посебног значаја за историју народа и представља типичне споменике који појединачно или у групама указују на значајне догађаје, личности и места. Таквих културних добара у Србији има доста, било да су настала у моментима историјских догађаја или су накнадно израђена као успомена на одређене личности и догађаје, и углавном су добро очувани. Поједина меморијална места имају и универзални значај за европску историју.

**5. Фолклорно наслеђе** – подразумева народну уметност која се спонтано развила као део традиционалне материјалне и духовне културе. Творевине и појаве фолклорног стваралаштва специфични су за сваку земљу и нацију. Етничко шаренило чини својеврсан културни миље Србије, те даје посебан печат фолклорном стваралаштву наше земље, коме се све више придаје одређени значај и представља веома привлачан туристички мотив. Могућности туристичке презентације фолклорног стваралаштва се огледају кроз организацију разних културних манифестација, приредби и смотри. Етно-паркови су целовит начин презентације укупног фолклорног наслеђа и својеврсан су музеј под ведрим небом. По својим карактеристикама ова група добара се дели на:

- зграде и простори народног неимарства – брвнаре, бондручаре, земунице, куће од набоја и разни помоћни објекти.
- остварења материјалне и духовне културе стваралаца из народа – ношње, музика, игре, „наивно сликарство“ (Ковачица),
- остварења техничке културе народа – стари занати,

**6. Манифестационе вредности** – су група културних остварења врло разноврсна по својој тематици, али у принципу обухвата сва она остварења која се приказују на сцени, која подразумевају посматрање и контакт између ствараоца, извођача и посматрача. Самим тим што су израз сценског приказивања ова остварења су прилагођена за туристичку презентацију и врло су привлачна туристима, а често су и основни мотив боравка туриста на некој дестинацији. Деле се на:

- остварења савремене сценске и филмске уметности,
- представе, приредбе и фестивали,
- културне и забавне манифестације различите садржине,
- пословне манифестације и сајмови,
- спортске манифестације.

**7. Установе културе са својим активностима** – иако саме по себи нису културна добра, оне својим активностима стварају нова културна добра која имају посебно место у презентацији културних добара неке регије. Установе културе су својеврсне институције науке, културе и образовања чија је основна функција сакупљање, проучавање, припрема и презентација разноврсних предмета историје, културе и уметности, и као такви представљају веома атрактивна места у туристичкој понуди неке дестинације. То су:

- музеји и галерије,
- културни центри.

У случају културне руте „Тврђаве на Дунаву” у Србији, културно наслеђе се може посматрати из две перспективе. Док водени пут, тврђаве и историјски локалитети

представљају опипљиво наслеђе, неопипљиво наслеђе укључује традицију, легендарне личности, приче, митове, легенде и слично. У опипљивом аспекту културне руте „Тврђаве на Дунаву” очигледно је да су заступљени сви наведени типови наслеђа. Река Дунав, канали и лагуми, дворци и тврђаве представљају први поменути тип, затим историјски водени пут Дунава и културни пејзаж Дунава, као и већи број музеја, галерија, архива, опсерваторија и слично у оквиру Петроварадинске и Београдске тврђаве. Опипљиво наслеђе је веома важно за туристе како би могли да повежу неопипљиве елементе наслеђа са конкретним местом. Кроз средства интерпретације, опипљиве и неопипљиве вредности се међусобно повезују и културно наслеђе бива адекватно представљено.

## КУЛТУРНИ ТУРИЗАМ

Светска туристичка организација је дала дефиницију културног туризма као путовања људи из преваходно културних мотивација, које обично укључују образовне туре, уметност, културне туре, путовања на фестивале, посете историјским локалитетима и споменицима, фолклор и религиозна путовања (WTO, 1985). Према неким проценима Светске туристичке организације, културно наслеђе представља покретач више од 50% туристичке делатности у Европи, па се очекује да ће сектор културног туризма у будућности доживљавати све већи раст (WTO, 2009). Културно наслеђе представља у основи јединствене туристичке атракције, а културни туризам даје посебне могућности за учење о другим културама кроз непосредно искуство о њиховом културном наслеђу. Културни туризам има и бројне циљеве који се морају остваривати у складу са контекстом одрживог развоја као што су: конзервација културних ресурса, стална интерпретација ресурса, аутентични доживљаји туриста, стимулација повратне добити за културне ресурсе и локалну заједницу.

Културно наслеђе дефинисано у контексту културног туризма се данас објашњава као данашње коришћење прошлости (Ashworth 2003; Timothy & Boyd 2006). Оно може укључивати наслеђене вредности прошлости које се доживљавају кроз локално наслеђе и традицију, историјске догађаје, историјске грађевине, уметност, културне активности или су природног карактера, и слично (Drummond, Yeoman, 2001; Garrod, Fyall, 2000). Додатна вредност културног наслеђа је мотивисаност туриста да је посете, те је ова улога кључна када се дефинише културни туризам (Poria, 2001). Мотивација туриста да путују и доживе културно наслеђе је природно повезано са њиховим перцепцијама културне дестинације и наслеђа које планирају да посете (Garrod, Fyall, 2001).

Појам културног туризма је доста широк пошто укључује и материјалну и духовну димензију културе. То значи да овај појам укључује све активности од посета културној баштини, историјским местима и споменицима, изложбама и концертима, па све до учествовања у традиционалним светковинама и обичајима, упознавања локалне гастрономије, боравку у објектима традиционалне архитектуре, односно до упознавања начина живота локалне заједнице (Goeldner, Ritchie, 2005).

Дакле, културни туризам није само заинтересован за идентификацију, управљање и заштиту културног наслеђа, већ мора садржати и разумевање утицаја туризма на заједнице и регионе, тако што ће обезбедити социјалну и економску добит, обезбедити финансијске ресурсе за заштиту, маркетинг и промоцију ових ресурса. Суштинска вредност културног наслеђа је већа од његовог значаја за развој туризма, те је културни туризам само један од видова коришћења овог наслеђа, а заштита наслеђа са циљем његовог очувања у аутентичном облику је апсолутни приоритет (WTO, 2009). Културни туризам је симбол квалитетног туризма у оквиру којег се води брига о култури и наслеђу

које се конзумира, док се истовремено култивишу и образују они који је конзумирају. УНЕСКО културни туризам промовише као један од начина заштите светске културне баштине, док га Европска Унија подстиче као важну привредну грану. Многе, у туристичком смислу мање развијене регије и државе, посебно у средњем и источном делу Европе, виде културни туризам као подршку у развоју националног идентитета. Ипак, примећено је да управо у земљама југоисточне и средње Европе генерално влада прилично некритичан међуоднос туризма и културе (Никочевић, 2007).

Културни туризам има знатно већи квалитет у односу на масовни туризам, који обично има негативне ефекте на сам локалитет. Развој креативног културног туризма на једној дестинацији доприноси очувању културних ресурса, њиховом бољем презентовању и стварању позитивног имиџа дестинације, а његов утицај се такође може сагледати и кроз остваривање економске добити, запошљавања локалног становништва и повећања стандарда живљења локалне заједнице. У културном туризму, туризам се појављује као одговорни фактор промоције, презентације и употребе културних ресурса са циљем задовољавања културних туристичких потреба. При реализацији овог вида туризма изузетно је важно створити културни имиџ дестинације, а он се мора заснивати на аутентичности и специфичности локалне средине. Културни туризам је, дакле, важан из више разлога, он има позитиван економски и социјални утицај, развија и јача идентитет, помаже у очувању културног наслеђа, олакшава разумевање међу људима, подржава културу и помаже унапређење туризма (Richards, 2007). Врло често се у недавним истраживањима тенденција развоја културног туризма наглашава проблем „паметног искоришћавања“ културних ресурса у туристичке сврхе. Ова тема је врло честа у дебатама економиста, културолога, географа и друштвењака, са тежњом да разјасне однос између развоја дестинације и релације коришћење – управљање – производња елемената на којима се туристички развој обично базира. У мноштву питања, метода и препорука генерисаних од стране стручњака, обично се две теме јављују као посебно плодне за практични развој политике културног туризма:

- компатибилност између развоја туристичке индустрије и очувања културног наслеђа изван туристичког тржишта,
- постојећа и могућа синергија и тензија између „глобалног“ туристичког система и „локалног“ социо-економског развоја.

Културно наслеђе се може сматрати вредним ресурсом за заједницу, пре него дфинансијска шанса за локалну економију. Из тог разлога овакви ресурси захтевају балансирано искоришћавање, према општим принципима одрживости, или оптималног коришћења (делимичног) од стране не-репродукованих ресурса. То значи да се експлоатација културних ресурса може вршити у туристичке сврхе и искористити шансе за развој туризма које нуди вредно наслеђе само ако се упоредо са развојем поштују етички принципи и интегритет самог културног наслеђа (Russo, van der Borg, 2002; Russo, 2002).

Културни садржаји који приликом посете занимају туристе, нису више само материјална баштина, већ и она нематеријална, чији је значај у последње време посебно наглашен. Конзумацију нематеријалне културне баштине у новије време омогућавају различите нове технологије помоћу којих је могућа репродукција звука и слика. Данас је такође повећан и интерес за „егзотичне“ моменте у контексту доживљаја свакодневног живота локалне заједнице. Једним делом су те промене у складу са еколошком свешћу и новом критичношћу која се развија код све више људи који потичу из развијених земаља Европе, на супрот негативних елемената савременог живота.

Комисија Европске заједнице (The Commission of the European Communities) истиче да је највреднији ресурс за заједницу архитектонско наслеђе које се чини

најатрактивнијим за међународне туристе (Prentice, 1993). Један од примера експанзије и диверзификације понуде у културном туризму је формирање тематских културних итинерера, односно формирање тзв. културних рута са одређеном тематиком. Ове тематски фокусиране културне руте се базирају на специфичним облицима културног наслеђа, а умрежавањем и интерпретацијом овог наслеђа на предвиђеној рути се добија високи квалитет туристичке понуде и туристичког доживљаја.

У последње време се посебно популаризују тзв. „културни пејзажи“ који одражавају спој простора и времена народа и њиховог природног окружења. Културни пејзаж је сложени феномен са опипљивим и неопипљивим идентитетом. Неопипљива компонента је резултат идеја и интеракција и њиховог утицаја на обликовање пејзажа. Културни пејзажи су огледала културе која их је створила, односно они су део трансформисане природе настале као резултат човекове тежње да обликује и прилагоди природу у складу са својим потребама. Дакле, културни пејзажи су резултат синергије природе и људског фактора (Томка, 2011). Културни пејзажи су основа на којој се заснива формирање културних рута као посебних туристичких производа.

## ТУРИЗАМ ДВОРАЦА

Посебан сегмент културног туризма представља туризам двораца. Под туризмом двораца се подразумевају активности једне или више особа које путују на минимум један дан ван места сталног боравка у сврху коришћења једне од туристичких понуда, које се базирају на месту објекта из прошлости које је некада имало заштитну (фортификациону) или резиденцијалну функцију, и на основу својих карактеристика представља импресивно дело архитектуре, са импресивним унутрашњим дизајном, а често садржи и додатне атракције као што су паркови и баште као дела пејзажне архитектуре, значајни историјски догађаји и слично (Ittrich, 2008). Као и све друге, туристичке понуде које се базирају на туризму двораца могу се посматрати као производи. У овом случају, не као типичан физички производ, иако садржи физичке елементе, већ више као услуга која је инструмент за задовољавање туристичких потреба. Како би се добила укупна корисност производа он мора садржати одређене елементе. Ови елементи неопходни за туристички производ базиран на дворцима (тврђавама) могу бити сврстани у две групе, који су изворни (основни) елементи понуде с једне стране и изведени (комплементарни) елементи понуде са друге стране. Сваки од ових елемената се може поделити у две групе које су приказане у Табели 1 (Ittrich, 2008).

Табела 1. Карактеристике туристичког производа двораца

Изворни (основни) елементи понуде	Изведени елементи понуде
Елементи локације	Смештајно орјентисани елементи
Архитектонски елементи и елементи одређене епохе	Елементи орјентисани ка разгледању
Елемент јавних паркова	Елементи орјентисани на догађајима
Други елементи	Други елементи

Извор: Ittrich, 2008.

Типови туризма двораца се могу сврстати према различитим критеријумима, на пример на основу историјског периода, уметничке епохе, архитектонског типа (основног плана изградње), локације, изворне функције, као и данашње функције. Током анализе основни фокус се обично усмерава на данашњи начин коришћења одређеног објекта, у овом случају тврђаве, у комбинацији са другим критеријумима.

На основу данашњег начина коришћења тврђава у изабраним дестинацијама, требало би разликовати четири основне групе утврђења:

- Тврђаве које су орјентисане на смештајну функцију, на пример представљају хотел или одморишни резорт;
- Тврђаве чија је основна функција фокусирана на разгледање, овде се најчешће налазе музеји и постоје водичке службе које нуде своје услуге у оквиру локалитета;
- Тврђаве које имају манифестациону функцију, те се у њиховим оквирима одржавају различите врсте културних, социо-политичких, спортских и других догађаја, које се најчешће везују за туризам;
- Комбинована функција тврђава која садржи различите врсте елемената понуде – смештај, разгледање и манифестације.

## **ИНСТИТУЦИЈЕ И ДОКУМЕНТИ КОЈИ СЕ БАВЕ РАЗВОЈЕМ КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА**

Међународно веће за споменике и локалитете од културног значаја (ICOMOS) као невладина организација професионалаца 1999. године формирао је Међународну повељу културног туризма, названу „Управљање туризмом на местима од значаја за културну баштину”. Ова повеља полази од становишта да баштина припада свима и да сви имамо право и одговорност разумети, ценити и штитити њену универзалну вредност, те комуницирати њен значај. Управо се културни туризам (домаћи и међународни) види као главни вид културне размене, који нуди лично искуство не само на тему баштине из прошлих времена, већ и савременог живота.

Циљ повеље је да подстакне конзерваторе и оне који се баве културом да истакну елементе културне баштине од значаја како за локално становништво, тако и за посетиоце, подстакну туристичку привреду и промовишу и управљају туризмом на начин који не штети баштини и живим културама, те омогућити дијалог између те две категорије. Такође, циљ је и у тај дијалог укључити планере и оне који формулишу локални развој, а који требају израдити мерљиве циљеве и стратегије које се тичу презентације и интерпретације културних добара. Надаље, ова повеља наглашава потребу да интерпретацијски програми баштине требају објашњавати значај одређеног објекта/локалитета, традиција или културне праксе како у њиховом повесном, тако и у савременом контексту, а тако и у контексту живота локалне заједнице, укључујући и мањинске заједнице или језичне групе. Посетиоци требају бити информисани о различитим културним вредностима које произилазе из различитих извора.

Такви ставови се надовезују на УНЕСКО-ву Декларацију о културној различитости усвојеној 2001. године, а чији је циљ „очувати културну различитост као живу и стога обновљиву вредност која се не треба посматрати као непроменљива баштина, већ као процес који гарантује преживљавање човечанства”. Културу дефинише као феномен у сталној еволуцији, динамичкој промени и трансформацији, што представља важан корак даље од традиционалног посматрања културе редуковане на споменичку баштину и фолклорне традиције окамењене у времену и музејима. Потребно је нагласити и опасности од недостатка равнотеже у културној размени домаћина и туриста чији су властити интереси приоритет, а не поштовање оног другог. Културне разлике и владајући стереотипи често онемогућавају да туристи заиста схвате домаћине, те се организовање својеврсног „сентименталног одгоја” будућих туриста, како то спомиње Акцијски план Декларације о културној различитости, заиста чини потребним.



Та декларација добила је своју разраду у Конвенцији о заштити различитости културних садржаја и уметничких израза усвојеној 2005. године.

УНЕСКО такође има Катедру за културни туризам чиме исказује своје основно и пажљиво бављење темама везаним за културу и културни туризам. Унутар тих оквира, као и унутар многих других УНЕСКО-вих тела и активности, увиђен је значај и вредност нематеријалне културне баштине, што је регулисано Конвенцијом за очување нематеријалне баштине 2001. године. Давање значаја тој категорији баштине уочљиво је и у студији из 2006. године „Туризам, култура и одрживи развој”, једном од најквалитетнијих текстова на ову тему који нуди целовит оквир за осмишљавање културе, туризма, културне разноликости, нематеријалне културне баштине и других категорија које су укључене у ову врсту активности. Она одражава принципе наведених УНЕСКО-вих конвенција и декларација, укључујући и Конвенцију о заштити светске културне и природне баштине из 1972. године, као и Јоханесбуршку Декларацију о одрживом развоју из 2002. године. Европска Унија својим традиционалним програмима „Култура 2000” и „Култура 2007” финансијски подупире земље чланице Европске Уније у организовању пројеката везаних за културу, али и не-чланице Европске Уније које се могу прикључити као земље партнери држава чланица. Неки од остварених пројеката у култури тематски су се проширили и у домену туризма, покушавајући да дају културној баштини истакнутију улогу у културном и економском развоју.

## КУЛТУРНЕ РУТЕ

Кључну улогу у стварању иницијативе за формирање културних рута у Европи одиграо је Савет Европе, тачније радна група Савета Европе са називом „Европа наставља” („*L’Europe continue*”) 60-их година 20. века. Међутим, конкретно рођење програма посвећеног европским културним рутама датира из 1980-их, када је, пратећи Парламентарни Предлагачки Скуп и дискусије које су одржане на Другој европској конференцији министара одговорних за архитектонско наслеђе (Гренада, 1985), Савет Европе предложио „Санџаго де Кампостела ходочасничке путеве” за прву европску културну руту: „Ова рута симболише први и најопсежнији процес Европског стварања и може служити као референца и пример за будуће пројекте”. Уз покретање овог пионирског пројекта, Савет Европе је представио начин за дељење културног наслеђа између неколико европских земаља (Mangion, Tamen, 1998). На пример, Савет Европе је дао повод за дугорочне мултилатералне пројекте сарадње у области путева културе између суседних земаља у Европи. Програм путева културе је створио многе значајне иницијативе и посебно је допринео заштити природних и културних ресурса, као дела одрживог развоја Европе (COE, 2004a).

Савет Европе за културну кооперацију је установио три главна начела за Програм културних рута:

- Учинити Европљане свесним о правом европском културном идентитету;
- Очувати или унапредити европско културно наслеђе као средство за побољшање окружења у коме људи живе и као извор друштвеног, економског и културног развоја;
- Укоренити посебно место културног туризма у оквиру разонодних активности Европљана.

Пројекат културних рута Савета Европе је касније постао инструмент разумевања Европских вредности које проистичу из комплекса култура и друштава која су формирала Европу. Програм културних рута је инструмент за интерпретацију европских вредности и доприноси грађењу Европе на основу богатства наслеђа, стављањем фокуса на Европске вредности, тежи проналажењу веза између различитих региона, заједница и токова у Европи ([www.icomos-ciic.org](http://www.icomos-ciic.org)). Са циљем експлоатације користи од програма културних рута, Савет Европе је ставио путеве културе у функцију друштвеног, економског и културног развоја Европе током једне деценије. Овај програм истиче да људи могу да стекну корист од очувања културног наслеђа и управљања природним ресурсима и животном средином. Како би олакшао културни развој туризма, Савет Европе и Велико Војводство Луксембург довели су до оснивања Европског института за културне руте (EICR) у 1998. години (Council of Europe, 2004a).

Европски институт за културне руте је формално основан као непрофитабилна асоцијација на основу договора између Савета Европе и Великог Војводства Луксембурга. Основна намена института је да представља средство за континуирани рад секретаријата Савета Европе у последњих 10 година. Након оснивања овог института, број предлога нових тема и број културних рута су знатно повећани. Конкретно, основни посао је процесуирање многобројних предлога и активности формирања културних рута. Институт је надлежан за обезбеђивање континуитета програма формирања културних рута, надгледање мреже програма, који укључује вредновање њиховог рада, координирање и саветовање партнерских организација са циљем настављања пројеката, стварања нових циљева и умрежавања (The European Institute of Cultural Routes: [institut@culture-routes.lu](mailto:institut@culture-routes.lu)).

Термини „културна рута”, „пут културе” и „пут наслеђа” сматрају се синонимима и означавају јединствену целину повезаних елемената културног наслеђа на одређеном географском простору. Термин „пут културе”, који је први креирао Савет Европе, има много различитих аспеката. „Европски пут културе” је првобитно дефинисан као пут који прелази две или више земаља или региона, организован је око јединствене теме чији историјски, уметнички или друштвени интерес је превасходно европски, било на основу географске руте коју прати или због своје природе или обима свог досега и значаја (Mangion, Tamen, 1998).

Савет Европе је описао термин културних рута као „иструмент за разумевање Европских вредности који произилази из комплексних култура и друштава које су формиране у Европи” (Council of Europe, 2002b: 2).

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 рута представља пут који премошћава једну или две земље или региона, организован око теме чије историјске, уметничке или друштвене интересе представља Европа, било по вредности географске руте која се прати или због природе и/или читавог спектра његове досежности и значаја. Примена термина „европска” уз руту мора се заснивати на значају и културној димензији која је више од само локалне. Рута мора бити базирана на већем броју атракција, са местима обично богатим историјским везама, која су такође репрезентативна за европску културу као целину“ (Council of Europe, 2002). То подразумева да културна рута треба да одражава кључне вредности и њен европски идентитет. Дакле, путеви културе морају да прихвате неке заједничке аспекте вредности, било да се ради о материјалној или нематеријалној културној баштини.

Концепт културних рута, прихваћен од стране УНЕСКО-вог Комитета Светске баштине, на конференцији „Путеви као културно наслеђе” (Мадрид, 1994), дефинисан је као: „Пут наслеђа који се састоји од опипљивих елемената код којих културни значај произилази из размене и вишедимензионалног дијалога међу земљама или регионима, и који илуструје интеракцију кретања, дуж руте, у времену и простору” (UNESCO, 2004).

Термин културна рута је дефинисан од стране ИКОМОС-а, кључне професионалне организације која се глобално бави културним наслеђем, као: „копнени, водени, комбиновани или други тип пута, који је физички одређен и окарактерисан да поседује специфичну и историјску динамику и функционалност, показује интерактивне покрете људи као и мултидимензионалне, континуиране и реципрочне размене добара, идеја, знања, и вредностима у оквиру или између земаља и региона, током значајног периода времена, и самим тим генеришу размену култура у простору и времену, која се рефлектује како у опипљивом тако и у неопипљивом наслеђу” (ICOMOS-CIIC, 2004:3).

Дефиниција развијена од стране Међународног комитета за путеве културе (ICOMOS-CIIC, 2004): „Имајући у виду културно богатство и разноврсност односа и културних добара која могу постојати у оквиру културне руте, културне руте су погодан инструмент за истицање чињеница да је културна стварност доказ са више лица, што зактева мултидисциплинарни приступ. Оне такође обнављају научне хипотезе и омогућавају унапређивање техничког, уметничког и културног знања. Пошто су историјски резултат мирних договора или спорова, културне руте тренутно представљају већи број заједничких димензија, које превазилазе своје примитивне функције, које нуде изузетну основу за плуралистички приступ историји и култури мира и узајамног разумевања базираног на сарадњи међу народима” (ICOMOS-CIIC, 2004: 3).

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 (Chairatudomkul, 2008).

Након испитивања ових различитих дефиниција, може се закључити да путеви културе имају три главна аспекта - размена, интеракције у простору и времену, и идентитет, тј. да укључују аспекте социјалних, економских, културних и духовних питања.

Према једној класификацији (Хаџић, Драгин, 2010) културне руте се могу разликовати према следећим критеријумима:

- У односу на територијални аспект: локалне, националне, регионалне, континенталне и интерконтиненталне културне руте.
- У односу на културни аспект: у оквирима одређеног културног региона или се рута шири дуж различитих географских области које су имале или још увек деле заједнички узајамни утицај у формирању или еволуцији културних вредности.
- У односу на свој циљ или функцију: социјални, економски, политички или културни.
- Према трајању у времену: руте које се више не користе и руте које настављају да се развијају под утицајем друштвених, економских, политичких и културних размена.
- Према својој структури: линеарне, кружне, крстасте, радијалне или мрежасте.
- Према својој природној средини: копнене, водене, мешовите или у другом физичком окружењу.

За идентификацију и процес аплицирања за формирање културне руте, морају се претходно размотрити следећи аспекти, како би се потврдило постојање културне руте:

- Културна рута мора представљати израз динамичних друштвених, економских, политичких и културних размена између различитих група у одређеним областима;
- Рута мора имати одређене карактеристике које су заједничке за различите географске или културне просторе а повезане историјским везама;
- Рута мора поседовати доказе мобилности и веза између људи или етничких група које припадају различитим културама;
- Мора садржати специфичне културне елементе који имају корене у традиционалном начину живота различитих заједница;
- Елементи наслеђа и културне праксе као што су церемоније, фестивали и религијске прославе које представљају заједничке вредности за различите заједнице у оквиру специфичне културне или историјске области морају бити у вези са значајем и функцијама руте.

Процес идентификовања културне руте обавезно узима у обзир специфичну функционалност, односно томе да рута служи јасно одређеној сврси. Укључује опипљиве и неопипљиве вредности наслеђа руте, те се динамички генерише као резултат реципрочних вредности културних утицаја, њихове структуралне конфигурације, њиховом целокупном географском и историјском контексту, њиховој природној и културној средини (било да се ради о урбаним или руралним срединама) и одговарајућим карактеристикама вредности окружења, односа према пејзажу, трајању у времену и симболичкој и духовној димензији, а ово доприноси њиховој идентификацији и разумевању њиховог значаја (Хаџић, Драгин, 2010). Културне руте као атракције културног наслеђа које укључују историју, културне реликвије, археолошка налазишта, музеје, архитектуру и слично, одавно су постале туристички ресурс.

Табела 2. Преглед усвојених програма културних рута Савета Европе

<b>Културне руте Савета Европе (1987 - 2010)</b>
1. „Путеви ходочашћа Сантијаго де Кампостела” (програм усвојен 1987.године)
2. „Архитектура без граница”, „Барок у Европи” и „Европски путеви свиле и текстила” (1988)
3. „Келтска рута” (1990)
4. „Рута Хансе – Савеза немачких градова” (1991)
5. „Рута Хајнриха Шинкхардта” и „Рута паркова и башти - Мост Европе” (1992)
6. „Европски градови открића” (1993)
7. Ходочасничка рута „ <i>Via Francigena</i> ”, „Рута Цигана” и „Хуманизам и људска природа” (1994)
8. Фортификациона војна архитектура у Европи („Рута Вобана и Вензела”) (1995)
9. Рута „Наслеђе Андалузије” (1997)
10. „Путеви књиге” (1999)
11. „Европски идентитет – Жива уметност” (2000)
12. „Рута Кастељанског језика” и „Моцартова рута” (2002)
13. „Феничанске руте” (2003)
14. „Викиншке и Норманске руте” (2004)
15. „Пут гвожђа у Пиринејима” (2004)
16. „Клунијачка места у Европи” (2004)
17. „Коридори југоисточне Европе” (2004): „Дунавски пут” и „Дијагонални пут”, „Источни и Западни трансбалкански пут”, „ <i>Via Adriatica</i> ”, „ <i>Via Anatolia</i> ”, „ <i>Via Egnatia</i> ”, „ <i>Via Pontica</i> ”.
18. „Руте маслиновог дрвета”, „Пут Светог Мартина” (2005)
19. „Пут гвожђа у Централној Европи”, „Рута Дон Кихота”, „Рута романске уметности - Трансроманика”, „Рута Светог Михаила” и „Европски путеви миграционог наслеђа” (2007)
20. „Рута Цистерстанских опатија”, „Рута Европских гробаља”, „Европска рута историјских бањских места”, „Рута праисторијске уметности камена“ (2010)
21. „Европска рута Св.Олава“ и „Европски пут јеврејског наслеђа” (2011)
22. „Европска рута керамике“ и „Касадеанска верска рута“ (2012)

Извор: <http://www.culture-routes.lu>

Путеви културе вреднују се највише због свог идентитета, физичких веза са 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 посетилаца и све су присутније на туристичком тржишту. Путеве културе могу постати туристичке дестинације због својих веза са 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 руте. Руте се везују за линеарне или кружне саобраћајнице које повезују тематски одређене локалитете који су интересантни одређеним сегментима туриста и упаковани у јединствени туристички производ. 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 промовисања 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 у оквиру једне туристичке руте. Циљеви који би се постигли формирањем туристичке руте односе се на привлачење посетилаца, умрежавање културних дестинација и атракција, интерпретацију наслеђа, ангажовање локалних заједница, заштиту и конзервацију наслеђа и постизање одрживог развоја туризма (Станојловић, 2009).

Туризам базиран на културним рутама је врста наслеђа и туристички метод који се веома често користи у појединим земљама како би се искористило наслеђе са директном 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 изолована активност. Било да се ради о линеарној или кружној рути, карактеристике руте су сличне у смислу типа, опсега и нивоа руте. Сваки елемент у оквиру руте има своју улогу, и иако обично сви елементи по правилу треба да имају 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 усмере туристе ка оним местима у оквиру руте која не би могла да привуку туристе као самостална дестинација (Moulin, Boniface, 2001).

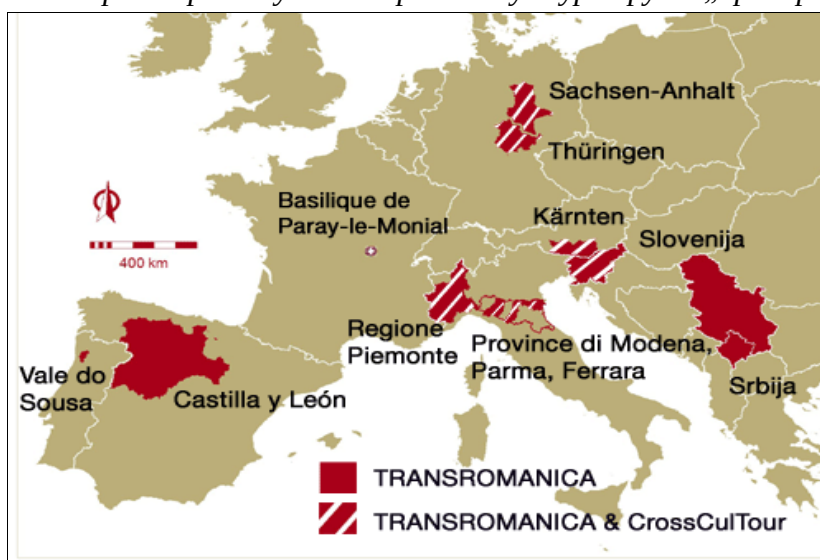
Могу се разматрати следећи аспекти туристичких рута:

- геометријски – у коме се рута посматра као систем састављен од понављајућих елемената – сегмената, нодова и тачака,
- гео-еколошки – као систем састављен од туристичких, природних и антропогених елемената, туристичке инфраструктуре, локалног становништва и туриста,
- рута као туристички производ.

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 (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk, 2005). У спектру туристичких производа, туристичке руте имају највиши

ниво интеграције. Овај тип туристичких кретања укључује производе који захтевају организациону интеграцију (уједињавање елемената производа) и имају одређену локацију у оквиру 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, јахање) или мотив путовања (разгледање, активна рекреација, духовно искуство). Нису све туристичке руте аутоматски и туристички производи, културна рута да би постала туристичка мора бити комерцијализована. Мора се сматрати одређеним сетом производа и услуга припремљених за продају понуде на туристичком тржишту са циљем привлачења специфичног сегмента тржишта и задовољавањем потреба одређене групе туриста.

Карта 1. Просторни обухват Европске културне руте „Трансроманика”



Извор: <http://www.transromanica.com/cmediem/238-map-tr-cc-july-2010.gif>

Културна рута као туристички производ представља скуп јединствених производа (добара) и услуга који су доступни туристима током путовања, а састоје се од:

- услуга – смештај, исхрана, водичке услуге, туристичке информације,
- ствари – брошуре, водичи, туристичке мапе, сувенири, разгледнице,
- објеката – архитектонских споменика, музеја, галерија, паркова природе и слично,
- догађаја – представа, презентација, фестивала, културних и спортских догађаја,
- локалних туристичких пакета: обиласци градова, екскурзије, излети,
- области – град, заједница, дистрикт, национални парк.

Културна рута може бити важна компонента:

- туристичког производа туроператора, нпр. ходочашће, екскурзија, активни туризам,
- туристичког производа рецептивне области (туристичких организација), нпр. градски пут, тематски регионални пут, мрежа националних паркова.

Основа туристичког производа културне руте је садржана у различитим потребама туриста као што су сазнање, рекреација, религијски доживљај, истраживање, узбуђење. Производ културне руте треба да садржи 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, мапе и слично). Проширени производ укључује комплементарне

услуге које унапређују атрактивност руте. Ови елементи су „уграђени” у културну руту (перформанси, изложбе, културни догађаји, дегустације, игре), као и неки додатни објекти и услуге које нису директно везани за тематику руте и укључују рекреацију, посету локалитета ван трасе руте, културне атракције и слично. Модерни масовни туристи обично траже добро припремљене, означене и безбедне руте које се описују у водичима и захтевају да се дестинације прилагоде њиховим потребама. Стварање туристичких рута омогућава 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 локалитета (Darabseh, White, 2009). 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. Проучавање примера развоја културних рута са сличном тематиком у Европи, омогућава креирање модела за презентацију различитих категорија локалитета са истом или сличном тематиком, што омогућава посетиоцима да искусе различите локације (Erih, 2009).

График 1. Приказ учешћа земаља у програму културних рута Савета Европе, 2011.



Извор: [www.coe.int](http://www.coe.int)

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 високо конкурентном туристичком тржишту.



## ОСНОВНИ КРИТЕРИЈУМИ ЗА ФОРМИРАЊЕ КУЛТУРНЕ РУТЕ

Како би се креирала културна рута морају се испратити неке формалне процедуре. Ова правила се сматрају формалним оквиром за спровођење програма формирања културних рута Савета Европе. Руте се морају концентрисати на одређену тему, која, да би се квалификовала за програм, мора испунити серију критеријума. Свака тема се мора спроводити у оквиру серије пројеката који се остварују у оквиру међународне сарадње.

**I. Листа основних критеријума за теме културних рута** (Да би се тема сматрала одговарајућом за програм културних рута Савета Европе мора задовољити критеријуме):

- Теме морају бити репрезентативне за заједничке вредности неколико земаља.
- Теме морају бити истражене и развијене од стране групе мултидисциплинарних експерата из различитих региона Европе, како би се осигурало да активности и пројекти који их илуструју буду базирани на узајамној сагласности (концензусу).
- Теме морају илустровати Европску прошлост, историју и наслеђе, односити се на бар једну од три питања у општем концептуалном оквиру предложеном у програму (народи, миграције, токови цивилизације) и допринети интерпретацији разноликости.
- Теме морају саме по себи ослањати се на културну и образовну размену за младе људе и тиме бити у складу са идејама и бригама Савета Европе у овим областима.
- Теме морају дозволити развој иницијатива и примерених и иновативних пројеката у области културног туризма и одрживог културног развоја.
- Теме морају дозволити имплементацију дугорочне мултилатералне сарадње пројеката у различитим областима акције.

**II Листа приоритетних области акције** (Свака тема мора допринети успону неколико дугорочних вишедисциплинарних пројеката сарадње)

**1. Сарадња у истраживању и развоју.** У овој области акције, пројекти морају:

- Играти јединствену улогу у оквирима главних европских тема, омогућавајући да различита знања буду сакупљена;
- Показати да теме репрезентују заједничке европске вредности неколико култура;
- Илуструју развој вредности и разноврсност форми истих вредности у Европи;
- Ставити се у функцију истраживања и интердисциплинарне анализе како базиране на теоретском, тако и на практичном нивоу;

**2. Унапређивање прошлости, историје и европског наслеђа.** Пројекти морају:

- Унапредити физичко и неопипљиво наслеђе, објаснити њихов историјски значај и указати на њихове сличности у оквиру различитих региона Европе;
- Узети у обзир и промовисати повеље, конвенције, препоруке и рад Савета Европе, УНЕСКО-а и ИКОМОС-а у вези са рестаурацијом, заштитом и унапређењем наслеђа;
- Идентификовати и унапредити европске локалитете културног наслеђа и области изван оквира споменика и археолошких налазишта која су експлоатисана од стране традиционалног туризма, у одређеним руралним областима, већ такође и у индустријским областима у процесу економског реструктурирања;
- Узети у обзир физичко и неопипљиво наслеђе етничких и друштвених мањина;
- Допринети, подизању свести опште јавности и доносиоца одлука о комплексном концепту наслеђа, неопходности његове заштите као дела одрживог развоја, као и изазова и шанси да се представи у будућности Европе.

**3. Културна и образовна размена младих Европљана.** Пројекти морају:

- Организовати дугорочне активности са младима како би се промовисала размена у циљу развоја концепта европског грађанства, обogaђеног својом разноликошћу;
- Ставити акценат на „право време” искуства кроз коришћење места и контаката;
- Охрабрити смањење раздвојености организацијом размена младих људи не само из различитих области, већ и из различитих друштвених средина и региона Европе;
- Створити пилот акције са ограниченим бројем земаља учесница и обезбедити ресурсе за спровођење, како би се предложили прототипи који могу бити модели за углед.

**4. Савремена културна и уметничка пракса.** Пројекти морају:

- Допринети порасту дијалога и размене, у мултидисциплинарној перспективи, између различитих културних и уметничких израза у различитим земљама Европе;
- Означити, у савременој културној и уметничкој пракси, иновативне праксе у смислу кретивности, и повезати их са наслеђем, било да је у питању област визуелне уметности, архитектуре, музике, литературе или било које друге форме културног израза;
- Допринети порасту активности које руше баријере између професионалаца и аматера, посебно када се дају инструкције за младе Европљане у одређеним областима;
- Довести до стварања мрежа између пројектних иницијатора и учесника пројекта.

**5. Културни туризам и одрживи културни развој.** Пројекти морају:

- Узети у обзир локалне, регионалне, националне и европске идентитете;
- Промовисати дијалог између урбаних и руралних култура, између региона на југу, северу, истоку и западу Европе, али и између развијених и неразвијених региона;
- Отворити шансе за сарадњу између Европе и других континената кроз специјалне афинитете између одређених региона;
- Водити сопствену бригу у области културног туризма, са растом јавне свести, привлачења пажње у смеру заштите наслеђа као дела одрживог развоја и тежити диверзификацији понуде и потражње, са акцентом на развоју квалитетног туризма.

**III Листа критеријума за формирање мрежа****1. Критеријуми за одобравање мрежа.** Да би биле одобрене мреже морају:

- Изабрати тему или аспект формиран као део програма културних рута;
- Презентовати концептуални оквир базиран на истраживању спроведеног у оквиру изабране теме и прихваћеног од стране различитих партнера у оквиру мреже;
- Укључити неколико земаља чланица кроз све делове пројекта, иако ово не искључује активности билатералне природе;
- Планирати укључивање, где је то могуће, макар једног од скорашњих потписника Европске културне конвенције;
- Обезбедити да пројекти буду финансијски и организационо видљиви;
- Имати легални статус, било у форми удружења или федерације удружења;
- Деловати демократски;
- Обезбедити неопходне материјале за покретање и евалуацију активности.

**2. Подизање предложене мреже.** Како би мрежа била прихваћена, она се мора базирати на позитивним мишљењима компетентних владиних тела, са критеријумима:

- Предложена тема мора одговарати критеријуму подобности представљеном у делу I или одговарати оквирима постојеће теме програма културних рута Савета Европе;

- Предложена мрежа мора нудити разумљив програм и одредити сопствене циљеве, методе, партнере, земље учеснике (актуелне и предвиђене), области акције и генерални развојни програм у средњем и дугом року;

- Мора идентификовати, у различитим земљама чланицама, главне иницијаторе, учеснике и друге потенцијалне партнере који ће вероватно формирати мрежу (потребно је одредити и друге потенцијалне партнерске организације на међународном нивоу);

- Региони обухваћени пројектом морају се одредити;

- Детаљи морају бити обезбеђени када је у питању финансијски план и операциони план предложене мреже;

- Мора се доставити документ у вези са законским статусом предложене мреже.

**3. Процена (евалуација) мрежа.** Како би задржале статус, мреже морају слати извештај на сваке две године како би омогућили Савету Европе да:

- Оцени њихове активности како би потврдио да ли задовољавају базне критеријуме,

- Потврди да ли је спровођење њихових пројеката у складу са критеријумима одабраним за развој теме и адекватних области акције.

Три категорије сертификата у вези категорисања рута додељује Савет Европе:

- **Прва категорија.** Овој категорији припадају пројекти ако су: организовани у оквиру Пан-Европске теме, предлажу пројекте у разним регионима, промовишу дугорочну сарадњу у неколико области акције и стварају активне мреже, остварајући комуникацију између региона и земаља. Одговарајући сертификат је „Велика културна рута Савета Европе”, а додељује се од стране комитета одговорног за „follow-up” културних рута.

- **Друга категорија.** Предлози могу припасти овој категорији ако су: организовани око теме која има ограничен европски утицај како историјски тако и географски, развија пројекте који се односе на један или више области деловања и умрежава различите секторе. Одговарајућа сертификација је „Културна рута Савета Европе”. Додељује се од стране одговорног комитета на предлог саветодавног тела.

- **Трећа категорија.** Предлози могу припасти овој категорији ако се: односе на једну од тема Савета Европе у оквиру Пан-Европских рута развијају иницијативу у вези са једном или више области акције и тичу се догађаја или активности јединственим по својим карактеристикама. Сертификација је „У оквирима културних рута Савета Европе”. Додељује се од стране Директората за Едукацију, Културу и Спорт ([www.icomos-ciic.org](http://www.icomos-ciic.org)).

## КРИТЕРИЈУМИ ЗА УПИС РУТЕ НА ЛИСТУ СВЕТСКЕ КУЛТУРНЕ БАШТИНЕ

Културна добра која претендују да буду под заштитом УНЕСКО-а морају задовољити бар један од следећих критеријума: морају бити аутентични, морају имати велики утицај на културу и развој у одређеном периоду, јединствени су пример специфичног стила, у вези су са идејама и веровањима универзалног значаја, или су пример традиционалног начина живота и карактеристика одређене културе.

Оснивањем центра светске баштине од стране УНЕСКО-а утрт је пут новом интеграционом приступу у циљу приближавања и сврставања природе и културе у једну целину чиме се обезбеђује и нови основни предуслов за процену културних пејзажа као изузетних вредности које завређују да се номинују као светска баштина.

УНЕСКО предлаже упис путева наслеђа на Листу светске баштине, а следеће смернице треба узети у обзир приликом утврђивања да ли је културна рута погодна за упис на Листу светске културне баштине:

- Захтев да одржи изузетну универзалну вредност треба да буде опозван.
- Концепт путева наслеђа се заснива на:
  - динамици кретања и размене идеја, са континуитетом у простору и времену,
  - односи се на целину, у којој рута превазилази збир вредности елемената које је чине и кроз које добија свој културни значај,
  - истиче размену и дијалог између земаља и региона,
  - мултидимензионална је, са различитим аспектима развоја и додаје вредност њеној примарној функцији која може бити религиозна, комерцијална, административна или друго.
- Путем наслеђа може се сматрати специфични вид културног пејзажа, пошто су дискусије довеле до њиховог прихватања унутар оперативних смерница УНЕСКО-а.
- Идентификација пута наслеђа је базирана на прикупљању снага и опипљивих елемената, као сведочанства значаја саме руте.
- Услови аутентичности се примењују на основу њеног значаја и других елементата који чине пут наслеђа. Овде се узима у обзир трајање руте, учесталост коришћења данас, као и легитимне жеље за развој од стране локалног становништва (UNESCO, 2008: 91).

## ТУРИСТИЧКА ИНТЕРПРЕТАЦИЈА И АНИМАЦИЈА

Путовања данашњих туриста у циљу одмора, разоноде и упознавања других култура и обичаја, постају све значајнија и захтевнија. Утицајем масовних медија и велике брзине протока информација, као и глобалној доступности готово свих светских туристичких дестинација, туристичка понуда је стављена у позицију у којој смештај, исхрана, погодни климатски услови, па чак и културно-историјске знаменитости не представљају пресудан фактор који утиче на одлуку савременог туристе да посети одређену дестинацију. Савремени туриста вођен принципом „вредност за новац”, као разлог одабира дестинације, поред основних мотива (карактеристика простора) у обзир узима и додатне могућности разоноде, забаве, информисања, едукације и упознавања новог (Ивков-Џигурски, 2009). Ову констатацију потврђује и чињеница да савремени туриста више није у потрази за другачијим просторима, већ за другачијим доживљајима. Наведени мотиви чине подручје деловања интерпретације и анимације у туризму, делатности којима се придаје све већа улога и значај у развоју, промоцији и пласману туристичких производа одређене дестинације.

Имагинација и реимагинација у туризму као бизнису и репрезентација и евокација у јавној култури врло често су подложни променама. У својој суштини такви програми чине основу аниматорских и интерпретативних активности у туризму (Станојловић, Ивков-Џигурски, Драгин, 2010).

### ТУРИСТИЧКА ИНТЕРПРЕТАЦИЈА

Заштићена природна добра, национални споменици и историјска места се налазе на позицији најинтересантнијих туристичких атракција на свету. Процес омогућавања овим местима да постану доступна јавности која их радо посећује је познат, а у општем смислу се дефинише као интерпретација. Интерпретативне услуге омогућавају, на пример, визиторски центри, брошуре, информативне табле, водичке службе и слично. Конкретно, таква интерпретација културног наслеђа тежи томе да стимулише, олакша и прошири разумевање људи о месту које посећују, тако да тежи ка очувању наслеђа, културе и пејзажа које се развија (Stewart, Hayward, Devlin, 1998). Везивни фактор између културног наслеђа и сазнања туристе о њему је интерпретација (Moscardo, 1996).

Интерпретација се дефинише као образовни процес који има за циљ откривање значења и односа тема или места и везује их за туристички доживљај (Tilden, 1977). Корисно средство за реализацију интерпретације је разумљиво приповедање које нуди откривање базирано на информацијама и чини интерпретацију интригантном (Beck & Cable, 2002). Према дефиницији коју је дао ICOMOS: „Интерпретација се односи на читав спектар активности са циљем повећања јавне свести и побољшања разумевања културног наслеђа. Ово укључује штампане и електронске публикације, јавна предавања, инсталације на самом локалитету и ван њега а у директној вези са културним наслеђем”. Интерпретатори су особе које су на локалитету стално или повремено ангажовани да спроводе јавну презентацију која се односи на вредности и значај културног добра (наслеђа). Непоходност интерпретације при креирању туристичких атракција може се сагледати постављањем питања зашто би посетилац био заинтересован да посети место, догађај, изложбу или локалитет. Разни људи могу имати много различитих разлога или мотивација која их чине посетиоцем неког места (дестинације), што укључује едукацију, забаву, социјалну интеракцију и поштовање културе. Чест приступ објашњавању интерпретације је дефинисање интерпретације као форме комуникације, односно

преноса информација између интерпретатора (приповедача) или саме атракције и туриста (посетилаца). Интерпретација је дакле процес комуникације креиран тако да открива значења и везе између културног и природног наслеђа посетиоцима кроз искуство из прве руке са објектима, артефактима, пејзажима или локалитетима (Veverka, 1994).

Презентацијом се сматра пажљиво планирана комуникација интерпретативног садржаја кроз спровођење информација, физичког приступа и интерпретативне инфраструктуре на самом локалитету. Средства интерпретације се односе на сва она средства која се користе како би се указало на значај и вредност културног добра и тиме туристи информисали и задржали на локалитету. Дакле, интерпретација се може спровести уз помоћ различитих техничких средстава – као што су информативни панели, музејске поставке, формиране пешачке туре, предавања и водичке туре, мултимедијалне апликације и интернет сајтови. Интерпретациона инфраструктура се односи на физичке инсталације и објекте у областима који су у вези са културним наслеђем и користе се у сврхе интерпретације и презентације наслеђа.

Медији који се користе у интерпретацији су од кључног значаја, а њихова разноврсност је велика, од простих панела са текстом до 3Д виртуелних медија, а могу се поделити на:

- пасивне методе, које пружају посетиоцима једносмерну комуникацију (информативне табле које омогућавају туристи да сам обилази локалитет),
- активне методе са опцијом двосмерне комуникације (водичке туре).

Према форми укључености посетиоца у доживљавању локалитета, интерпретативни методи се деле на:

- лични, као што су: демонстрације, персонализације, глума, водичке руте,
- не-лични као што су: знакови, панели, самостални обиласци, анимирани модели и компјутерски дисплеји.

Основни циљ интерпретације је да помогне посетиоцима да развију већу свест, поштовање и разумевање области које посећују, постизање циљева одрживог управљања и промоције јавног разумевања наслеђа. Да би постигла своје основне циљеве, интерпретација мора бити базирана на креативности и имагинативности самих интерпретатора, те не сме ни у ком смислу бити једнолична и базирана на искључиво историјским чињеницама, археолошким открићима и слично. Интерпретација мора бити оплемењена легендама, причама из свакодневног живота људи који су на тим местима живели, па чак и неким трачевима, јер то је оно што једном месту или споменику даје душу и оживљава га у неком другом времену (Puzsko, 2008).

## ТУРИСТИЧКА АНИМАЦИЈА

Анимација у туризму заузима све јачу позицију у формирању туристичког производа и његовом пласману на тржишту, јер кроз своје постојање обогаћује доживљај у оквиру туристичке посете, нуди велики број могућности организовања слободног времена туриста, брине о посетиоцу са хуманистичког аспекта делатности, па самим тим доприноси и већем задовољству туриста.

Изрази „анимација” и „анимирати” имају порекло у латинском језику „anima” (душа) и „animare” (надахнути живот, покренути, мотивисати). Појмови којима се у литератури најчешће одређује делатност анимације су разонода, опуштање, физичко или интелектуално усавршавање. Појам се односи и на људску акцију, на стваралаштво, покретање и одушевљење средине, људи, узроковано (покренуто) од стране неке особе – уметника, говорника или забављача (Ивков-Џигурски, 2009).

Интересантну и најпотпунију дефиницију анимације у туризму дао је немачки социолог, Клаус Фингер Бенуа (Klaus Finger Benoit), која би у преводу гласила: „Анимација у туризму је од стране једне особе (аниматора) изговорена, пријатељска, весела, срдачна, привлачна молба, позив, подстицај, охрабрење за заједничко дружење (акцију) кроз било коју активност госта (туристе), у његовом слободном времену на одмору (приликом посете туристичкој дестинацији), која га привлачи и то све до оног тренутка када се одвија кроз заједничко деловање са осталим људима (гостима, домаћинима) и са задовољством на упознавању новог (на новим доживљајима), на заједничком учествовању у активностима, на људима, околини, месту (дестинацији), култури и уопште земљи у којој се борава” (Ивков, Стаменковић, 2006; Чанак, Прентовић, 2007; Ивков-Џигурски, 2009).

У скорије време туристичка анимација је постала битан део понуде свих туристичких дестинација. Анимација у туризму се може дефинисати као саставни део туристичке понуде који значи обогаћивање понуде разним садржајима, као подстицај туристима на садржајнији туристички боравак. Потреба за пружањем више услуга туристима довело је до формирања аниматорских програма широког спектра. Анимација је такође и нови начин за повећање продаје, а њени ефекти се огледају у формирању културних, рекреативних и шоу програма, мотивисању туриста, продужењу туристичке сезоне, ширењу тржишта, задовољству туриста, ширењу усмене пропаганде, повећању прихода кроз наплаћивање улазница. Већина савремених туриста посећују дестинације не искључиво ради одмора, већ ради учења нових ствари о тим местима, упознавања локалне културе, традиције, фолклора, гастрономије и слично. Мотивисање туриста за активно учешће подразумева комуникацију и лични контакт са гостом, настојање да се што боље упознају потребе и жеље гостију, као и задатак да се прати задовољство туриста понуђеним програмима. Туристичка анимација својим програмима наводи и подстиче туристе на учествовање и доживљавање, ка активном односу према туристичким вредностима, подстиче потребе за истраживањем и упознавањем нових и непознатих простора, култура, појава и људи. Према томе, анимацији се поставља задатак организовања активности које производе доживљај, а којима се настоји избећи или ублажити осећај отуђености госта за време његовог боравка у туристичкој дестинацији (Рапић, 2008).

Анимација се састоји од различитих активности и програма које се могу понудити туристима ради стварања богатије понуде на дестинацији и пружања туристима јединствених доживљаја. Аниматорски програми су неопходан чинилац туристичке понуде, самим тим без оваквих програма готово да је и немогуће развијати туризам.

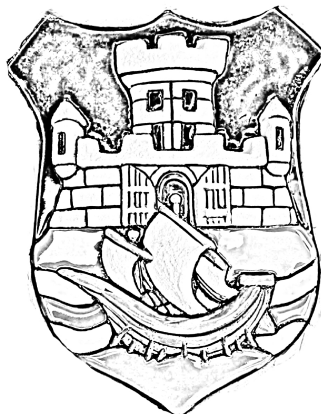
Туристичка анимација обезбеђује широк спектар могућности стварања креативних програма различитог карактера који доприносе стварању карактеристичних доживљаја туриста. Анимација доприноси формирању квалитетније туристичке понуде, лакше и ефикасније промоције рута, као и задовољству туриста. Самим тим, на културним рутама треба формирати већи број квалитетних анимацијских програма који ће бити усклађени различитим сегментима потенцијалних туриста.

Према Крипендорфу издвајају се следећи облици анимације у туризму:

- кретање – спорт, бициклизам, планинарење,
- дружење – излети, прославе, забаве, сусрети,
- стваралачка делатност – сликање, фотографија, скулптура, други облици ручног рада,
- образовање, откривање и доживљавање – концерти, курсеви језика, кувања, ткања,
- авантуре – логорске ватре, боравак у природи, сплаварење, лов, истраживање,
- мировање и опуштање – медитација, јога, масажа, слушање озбиљне музике, итд.

Култура, као највиши израз човековог стварања подразумева скуп свих материјалних и духовних вредности које су настале као последица материјалне и духовне интервенције човека у природи и друштву. Култура у ужем смислу подразумева све облике људског изражавања. Како ће култура бити укључена у туристичку понуду дестинације и презентована туристима зависи од интерпретације и анимације. Интерпретатори и аниматори културно-забавних активности морају поседовати посебне вештине (приповедање, певање, играње, сликање) и да добро познаје културне вредности средине да би могао да побуди интересовање за њих код туриста (Ивков-Џигурски, 2009).





## **КУЛТУРНА РУТА „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ” У СРБИЈИ**



## ДЕФИНИСАЊЕ КУЛТУРНЕ РУТЕ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ” У СРБИЈИ

Вековима су тврђаве стваране у функцији одбране или напада, дакле ради ратовања различитих држава и народа. Тензије које су тврђаве генерисале постојале су и у мирним историјским периодима, али су посебно наглашаване током ратовања. Данас, већина утврђења нема војну функцију, већ може да допринесе спајању народа, пошто као културни и историјски споменици представљају историју градова и региона, тако што се кроз разумевање бурне прошлости нације ствара монолит културе, историје и интересовања. Истраживања спроведена о тврђавама као културним објектима проширује ново разумевање историје и њиховог значаја у животима војника и цивила који су на том подручју живели и оних који ту данас живе. Концепти нових начина коришћења тврђава кроз туризам, културне руте, историјске изложбе, догађаје и места забаве су данас критеријум у којој мери град или регион може да креира импулсе за сопствени развој (Henrich, 2009). Успех дестинације се остварује уколико је локална заједница способна да претвори остатке културних споменика и тврђава у свом окружењу у атрактивне туристичке просторе. Градови, дворци и тврђаве, дакле, имају значајну вредност за област развоја туризма базираног на културној баштини - културног туризма. Заједно са историјским воденим путевима који повезују ове градове, они формирају интересантну мрежу локалитета културног туризма у релативно малој географској области. Ипак, аспекти искоришћавања историјских споменика попут тврђава се пре свега мора посматрати кроз аспекте конзервације и ревитализације.

Развој културне руте „Тврђаве на Дунаву” представља акцију развоја неколико туристичких атракција које су сличне по свом карактеру, а прилично различите по својој структури и историјском развоју. Стварањем нове јединствене атракције у форми туристичке руте је један од најфикаснијих метода да се осигура дужи боравак туриста у једној земљи и да се активира већи број атракција (Stanojlović, Lukić, Ćurčić, 2011). Значај развоја туристичке културне руте базиране на тврђавама на Дунаву у Србији се може извести из чињенице да су ове тврђаве историјски повезане и да деле заједнички карактер (одбрамбена функција) и историју, те да су географски повезане током реке Дунав. Такође, један од разлога потребе њиховог повезивања у туристичку руту је и чињеница да нису све тврђаве у Србији од подједнаког интереса за државне институције као ни за туристе. Као последица овога, поједини локалитети немају веће добити и инвестиције, те се слабије развијају, рестаурирају и презентују, док се поједине тврђаве убрзано развијају и имају веће приходе, како добијене од државе, тако и од туризма. Готово све подунавске земље већ су искористиле потенцијал ове реке у туристичке сврхе, док наша земља још увек нема одговарајућа средства да те планове спроведе. Деоница тока Дунава кроз Србију, као и његове природне и друштвене вредности, снажна су средства у привлачењу иностране туристичке тражње. Региони у Републици Србији који се везују за подручје Дунава имају природне, културне и историјске потенцијале који могу да дефинишу одређене врсте туристичке понуде. Ови потенцијали и врсте туристичких производа нису искоришћени у потпуности јер су одређени разликама у постојећим условима (природа и културно наслеђе), а делом креираним условима (доступност, инфраструктура, сектор услуга). Иако се повезивање тврђава на Дунаву у Србији у оквиру једне туристичке руте сматра пожељним и конкурентним, у будућности би се простирање ове руте могло проширити и на локалитете у другим подунавским земљама, с обзиром да постоји импресиван број остатака тврђава и двораца у Немачкој, Аустрији, Мађарској, Румунији и Бугарској.

## ТУРИСТИЧКО-ГЕОГРАФСКИ ПОЛОЖАЈ

Одређење простора простирања културне руте „Тврђаве на Дунаву” у Србији везује се за географску област на територији Републике Србије која обухвата приобални појас тока реке Дунав и територију неколико општина кроз које ова река пролази (Подунавље). Подунавље у Србији се простире у уском подручју између 45°48'39" и 44°12'48" северне географске ширине и 18°51'9" и 22°40'18" источне географске дужине. Налази се испод 45-ог упоредника и припада јужном делу северне хемисфере. Укупна површина општина Србије уз ову реку је 13.693 km<sup>2</sup> или 15,5% територије државе. Са административног аспекта, Дунав протиче кроз подручје следећих општина: Сомбор, Апатин, Оџаци, Бач, Бачка Паланка, Беоцин, Нови Сад, Сремски Карловци, Инђија, Тител, Београд, Панчево, Ковин, Смедерево, Пожаревац, Велико Градиште, Голубац, Мајдампек, Кладово и Неготин.

Карта 2. Ток Дунава у Србији



Извор: <http://www.worldcanals.com/english/serbia.html>

Према карактеру саобраћајног положаја, Подунавље је подручје које је смештено на важнијим међународним саобраћајницама. Међународни саобраћајни положај са аутопутем Е-75 који је најважнија међународна саобраћајница, међународним коридором 7, саобраћајницом Е771 и магистралама М1, М25 и М24. Транзитност подручја је изузетно велика, с обзиром да овим простором пролазе најзначајнији друмски и железнички коридори у земљи, као и важне регионалне саобраћајнице. С обзиром да је подручје Подунавља везано за простор највећих градских насеља у Србији, као и да се налази у близини главних саобраћајница, оно је доступно значајнијим дисперзивним подручјима у земљи. Туристички положај Подунавља у Србији, одговара развоју већег броја туристичких места, с обзиром на квалитет његових елемената. Положај према главним туристичким правцима је изузетно повољан. Подручје се налази у близини источног медитеранског правца, најважнијег туристичког коридора у Србији. С обзиром да излази на Дунав, који је један од важнијих европских и светских туристичких праваца,

и најважнији европски речни туристички правац. Источним туристичким правцем Подунавље је повезано са централноевропским и источноевропским тржиштем. Предност туристичког положаја је успостављена контактна зона коју пружа Дунав као саобраћајни правац, што омогућава формирање туристичке регије на овом простору. Концентрација већих насеља у Бачком, Подунавском, Браничевском и Београдском региону, као и доступност туристичких ресурса на овом подручју чини његов положај повољним. Међутим, близина атрактивних ресурса других подунавских земаља знатно умањује значај Подунавља у Србији. Транзитност и окруженост значајним туристичким правцима су нарочито важни, као предиспозиције динамичног и разноврсног развоја туристичке понуде. Концентрација градских насеља у подунавској зони, иде у корист развоју туризма на овом подручју.

### КАРАКТЕРИСТИКЕ ТОКА ДУНАВА КРОЗ СРБИЈУ

Ток Дунава кроз Србију с обзиром да обухвата велико пространство пролази кроз географски различите пределе те је описан његов ток и простори кроз које пролази како би се стекла представа о његовим потенцијалима за развој туризма.

Дунав улази у Србију кроз Батински теснац, а затим наставља у рукавац Барачка у коме се налази викенд насеље познато по чардама, са могућношћу привеза јахти уз обалу. Овде се налази пристан речне полиције, царина и капетанија пристаништа Бездан. Низводно се налази улаз у Велики Бачки канал са низом пешчаних острва и викенд насељем Дарашки фок. Следи рукавац Моноштор, на чијим обалама се налази викенд насеље Вагони. Затим следи град Апатин, који се налази у средишту велике поплавне зоне Дунава - Специјалног резервата природе Горње Подунавље, које је највеће мрестилиште за рибе у овој зони. Низводно од Апатина Дунав се грана у неколико рукаваца, одакле следи ушће Драве са речним полуострвом – Стаклара и викенд насељем Марин пруд. Дунав кривином заобилази Ердут и избија поново у Србији у близини Богојева, где се налази викенд насеље Богојевски шtrand. Код улаза у канал Богојево - Бечеј, Дунав прави нагли заокрет на запад, ка Хрватској, а након Вуковара, спушта се кроз Букински рукавац ка Бачком Новом Селу и Карађорђеву. Недалеко од Карађорђева, налази се Бачка Паланка, са пристаном у рукавцу Тиквара. У близини се налази викенд насеље које припада Челареву, а на супротној страни су Нештинска и Велика ада и викенд насеље Корушка. На десној обали Дунава налази се село Баноштор, а са супротне стране је село Бегеч, где се налази риболовна локација Бегечка јама. Низводно је село Футог са пристаном, док је на супротној страни градић Беочин. Одатле се до Новог Сада, протеже дуж обале викенд насеље Камењар, а на супротној обали ствара се низ пешчаних острва у чијем је залеђу Сремска Каменица. Насупрот Сремске Каменице налази се Нови Сад, главни град Војводине, који се простира дуж саме обале Дунава и премошћава га са три моста. У Новом Саду је за наутичаре најважнији комплекс Рибарског острва и уређена плажа Шtrand. Низводно, у Новом Саду су смештени бродски пристан, капетанија, испостава пограничне полиције и царина. Десном обалом, наспрам Новог Сада, доминира Петроварадинска тврђава, а низводно се налази Официрска плажа и затворени рукавац Дунава. Овај простор је у саставу је заштићене зоне Ковиљско-петроварадински рит. Следеће насеље су Сремски Карловци, уз чију се десну обалу, која је део Националног парка Фрушка гора, налази викенд насеље Чортановци. Дунав затим премошћује мост код села Бешка, а на супротној страни у Бачкој се налази село Ковиљ, са Ковиљским ритом, познатом по мрежи канала, рукаваца и бара које формирају ритску зону, заштићену као резерват природе. Пловећи низводно Дунавом, налазе се три већа речна острва - Јанду, Лочка и Велика ада. У месту Стари Сланкамен, налази се бањско лечилиште и ушће реке Тисе.

Уз десну обалу, налазе се села Сурдук, Белегиш, Стари и Нови Бановци, а усеком на Дунав излази и место Батајница. Левом обалом, све до Земуна, протежу се риболовни терени, а у Земуну се налази и Велико ратно острво, на ушћу Саве, где је уређена плажа Лидо (Шили, 2010).

На ушћу Дунава и Саве, налази се Београд, главни град Србије, над којим доминира Београдска тврђава. Низводно од Београда, Дунав се грана у три пловна рукавца и тако ствара два велика речна острва, Фортконтумац и Штефанац. Затим се наилази на ушће реке Тамиш, која је пловна само до Панчева. Низводно од Панчева, стиже се до села Винча, које је позната по значајном археолошком налазишту. Рукавац између Грочанске аде и десне обале Дунава чини велика викенд зона – Гроцка, у коме се налази уређен комплекс са пристаном, ресторанима и смештајем. Следи село Орашац, затим излетиште Југово, а наспрам њега је језеро Провала, настало од подземних вода Дунава. Недалеко од језера, на Дунаву се сместило Смедерево, кога карактерише Смедеревска тврђава на ушћу Дунава и реке Језаве. Недалеко одатле се налази Ковин, чија је лева обала Дунава до ушћа реке Нере зона Делибатске пешчаре, а на десној обали је ушће Велике Мораве. Даље, се пружа Костолачки рукавац, на коме се налази пристан и археолошко налазиште Виминацијум. Од погона термоелектране Костолац, рукавац се шири, а затим се стиже до Рама изнад кога се виде остаци римског града Ледерата и тврђаве Рам из турског периода. Између Рама и Старе Паланке улази се у канал Дунав-Тиса-Дунав који се овде и завршава. Узводно од ушћа канала, налази се резерват природе Лабудово окно и село Банатска Паланка. У близини Рама, налази се Сребрно језеро настало преграђивањем рукавца Дунава, које представља туристички центар. Затим следи Велико Градиште, важно пристаниште са Капетанијом и царинарницом. Низводно је ушће реке Пек и село Пожежено. Уз магистрални пут Београд – Кладово, налази се село Винци, а низводно, до Голупца, се протеже велико речно острво Молдава које припада Румунији (Шили, 2010). Голубац лежи на самом улазу у Ћердапску клисуру или Гвоздена врата, која је највећа речна клисура у Европи. Овде се налази импресивна Голубачка тврђава. Низводно се налази село Брњица, а кроз Госпођин вир и насеље Добра, стиже се до Лепенског вира, археолошког налазишта из доба неолита. На размеђи Горње и Доње клисуре, лежи Доњи Милановац, седиште Националног парка Ћердап. Затим се наилази на Велики казан и ту почиње Доња клисура, где постоји туристичко-информативни центар са пристаништем. Мали казан, почиње проширењем Дунава ка румунском селу Дубова, а завршава се котлином Хајдучке воденице, у чијој је близини и Трајанова табла. Следеће насеље је Текија, а Ћердапска клисура завршава се хидроелектраном Ћердап I, одакле се пружа Ћердапско језеро. У Караташу се налазе остаци римског утврђења Дијане. Кладово је стари град на излазу из Ћердапске клисуре, где се налазе остаци тврђаве Фетислам, а низводно од Кладова, налази се сачуван стуб Трајановог моста и острво Шимиан са потопљеном тврђавом Ада Кале. Недалеко се налази Брза Паланка, одакле Дунав тече на југ и дели се на два рукавца око румунског острва Маре. На локацији Кусјак, налази се хидроелектрана Ћердап II, а затим се стиже до Прахова, последњег града на Дунаву у Србији. Река Тимок се у Дунав улива на тремеђи Србије, Румуније и Бугарске, где Дунав напушта Србију (Часопис Наутичар, бр. 24-25, 2010).

## ПРИРОДНО-ГЕОГРАФСKE КАРАКТЕРИСТИКЕ ПОДУНАВЉА У СРБИЈИ

Природно-географске особености српског Подунавља представљају један од основних предуслова за развој туризма на овом подручју, из тог разлога, неопходно је нагласити карактеристике овог подручја.

### РЕЉЕФ

Србију чине три велике рељефне целине - Панонска низија, брежуљкасти предели са нижим планинама и планинско-котлинско подручје. Северни део Србије (подручје Аутономне покрајине Војводине) заузимају плодне равнице, док је средишњи и јужни део Србије претежно планински. У погледу природних особина тока Дунава на територији Србије разликујемо три сектора: панонски (од мађарско-српске границе до Голупца), ђердапски (низводно од Голупца до села Гура Веи) и понтијски (низводно од села Гура Веи). Геоморфолошки, ово подручје је веома атрактивно, а посебно се издвајају бројни паркови природе, ритска и мочварна подручја, бројне аде и острва (Драгин, 2008). Панонска низија заузима више од 25% територије Србије, а у њој преовладавају низине са алувијалним наплавинама уз водене токове и лесне заравни, те два брдовита узвишења – Фрушка гора (538 m) и Вршачке планине (639 m), као и острвска планина Авала (511 m). Највећи део територије Србије заузимају брежуљци и планине које се протежу од Панонског побрђа на северу па све до црногорске, косовске и македонске границе на југу. Од запада према истоку брдовити предели се протежу од босанско-херцеговачке до бугарске границе. Јужно од Саве и Дунава преовладава брежуљкасто подручје са висинама до 500 m и ниже планинско подручје са висинама до 1000 m. Простор Ђердапа се одликује великом разноврсношћу геолошке грађе. На ширем подручју Ђердапа, који припада Карпатобалканском луку, тектонски покрети су били врло снажни што се одразило и на садашњи структурни склоп, а доминантну структуру представљају венци Мироч-Косовица. У геоморфолошком смислу, на



простору Националног парка Ђердап издвајају се различити типови рељефа од којих су доминантни флувијални, денудациони и карстни. Под Ђердапом се данас подразумева највећа, најдубља и најлепша клисура Европе, која одваја Банатске планине од планина источне Србије и спаја Панонски са Влашко-понтијским басеном, а чине је четири клисуре - Голубачка клисура, Госпођин Вир са кањоном Бољетинске реке, Казан и Сипска клисура.

Слика 1. Ђердапска клисура, Србија

Фото: А. Терзић, 2011

## КЛИМА

Клима Србије се може описати као умерено-континентална са мање или више израженим локалним карактеристикама. Просторна расподела параметара климе условљена је географским положајем, рељефом и локалним утицајем, као резултатом комбинације рељефа, расподеле ваздушног притиска већих размера, експозицијом терена, присуством речних система, вегетацијом, урбанизацијом итд. Од географских одредница које карактеришу битне синоптичке ситуације значајне за време и климу Србије треба споменути Алпе, Средоземно море и Ђеновски залив, Панонску низију и долину Мораве, Карпате и Родопске планине као и брдовито планински део са котлинама и висоравнима. Преовлађујући меридионални положај котлина река и равничарски предео на северу земље, омогућују дубоко продирање поларних ваздушних маса на југ. Годишње суме падавина у просеку расту са надморском висином, док се у нижим пределима годишња висина падавина креће у интервалу од 540 до 820 mm.

Табела 3. Приказ климатских прилика на подручју Подунавља у Србији, 2010.

Клима у Подунављу Србије, 2010. године							
Мерна јединица	Ваздушни притисак (mb)	Температура (°C)			Инсолација сати (h)	Облачност просек	Падавине сума
		Max	Min	средња			
<b>Сомбор</b>	1003,7	34,2	-16,1	11,1	1871,8	5,8	1035,6
<b>Нови Сад</b>	1003,7	36,1	-15,1	11,6	1992,3	5,9	1041,9
<b>Београд</b>	998,00	38,4	-9,6	11,9	1992,9	6,0	865,5
<b>Смедеревска Паланка</b>	999,8	36,7	-14,9	12,0	2004,2	6,4	780,3
<b>Велико Градиште</b>	1004,7	37,5	-14,0	12,0	1860,1	6,0	708,3
<b>Неготин</b>	1008,9	37,0	-17,6	12,2	1995,9	5,5	737,1

Извор: Метеоролошки годишњак, 2010; Републички хидрометеоролошки завод, 2011.

Већи део Србије има континентални режим падавина, са већим количинама у топлијој половини године, изузев југозападних крајева где се највише падавина измери у јесен. Најкишовитији је јуни, када у просеку падне 12 до 13% од укупне годишње суме падавина. Најмање падавина имају месеци фебруар и октобар. Појава снежног покривача карактеристична је за хладнији део године од новембра до марта, а највећи број дана са снежним покривачем је у јануару.

Годишње суме трајања инсолације крећу се у интервалу од 1500 до 2200 сати годишње. Приземна ваздушна струјања су у великој мери условљена орографијом. У топлијем делу године преовлађују ветрови са северозапада и запада. Током хладнијег дела године доминира источни и југоисточни ветар–кошава. Просечан број дана са снежним покривачем је 32 а просечна дебљина снежног покривача у дунавском обалном појасу се креће између 10 и 20 cm, док је у планинском залеђу у до 50 cm. Падавине су обилније него у суседним областима и просечно износе око 786 mm годишње (Републички Хидрометеоролошки завод, 2011).

## ХИДРОГРАФИЈА

Дунав је међународна река, друга по величини у Европи и највећа река на Балкану, дуга 2.888 km. Дунав настаје спајањем река Берге и Бригаха које извиру на југоисточним обронцима Шварцвалада у Немачкој, а великом делтом се улива у Црно море. Дунав протиче кроз десет земаља – Немачку, Аустрију, Словачку, Мађарску, Хрватску, Србију, Бугарску, Румунију, Молдавију и Украјину. Саставни је део трансевропског пловног система Рајна – Мајна – Дунав, који спаја Атлант и Медитеран, повезује запад и исток Европе и самим тим пружа неограничене услове за пловидбу. Дунав је плован на дужини од 2.580 km, од Улма за мање бродове, а од Регенсбурга и за веће бродове. Најзначајније притоке Дунава су: Ин у Немачкој, Енс у Аустрији, Морава у Словачкој, Искар у Бугарској, Олта и Прут у Румунији, а у Србији су њене притоке – Драва, Сава, Тиса, Морава, Тамиш и Тимок. Важна пристаништа на Дунаву су: Улм, Регенсбург, Линц, Беч, Братислава, Будимпешта, Нови Сад, Београд, Смедерево, Прахово, Русе, Брајла, Галец и Исамил. Србији припада око 11,3% од укупне дужине тока Дунава, односно 587,35 km водотока (Дунавска Комисија, 2004).

У погледу природних особина тока Дунава на територији Србије разликујемо три сектора: панонски (од мађарско-српске границе до Голупца), ђердапски (низводно од Голупца до села Гура Веи) и понтијски (низводно од села Гура Веи). На панонском сектору Дунав је типична равничарска река, широка 400 -1200 m, дубока до 19 m и брзине воде 3,5-4 km/h. Пре изградње хидроенергетског и пловног система „Ђердап”, Дунав је у ђердапском сектору био планинска река, али је уместо брзине од 18 km/h, вода на тој деоници Дунава (од 1972. године када је образовано Ђердапско језеро) успорена и креће се свега 0,3 m/s или 1,1 km/h. На понтијском сектору Дунав је типична низијска река (Драгин, 2008). На Дунаву, протицај се дефинише трајањем 92 - 95%, што значо да до тоталног или делимичног прекида пловидбе може доћи 20 - 30 дана годишње. Купалишна сезона на Дунаву траје више од 50 дана, од краја јуна до краја августа. У условима стабилних политичких односа и успостављања европског пловног пута Рајна-Мајна-Дунав, Дунав повезује Србију са Европом, а пружа могућности не само за транзит, већ и за врло атрактивна путовања Дунавом и његовим каналима. Константно се унапређује и повећава број бродова за речна крстарења као и чартер компаније и агенције које нуде краћа и дужа путовања, са организованим стајањима и унапред одређеним туристичким дестинацијама са разгледањем локалитета, излетима у природи и активности (Драгин, Ивков, Малетин, 2004; Dragin, Ivkov, Dragin, 2006; Драгин, 2008).

## БИОГЕОГРАФСKE КАРАКТЕРИСТИКЕ

Подручје српског Подунавља у биogeографском смислу представља претежно шумски комплекс. У питању је хидролошки условљена или азонална вегетација која се развијала под утицајем плавних и подземних вода, а везана је за алувијална земљишта уз данашњи и некадашњи ток Дунава. Овде су присутне пре свега редовно плавлене ритске шуме. Ове шумске и ритске заједнице представљају станишта разноврсног биљног и животињског света. У појединим подручјима српског Подунавља постоје и посебно заштићени резервати природе и бројни паркови природе који обилују ендемичним биљним и животињским врстама. Делујући као издвојена острва очуване природе, окружена насипима, њивама и насељима, оваква подручја представљају станишта изузетно великом броју биљних и животињских врста (Стојановић, 2003).



## ПРИРОДНИ ТУРИСТИЧКИ РЕСУРСИ НА ПРОСТОРУ ПОДУНАВЉА У СРБИЈИ

Природни туристички ресурси састоје се од свих природних елемената и фактора који поседују високи степен атрактивности и који рефлектују географску средину и могу бити валоризовани у туристичке сврхе. Према својим релевантним својствима ови ресурси се могу класификовати као геоморфолошки, климатски, хидрографски и биогеографски, као и заштићена природна баштина. Ова класификација се прихвата у планским и управљачким документима развоја туризма (Ђукић, 1999). Посебно атрактивни су они природни ресурси који се налазе на УНЕСКО-вој листи, тј. они ресурси који су пример развоја земље или развоја живота на земљи, ако су станиште угрожених биљних или животињских врста или су резервати. Заштита треба бити усмерена места изузетне природне лепоте, а природни ресурси на посматраном подручју које је тема овог истраживања су представљени у Табели 4.

*Табела 4. Инвентаризација природних ресурса на подручју Подунавља у Србији*

Категорија	Кратки опис	Листа ресурса
Геоморфолошки ресурси	Ресурси се састоје од свих феномена и процеса у вези са генезом, променама и динамиком рељефа.	Панонска низија, Делибатска пешчара, Фрушка Гора, Авала, Ћердапска клисура, Рибарско острво, Велико ратно острво, итд.
Климатски ресурси	Клима може бити повољан али и неповољан фактор за развој туризма у одређеним регијама. Био-климат утиче на задржавање туриста, док елементи климе – температура, ветрови, инсолација, падавине, утичу на селективне форме туризма.	
Хидрографски ресурси	За развој туризма, од примарног значаја је обезбедити снабдевање водом и карактеристике воде. Атрактивност је базирана углавном на водопаде и водоскоке, и водене ресурсе које омогућавају активности на води.	Дунав и веће притоке: Тиса, Сава, Морава, Бегеј, Тамиш, Тимок, Канал Дунав-Тиса-Дунав и Велики Бачки канал, Ћердапско језеро, Сребрно језеро, језеро Провала, итд.
Биогеографски ресурси	Туризам је стратешки фокусиран на природне циклусе и производњу здраве хране, кроз обнављање одређених типова производње као и заштите биолошки осетљивих зона и станишта.	Шума Јунаковић у Апатину, Бањичка, Миљановачка шума и Кошутњак у Београду, Ботаничка башта „Јевремовац” у Београду, Парк у Сремској Каменици, итд.
Заштићена природна добра	Широм света, велика пажња се посвећује природној разноврсности како би се осигурало очување ових природних комплекса. Природне туристичке атракције укључују националне паркове, паркове природе, природне резервате, специјалне резервате, шумске паркове, заштићене природне пејзаже, споменике природе и споменике пејзажне архитектуре.	2 национална парка – НП Фрушка Гора и НП Ћердап; Специјални резервати природе - Горње Подунавље, Карађорђево, Багремара, Ковиљско-петроварадински рит, оде Делибатска пешчара, Резерват природе Краљевац, Паркови природе – Тиквара, Бегечка јама, Јегеричка и други.

*Извор: Кнежевић, 2008, адаптација А. Терзић*

## ДРУШТВЕНО-ГЕОГРАФСKE КАРАКТЕРИСТИКЕ ПОДУНАВЉА У СРБИЈИ

Разуђене обале Балканског полуострва, бројне реке, равнице, планине и брда, пружале су погодне услове раног насељавања овог простора са југа према северу и са истока ка западу, дуж великих река и плодних равница. Својим географским положајем Балканско полуострво је од памтивека био мост и главна саобраћајница између Азије и Европе, Истока и Запада, што је допринело мултиетничком саставу, разноврсности културних и политичких утицаја, као и бурном историјом на овим просторима. Ову чињеницу најбоље потврђују археолошки налази разних древних култура које су за собом оставиле материјалне доказе.

Културе настале у освит европске цивилизације, око 7000 година п. н. е (Лепенски Вир), затим око 5500 година п. н. е. (Винчанска култура), као и трагови других древних народа који су пловили Дунавом и после периода владавине Римског царства, оставили су бројне материјалне трагове свог постојања на овом подручју (станишта, жртвенике, фигуре божанстава, оруђа). Врло повољни услови за живот били су разлог сталног присуства човека о чему сведоче многи археолошки налази и културно-историјски споменици, као што су насеље Лепенски Вир, Винчанска култура, археолошки локалитети попут Дијане, Голубачки град, остаци Трајановог моста, Трајанове табле, римског лимеса, утврђења, до очуваних примера народне српске архитектуре. Дунав је у прошлости био главни освајачки пут према Европи којим су са истока долазили Хуни, Татари, Монголи, Словени и Турци. Како су царства настајала и пропадала, тако је и Дунав стално доживљавао промене. У 11. и 12. веку био је граница Византијског царства, од 12. века припадао је једним својим делом српској средњовековној држави, а касније највећим делом текао је кроз Отоманско царство. Дунав је кроз прогрес људске цивилизације често представљао природну границу међу народима, у сталним сукобима и ратовима, Дунав је раздвајао народе, што је и данас случај.

### ИСТОРИЈАТ

Према налазима бројних археолошких истраживања на подручју Балкана, установљено је богато присуство материјалне културе, односно, континуитет популације аутохтоних заједница, као и таласи кретања Индоевропских народа (Шкокљев, 1998).

**Праисторија.** Подунавље и река Дунав су такоређи одувек били насељавани, тако да се на овом простору сучељавају разни народи и културе. Према досадашњим археолошким истраживањима, прва људска активност у Средњем Подунављу почиње пре почетка последњег леденог доба, па све до његовог краја у 11. миленијуму пре нове ере (10650 – 10100. година пре нове ере). Људска делатност се испољава архаичном обрадом алатки, гравура, декорација мамутских зуба и скулптура од облутака (Срејовић, Бабовић, 1983) као и уметност ловачко-скупљачких заједница мезолита чиме се потврђује да је Средње Подунавље било средиште уметности. Подручје Подунавља, посебно у пределима Централнобалканског подручја, односно подручја Ђердапске клисуре одликују услови посебно погодни за живот, а археолошка истраживања су управо у том подручју установила особену културу локалне популације од 9. миленијума до 5500. године пре нове ере, која је добила назив култура Лепенског вира, која у то време достиже процват. На рушевинама културе Лепенског Вира, као и дуж Средњег Подунавља од средине 6. миленијума п. н. е. ничу прва земљорадничка насеља, са

производњом предмета од печене земље, те се ова нова култура у археологији назива као неолитска или култура млађег каменог доба. Ова култура осим Балкана обухвата и Мађарску, Румунију и Молдавију, а у Србији је позната као Старчевачка култура (Срејовић, Бабић, 1983). Арехолошки налази неолитских култура на Балкану откривају веома богато стваралаштво првих земљорадничких заједница у трајању од око 1500 година. Прелаз из неолитског у енеолитски период (5500 - 3100. године пре нове ере) означава се као млађе камено или бакарно доба. На основу доминантности појединих налаза извршена је регионализација простора у девет културних сфера Балкана, самим тим на простору Србије је заступљена култура Винче (6190 – 4800. године пре нове ере), која је добила име по истоименом локалитету на Дунаву (Шкокљев, Шкокљев, 1998). Након овог периода наступа енеолитска култура (3100 – 1900. године пре нове ере) под снажним утицајем претходних култура када су се културне групе централног и западног дела Балкана интегрисале и формирале нове културне области, међу којима се истиче Вучедолски културни комплекс (код Вуковара на Дунаву) и Егејска култура на подручју јужног Балкана. У овом периоду развија се рударство и израда одруђа, оружја и накита од метала, а базу ове културе чине најстарији рудници на Балкану код Мајдампека (Срејовић, Бабовић, 1983).

**Антика.** Стари народи који су насељавали Балканско полуострво у периоду антике пре доласка римских освајача живели су племенским животом (Илири, Трачани и Келти). На основу проучавања лингвистичких трагова њихових језика изведен је закључак да се радило о индоевропским народима, иако о њиховој међусобној сродности нема научних доказа. Илири су били најбројнији и насељавали су највећи део Балканског полуострва, а насељавали су јужне и западне делове данашње Србије, а делили су се у више племена међу којима су били Аутаријати, Дарданци, Панонци, Диндари, Сикулоти и други. Трачани су насељавали југоисточне делове територије Србије, а од трачких племена на овом подручју најпознатији су Трибали. Дачани су насељавали северне делове територије (односно Банат и Бачку) где су се врло често сукобљавали са Келтима. Келти се на територију данашње Србије досељавају у трећем веку пре нове ере, а од келтских племена са ових простора познати су Скордисци, Боји и Ерависци. Келти се сматрају оснивачима насеља из којих ће се развити два највећа града данашње Србије – Београд (Сингидунум) и Нови Сад (Кузум). Ширење Римљана на Балканско полуострво отпочело је крајем 3. века пре нове ере сукобима са Илирима (231-228. године пре нове ере). Током три илирско-римска рата (229 – 168. године пре нове ере) и три македонско-римска рата (215 – 168. године пре нове ере), Римљани су покорили Илире и Античке македонце, након чега је почео њихов продор ка Дунаву, Панонској низији и ратови против Дарданаца и Скордиска. Почетком нове ере, целокупно Балканско полуострво нашло се под римском влашћу. У почетку је подручје данашње Србије било подељено између римских провинција Мезије (чији је центар био Сингидунум), Паноније и Далмације, а затим између новоформираних провинција Горње Мезије, Доње Паноније и Дакије (северно од Дунава), да би касније биле формиране провинције Панонија Секунда, Дарданија, Превалитана и Дакија (јужно од Дунава), а потом и провинције Дакија Рипензис и Дакија Медитеранеа. На овом простору су биле стално стациониране две римске легије - *IV Flavia* (у Сингидунуму, Београду) и *VII Claudia* (у Виминацијуму, код Костолца на Дунаву). Подигнут је читав низ градова који су били повезани системом путева ради лакше комуникације између делова Римског царства, које је за време владавине цара Трајана, након Дачких ратова (101 - 107. године нове ере) био на свом врхунцу (Брујић, 2005). Упади варварских племена из централне Европе и повлачење Римљана из Дакије током Аурелијанове владавине (270 – 275. године нове ере) довели су до подизања низа римских каструма дуж десне обале Дунава који су формирали тзв. Дунавски лимес. Дунавски лимес се дели на панонски и мезијски део. Панонски лимес је

ишао до Сингидунума (Београда) а Мезијски од Београда до Црног мора. Главно утврђено место био је Виминацијум, близу ушћа Млаве у Дунав на висоравни. Интересантна чињеница је да је на подручју данашње Србије рођено чак 16 римских императора: Деције Трајан (Trajan Decius, 249–251.), Хостилијан (Hostilian, 251.), Клаудије II Готски (Claudius II Gothicus, 268–270.), Аурелијан (Aurelian, 270–275.), Проб (Probus, 276–282.), Максимилијан Херкулије (Maximianus Herculus, 285–291.), Констанције Хлор (Constantius Chlorus, 293–306.), Галерије (Galerius, 293–311.), Максимин Даја (Maximinus Daia, 305–313.), Лициније (Licinus, 307–324.), Флавије Север (Flavius Severus, 305–307.), Константин Велики (Constantine I, 306–337.), Констанције (Constantius II, 337–361.), Ветранион (Vetranio, 350.), Јовијан (Jovian, 363–364.), Грацијан (Gratian, 367–383.) и Констанције III (Constantius III, 421.) (Лопандић, 2007). Варварски напади на дунавску границу су се наставили, а једну од прекретница представљао је продор Гота 378. године, након чега је почело трајно насељавање варвара на тлу Римског царства. Неколико деценија касније, тачније, 395. године римски цар Теодосије I је поделио Римско царство на два дела, чиме је већи део данашње Србије ушао у састав Источног римског царства (Византије). Варварски упади у Источно римско царство (Византију) трајали су током целог 5. века, иако се поуздано не зна порекло тих народа, стари извори помињу Ските, Бугаре, Готе. Почетком 6. века за време владавине Јустина I први пут се спомиње напад Словена (Анта), који су живели у степама северно од ушћа Дунава. Византијски цар Јустинијан (527–565.) успешно је ратовао против Анта и Склавина на левој обали Дунава, где се још увек држао стари римски лимес. Половином 6. века Склавини су често пљачкали Византију и у тим походима допирали до Цариграда и Далмације. У исто време појављују се и Авари. Аварско-византијски рат водио се око Сингидунума и Виминацијума. У другој половини 6. века заједнички аварско-склавински одреди харали су овим просторима. Почетком 7. века византијски извори бележе да је народ Словена, који се састојао од Драгувита, Сагудата, Велегезита, Вајунита и Верзита опустошио Тесалију, Хеладу, Ахају, Епир, па чак прешао и у Азију. Ови Словени су поражени под Солуном, али су остали да живе на овој територији (Брујић, 2005). За време цара Ираклија у околину Солуна доселили су се и Срби (како је забележио Константин Порфирогенит) и по њима се област и назвала Сервија. Аварско-словенски напад на Цариград 636. године био је кобан по Аваре, а словенска племена насељавају се и учвршћују у унутрашњости Византије. Након тога на ове просторе око 680. године преко Дунава улазе преци Бугара, односно Протобугари, номади и коњаници. Стапање словенског и протобугарског живља текло је брзо, а њихова држава већ у другој половини 8. века устремила се на југ, тежећи да се прошири на словенско становништво, које је живело у Тракији (Историјски атлас, 1999).

**Средњовековна Србија.** О најранијем животу и држави Срба у централним областима Балканског полуострва мало се зна. По писању цара Константина Порфирогенита, владарски син који је довео Србе умро је пре доласка Бугара, а после њега владали су редом архонти (кнежеви) истог рода коме су припадали најранији познати српски кнежеви Вишеслав, Радослав, Просигој и Властимир. Према том извору Бугари и Срби су живели мирно, покоравалујући се царевима Византије. Властимира су наследили синови Мутимир, Стројимир и Гојник. Крајем 9. века Срби су примили хришћанство, које је најпре примио горњи слој српског друштва, а већина становништва дуго је задржала стару словенску паганску религију. Претпоставља се да су настанак и празновање породичног празника „славе“ код Срба, у ствари измењен облик поштовања култа предака, а ово измирење паганске и хришћанске религије је прихваћено за време Св. Саве.

Двестагодишња историја српске државе (од краја 9. века до краја 11. века) обележена је борбом за власт Мутимирових синова (Прибислава, Брана, Стефана),

синоваца и унука Павла, Захарија и Часлава. Учвршћивање, ширење и јачање српске државе половином 10. века било је дело Часлава, штићеника византијског цара Константина Порфирогенита, који је погинуо у борби против Мађара око 950. године и био је последњи члан најстарије српске династије. Почетком 11. века, српске државе Рашка, Захумље и Дукља биле су вазали Византије, а такво стање траје кроз цео 11. век, иако су рашки жупан Вукан и његови наследници српски жупан Урош II и његов брат Деса, безуспешно покушавали да се осамостале током византијско-угарског рата (1127-1129). После Десе, први пут се спомиње име Стефана Немање, родоначелника династије Немањић, који је у сродству са рашким жупанима. Немања 1166. године постаје велики жупан и успева да се ослободи византијске потчињености 1180. године, након смрти византијског цара Манојла I. Затим почиње ширење српске средњовековне државе на Дукљу, Метохију, Косово, Скопље и територију на горњем току Вардара, као и територију између Западне и Велике Мораве. Захваљујући јачини државе, он жени сина Стефана византијском принцемом Евдокијом и повлачи се са трона у корист сина Стефана који је 1217. године крунисан као први српски краљ. Стефан има прозапдану политику, па се жени венецијанском принцемом Аном Дандоло. Догађај који је од пресудог значаја за Србију, било је стварање српске аутокефалне (самосталне) православне цркве 1219. године, у чему је кључну улогу имао Сава (Растко) Немањић. После смрти Стефана Првовенчаног, 1228. године, на српски престо долази Радослав (1228-1233.) ожењен кћерком епирског владара Јована I Анђела, али је због своје византијске политике збачен са престола, а на његово место постављен његов брат Владислав који се ослања на Бугарску (ожењен бугарском принцемом Белославом, кћерком Јована II Асена). Са продором Монгола у Угарску и Србију, српска властела доводи на власт Уроша I 1243. године (ожењен италијанско-француском племкињом Јеленом Анжујском), који води мирну политику и обезбеђује границе српске државе. Уроша је збацио са престола његов син Драгутин који постаје српски краљ 1276. године (ожењен угарском принцемом Каталином), али он убрзо уступа престо свом брату Милутину (1282-1321.). Убрзо после Драгутинове смрти, Милутин ратује са синовцем Владиславом и заузима Рудник, Мачву и Београд, што резултира погоршањем односа са угарским краљем Карлом Робертом и ратом из 1319. године, када Мачва потпада под угарску управу. Након смрти краља Милутина настају унутрашња превирања у држави око престола, а званични владар постаје Стефан III Дечански (1322), ожењен Маријом Палеолог (унуком византијског цара Андроника II). Српска властела је замерала краљу став према Византији, тако да је убрзо Стефан свргнут са власти, а на престо долази његов син Стефан Душан, који се крунисао за краља 1331. године. Убрзо је почео период великих освајања, а Душан је био један од најуспешнијих српских владара средњег века. Душан се оженио Јеленом, сестром бугарског кнеза Јована Александра, тако да односи између Србије и Бугарске остају пријатељски све до смрти цара Душана. Српски краљ самостално осваја бројне византијске градове, па се 1345. године проглашава за цара, а 1346. године је крунисан за цара Срба и Грка у Скопљу. До краја 1348. године његово царство простирало се од Дунава на северу до Коринтског залива на југу, и од обала Јадранског мора на западу код Дубровника до обала Егејског мора на истоку код Кавале. Душан у сукобу са угарским владарем Лајошем осваја Мачву и Београд 1353. године, а крајем 1355. године у рату између са Угарском и Босном, Душан изненада умире. После смрти Душанове, Србија улази у ново раздобље у коме су локални феудални господари преузели водећу улогу. Краљ Урош V, син цара Душана, није имао снаге да им се супротстави. У први план долази породица Мрњачевића и неколико представника српске властеле: Лазар Хребељановић у јужној Србији, Вук Бранковић на Косову, Балшићи у Зети, Никола Алтомановић на Златибору и Руднику. Године 1371. долази до Маричке битке, на којој су Турци потукли српску војску, што означава и почетак пропаст

Српског царства, погибијом краља Вукашина и деспота Угљеше Мрњавчевића. Убрзо после битке, умире и цар Урош, а његовом смрћу угасила се династија Немањића. Државу су поделили обласни господари: Марко Мрњачевић (Краљевић Марко), браћа Јован и Константин Дејановићи (Драгаши), Ђурађ Балшић, Вук Бранковић, Никола Алтомановић, Лазар Хребелановић и други, који нису признавали за врховног владара, званичног краља Марка Мрњавчевића, пошто је био приморан да постане турски вазал. Средиште српске државе се померило на север, у област кнеза Лазара Хребелановића, који се брзо издигао и наметнуо као наследник Немањића. У свом највећем обиму, област кнеза Лазара се простирала од изворишта Јужне Мораве до Дунава, Саве и Дрине. Кнез Лазар није имао довољно моћи ни времена да уједини српску државу, а Турци су његову област неколико пута нападали 1381. и 1386. године. Ширење Османске државе и чести турски упади упозорили су кнеза Лазара на приближавање одлучујуће битке, која се одиграла на Косову 15. јуна 1389. године (28. јуна по новом календару). Иако је у почетку битке успех имала српска војска, Турци су преокренули ситуацију, тако да су у бици страдали кнез Лазар и бројни племићи, а међу реткима који су избегли смрт био је Вук Бранковић. Смрт султана Мурата и чињеница да су се Турци повукли створили су утисак да су Срби изашли из битке као победници, ипак, последице битке биле су поразне по Србију. После Косовске битке Србија је постала турски вазал и тиме наредних 70 година делимично сачувала независност. Син кнеза Лазара, Стефан Лазаревић добија титулу деспота од византијског цара и од Угара 1402. године Београд на управу, чиме се престоница сели у Београд. У периоду деспотовине долази до опоравка Србије и она се развија војно, политички, економски, а шири се територијално и уздиже се у култури. Након смрти деспота Стефана ствари се погоршавају. Наслеђује га деспот Ђурађ Бранковић, син Вука Бранковића, који користи своје дипломатско умеће, јача везе са Угарском и гради Смедерево као нову престоницу Србије. Међутим, вазални положај Србије није био сигуран, а након смрти деспота Ђурађа 1459. године Србија коначно пада под турску власт (Ђоровић, 2005).

**Турско-Аустријски ратови.** Турци су се, током периода своје непосредне владавине, нарочито окомили на српску аристократију, истребљујући физички друштвену елиту. Пошто је Турска царевина била исламска држава теократског типа, у којој су хришћански Срби били народ другог реда, изложени насиљу, понижавању и експлоатацији, Срби су напуштали развијена и урбанизована рударска, занатска и трговачка средишта и повлачили се у неприступачне пределе. Услед процеса исламизације, велики број Срба је прешао на исламску веру, а неки исламизовани Срби су доспели до највиших друштвених положаја у империји. Временом су потомци ових исламизованих Срба развили посебан национални идентитет и данас су познати као Бошњаци. У периоду од 1459. до 1804. године Србија је била под директном влашћу Османског царства, мада је у неколико краћих интервала, од којих је најдужи био од 1718. до 1739. године, Хабзбуршка монархија држала под својом влашћу већи део централне Србије. Још од 14. века, Срби су се, бежећи од Отоманске претње, селили на простор Панонске низије, који је био под управом Угарске краљевине. У Великом рату (1683 – 1690. године) између Турске и Свете лиге, учествовале су Аустрија, Пољска и Венеција, а ускоро је цео западни Балкан био захваћен устанцима. Када се аустријска војска повукла из Србије, велики број Срба напушта постојбину и под вођством партијарха Арсенија Чарнојевића 1690. године сели се на север. Крајем 17. века, Аустријанци су успели да протерају Турке из већег дела Панонске низије, а границе успостављене 1699. године остављају у саставу Турске Банат и југоиточни Срем. Следећи аустријско-турски рат довео је до тога да Турска изгуби све територије у Подунављу (Банат и део Срема, Смедеревски санџак, северну Босну, Малу Влашку и делове Далмације). На подручју Смедеревског санџака Аустријанци су формирали

покрајину под називом Краљевина Србија (од 1718. до 1739. године). Новим ратом и тзв. Београдским миром (1739. године) Турска је успела да поврати део територија, укључујући све територије јужно од Дунава и Саве. Последњи аустријско-турски рат био је тзв. Дубички рат (1788 – 1791. године), након чега није више било аустријско-турских сукоба све до 20.г века и пропасти обе царевине (Ђоровић, 2005).

После Првог (1804. године) и Другог (1815. године) српског устанка, Србија добија аутономију у оквиру Османског царства. У почетку је аутономна Србија укључивала само подручје дотадашњег Београдског пашалука (Смедеревског санџака), да би 1833. године добила територијално проширење. Србију у потпуности ослобађа од Турске кнез Михаило Обреновић, син кнеза Милоша Обреновића, 1867. године, када је издејствовао повлачење турске војске из гарнизона на територији Кнежевине Србије. Потпуну независност од Турске Србија добија 1878. године, као и ново територијално проширење на простор данашње југоисточне Србије, одлукама Берлинског конгреса. Србија постаје краљевина за време владавине Милана Обреновића 1882. године, а велики удео у успесима српске политике тог времена имао је Никола Пашић, председник Владе Краљевине Србије. Након тога, после Балканских ратова из 1912. и 1913. године и новог територијалног проширења Србије, турска управа престаје на целој територији данашње Србије, чиме се завршава период турске власти у историји Србије (Зиројевић, 2007).

**Савремена историја Србије.** Још током Првог светског рата, 1914. године, Србија као свој ратни циљ одређује „ослобођење и уједињење у једну државу свих јужнословенских народа на Балканском полуострву“, пошто је српска војска 1918. године ослободила од Аустроугарске окупације територију читаве касније Југославије, у Београду је 1. децембра 1918. године проглашена Краљевина Срба, Хрвата и Словенаца („троједног народа“) на челу са српском династијом Карађорђевић. Краљевина СХС је 1929. године преименована и назива се Краљевина Југославија која је постојала до Другог светског рата. По завршетку рата, на Другом заседању АВНОЈ-а 1943. године Краљевина Југославија је проглашена за републику под називом Демократска Федеративна Југославија (ДФЈ), а династији Карађорђевић забрањен је повратак у земљу. Овај назив је убрзо промењен у Федеративна Народна Република Југославија (ФНРЈ), а Србија постаје једна од шест федералних република. Уставом Југославије из 1963. године држава мења назив у Социјалистичка Федеративна Република Југославија (СФРЈ). После распада СФРЈ у братоубилачким ратовима у Босни и Хрватској, Србија остаје у федерацији са Црном Гором и заједно проглашавају Савезну Републику Југославију (СРЈ) 1992. године која као федерација Србије и Црне Горе, постоји до 2003. године, када су републике прогласиле државну заједницу под називом Србија и Црна Гора (СЦГ). Оваква заједница двају држава се показала као нефункционална и престала је да постоји након референдума 2006. године у Црној Гори чиме су грађани изабрали независност те државе. Тиме је и Република Србија постала независна држава, каква је и данас (Ђоровић, 2005).

## СТАНОВНИШТВО

Укупна популација општина Србије уз Дунав је 1.996.060 становника, што чини 26,6% укупне популације Србије. Сваки четврти становник Србије живи у региону Дунава (које обухвата 15,5% територије Србије), што указује на значајну концентрацију становништва на овом подручју. Густина насељености у обалсти Дунава износи 145,8 становника по km<sup>2</sup>, што је изнад просечне насељености Србије (84,9 становника по km<sup>2</sup>).

Основна карактеристика подручја са демографског аспекта је неравномерна дистрибуција становништва, са повећаном концентрацијом популације у региону Београда, Новог Сада, Зрењанина и Панчева. Варијације у насељености су изражене и крећу се у распону од 25 st./km<sup>2</sup> у општини Мајданпек до 11.109 st./km<sup>2</sup> у општини Београд. На основу анализе насеља и становништва утврђене су следеће карактеристике овог подручја: на подручју Подунавља живи сваки четврти становник Србије, густина насељености овог подручја је 145,8 st./km<sup>2</sup>, што је знатно изнад просека за Србију, густина мреже насеља у Подунављу је 2,8 nas./100 km<sup>2</sup>, што је такође изнад државног просека (2,17 nas./100 km<sup>2</sup>) (Драгин, 2008).

Табела 5. Старосна структура становништва на подручју Подунавља у Србији

Старосна структура становништва Подунавља у Србији			
	Млади (0 – 15 година)	Одрасли (16-65)	Стари (више од 65)
<b>Србија</b>	<b>16,34%</b>	<b>67,12%</b>	<b>16,54%</b>
<b>Подунавље</b>	<b>16,00%</b>	<b>66,35%</b>	<b>17,49%</b>
Београд	15,11%	69,22%	15,67%
Апатин	15,01%	67,75%	17,24%
Сомбор	15,19%	67,76%	17,05%
Бач	16,95%	66,14%	16,91%
Бачка Паланка	15,74%	68,38%	15,88%
Нови Сад	15,84%	70,47%	13,69%
Сремски Карловци	17,27%	69,74%	12,99%
Смедерево	17,74%	67,91%	14,35%
Велико Градиште	17,81%	61,31%	20,89%
Голубац	16,62%	60,27%	23,11%
Кладово	14,24%	64,63%	21,13%
Мајданпек	15,24%	68,65%	14,11%
Неготин	15,28%	60,39%	24,33%

Извор: Статистички годишњак – Становништво, Републички завод за статистику Србије, 2011.

Старосна структура становништва на подручју Подунавља у Србији (Табела 5) указује на знатну заступљеност одраслог (66,35%) и старог становништва (17,49%) у односу на републички просек, и незнатно мањи проценат младог становништва из групе до 15 година старости (16,00%). Знатно виша заступљеност становништва из категорије старих преко 65 година у односу на републички просек условљена је високим процентима ове групе становника у општинама које бележе негативне демографске трендове – негативни наталитет и масовне миграције становништва, а такви трендови су најприметнији у Источној Србији, тј. општинама Неготин, Кладово, Голубац и Велико Градиште.

Негативни демографски раст је широко распрострањен и утиче не само на економски мање развијена рубна подручја, већ и на Војводину. Само два округа Јужнобачки и Сремски показују раст од око 10% током периода 1991 – 2002. године, док Борски и Браничевски округ у истом периоду бележе негативан тренд раста (-10%). Исељавање у иностранство је посебно изражено у североисточном и источном делу Подунавља. Становништво овог подручја карактерише разнолика национална и верска структура, са највећим учешћем становништва српске националности и православне вероисповести. Поред већинског српског становништва, на овом подручју живе и мађари, бошњаци, роми, хрвати, црногорци, словаци, албанци, буњевци, власи, румуни и бугари, што умногоме доприноси мултиетничком колориту овог подручја (Статистички годишњак, 2011).



Табела 6. Национална структура становништва Подунавља у Србији

Етничка структура становништва на простору Подунавља						
Националност	Срби	Мађари	Бошњаци	Роми	Хрвати	Црногорци
<b>Р. Србија</b>	<b>82,85%</b>	<b>3,91%</b>	<b>1,81%</b>	<b>1,44%</b>	<b>0,94%</b>	<b>0,92%</b>
<b>АП Војводина</b>	<b>65,05%</b>	<b>14,28%</b>	<b>0,02%</b>	<b>1,43%</b>	<b>2,78%</b>	<b>1,75%</b>
<b>Подунавље</b>	<b>85,66%</b>	<b>2,36%</b>	<b>0,07%</b>	<b>1,1%</b>	<b>1,37%</b>	<b>1,64%</b>
Београд	89,91%	0,13%	0,13%	1,21%	0,65%	1,34%
Апатин	41,03%	6,65%	0,03%	1,59%	11,47%	2,79%
Сомбор	61,48%	12,7%	0,02%	0,42%	8,33%	0,95%
Бач	46,69%	6,09%	0,03%	1,95%	8,53%	0,34%
Бачка Паланка	78,59%	2,44%	0,02%	1,37%	1,61%	0,3%
Нови Сад	75,51%	5,24%	0,02%	0,58%	-	1,68%
Ср. Карловци	75,39%	2,43%	0,01%	0,11%	-	1,01%
Смедерево	94,91%	0,13%	0,01%	1,64%	-	0,48%
Велико Градиште	94,58%	0,06%	-	0,91%	-	0,21%
Голубац	87,05%	0,06%	0,01%	0,41%	-	0,15%
Кладово	89,48%	0,05%	0,01%	0,91%	-	2,42%
Мајдампек	81,59%	0,02%	0,02%	0,28%	-	0,71%
Неготин	88,13%	0,03%	0,01%	0,61%	-	0,21%
	<b>Албанци</b>	<b>Словаци</b>	<b>Власи</b>	<b>Румуни</b>	<b>Буњевци</b>	<b>Остали</b>
<b>Р. Србија</b>	<b>0,82%</b>	<b>0,78%</b>	<b>0,53%</b>	<b>0,46%</b>	<b>0,26%</b>	<b>4,81%</b>
<b>АП Војводина</b>	<b>0,08%</b>	<b>2,79%</b>	<b>0,01%</b>	<b>1,49%</b>	<b>0,97%</b>	<b>9,35%</b>
<b>Подунавље</b>	<b>0,09%</b>	<b>0,8%</b>	<b>0,33%</b>	<b>0,19%</b>	<b>0,25%</b>	<b>5,88%</b>
Београд	0,5%	0,14%	-	0,08%	0,01%	5,87%
Апатин	0,1%	0,12%	-	3,62%	8,55%	15,43%
Сомбор	0,04%	0,12%	-	0,26%	2,8%	10,03%
Бач	0,13%	19,75%	-	3,5%	0,06%	12,79%
Бачка Паланка	0,09%	9,57%	-	-	0,02%	5,30%
Нови Сад	0,04%	2,41%	-	0,28%	0,07%	13,95%
Ср. Карловци	0,03%	0,3%	0,01%	0,06%	0,02%	20,60%
Смедерево	-	0,01%	1,71%	0,06%	-	1,04%
Велико Градиште	-	0,01%	0,87%	0,56%	-	2,80%
Голубац	-	-	0,24%	0,65%	-	11,43%
Кладово	0,03%	0,02%	1,18%	-	-	5,90%
Мајдампек	0,07%	0,04%	0,69%	0,01%	-	16,57%
Неготин	0,01%	0,02%	-	0,01%	-	10,97%

Извор: Статистички годишњак – Становништво, Републички завод за статистику Србије, 2011.

Регион Београда и Војводина имају релативно нижи број сиромашних у поређењу са својим уделом у укупном броју становника, док је тај број већи у западном и посебно у источном делу Подунавља у Србији. Структура и низак образовни ниво становништва, нефлексибилност старијих особа да се адаптирају променама које са собом носи развој туризма, непознавање страних језика, недовољно стручног кадра и слични проблеми имају негативан утицај на развој туризма у овим областима. Из тог разлога највећи развојни потенцијал имају подручје Београда и Новог Сада, који у последњих неколико година бележе знатан раст у броју туристичких посета, и знатно спорији раст у развоју туризма на подручју општина југоисточно од Београда.

## НАСЕЉА

Укупна површина општина Србије на подручју Подунавља је 13.693 km<sup>2</sup> или 15,5% територије државе. На подручју Подунавља у Србији налази се 381 насеља различитог карактера, док је густина мреже насеља такође веома неуједначена. Са административног аспекта, Дунав протиче кроз подручје следећих општина: Сомбор, Апатин, Оџаци, Бач, Бачка Паланка, Беоцин, Нови Сад, Сремски Карловци, Инђија, Тител, Београд, Панчево, Ковин, Смедерево, Пожаревац, Велико Градиште, Голубац, Мајданпек, Кладово и Неготин (Драгин, 2008).

*Сомбор* је градско насеље и административни центар Западнобачког округа. Општина Сомбор у својим оквирима обухвата 22 насеља у којима према попису из 2002. године живи 51.471 становника. Овај крај је посебно специфичан и по 16 салашких насеља који се налазе у околини.

*Апатин* је градско насеље панонског типа, у истоименој општини у Западнобачком округу, на левој обали Дунава. Апатин чини границу са Хрватском, између општина Сомбор и Оџаци. Канал Дунав-Тиса-Дунав прелази преко територије општине и приближава се Апатину на три километра. Општину Апатин чини пет насеља у којима према попису из 2002. године живи 19.320 становника.

*Оџаци* – град и средиште истоимене општине у Западнобачком округу, на западу Војводине. Општина се простире на западном делу Бачке уз леву обалу Дунава, а чини је девет насељених места. Према попису из 2002. године град има 9.940 становника.

*Бач* је општина у АП Војводини у Јужнобачком округу. Налази се између општина Бачка Паланка и Оџаци, док се са друге стране Дунава налази Вуковар у Хрватској. Општина Бач се састоји од шест насеља, а у њему живи око 16.200 становника.

*Бачка Паланка* је градско насеље у истоименој општини у Јужнобачком округу. Бачка Паланка се налази на обали Дунава на самој граници са Хрватском. Ова општина захвата пространу површину југозападне Бачке са дванаест насеља и у њој живи 60.966 становника. Поред тога, њој припадају и два мања насеља у Срему, пошто Дунав пресеца општинску територију.

*Нови Сад* (мађ. *Újvidék*; лат. *Neoplanta*) је највећи град и седиште органа Аутономне Покрајине Војводине и административни центар Јужнобачког округа. Нови Сад је после Београда, највећи град по броју становника у Србији са око 299.294 становника. Град се налази на граници Бачке и Срема, на обали Дунава и Малог бачког канала, а гледа у северне обронке Фрушке горе. Са 15 приградских насеља, подручје града Новог Сада обухвата површину од 702,7 km<sup>2</sup>.

*Сремски Карловци* су градско насеље у истоименој општини у Јужнобачком округу, припада историјској области Срем. Сремски Карловци се налазе на десној обали Дунава, на 6 km од Новог Сада и 4 km од Петроварадина. То је једино насеље у општини Сремски Карловци са око 8.839 становника (попис из 2002. године).

*Земун* је градско насеље у општини Земун, односно једна од 17 општина које улазе у оквире града Београда. Земун се налази на ушћу Саве у Дунав, у југоисточном делу Срема, испод сремске заравни на десној обали Дунава. Територијално, историјски, политички, културно, економски и саобраћајно везан је за Београд. Општину чини четири насеља, са око 152.950 становника.

*Београд* је главни и највећи град Србије. Град лежи на ушћу Саве у Дунав, у централном делу Србије где се Панонска низија спаја са Балканским полуострвом. Подручје града је састављено из 17 општина, од којих се већина налази јужно од Дунава

и Саве, у Шумадијском региону. Три општине – Земун, Нови Београд и Сурчин се налазе у Срему, док се општина Палилула налази на обе стране Дунава. На подручју града живи према подацима из 2009. године око 1.213.000 становника.

*Панчево* је град у Банату, на реци Тамиш, на месту његовог уливања у Дунав. Територијално гледано, Панчево је седиште истоимене општине као и јужнобанатског округа. Општину Панчево чини девет насеља са око 130280 становника.

*Смедерево* је град и административни центар Подунавског округа. Налази се на обалама Дунава у североисточном делу Србије. Према попису из 2002. године на подручју града Смедерева живело је 62.805 становника. Општину Смедерево чине град Смедерево и још 7 приградских насеља.

*Ковин* је град и седиште истоимене општине у јужном Банату. Налази се на 3 km од Дунава, а рукавац Дунава, Дунавац, долази до ивица града и на њему је изграђено пристаниште. После Панчева, Ковин је значајнији град у банатском Подунављу. Чини га десет насеља у којима живи око 36.800 становника (попис из 2002. године).

*Велико Градиште* је седиште истоимене општине у Браничевском округу. Налази се у североисточном делу Србије, на обали Дунава на уласку у Ћердапску клисуру, а у његовој близини се налази Сребрно језеро. Општина се састоји од 26 насеља у којима живи око 20.659 становника према попису 2002. године, мада се број становника константно смањује и присутна је масовна емиграција у иностранство.

*Голубац* је градско насеље у истоименој општини. Налази се у централном делу Србије и припада Браничевском округу. Општина Голубац се састоји од 24 насеља, а према подацима из 2002. године у општини је живело 9.913 становника. Град Голубац је смештен на обали Дунава, а недалеко од њега налази се истоимено утврђење.

*Доњи Милановац* је градско насеље у општини Мајданпек у Борском округу. Ово место на самој обали Дунава, непосредно у близини археолошког налазишта Лепенски вир, а уједно је и центар НП Ћердап. До 1965. године је седиште Општине Доњи Милановац, а после укидања општине је у саставу општине Мајданпек. Према подацима из 2002. године на подручју ове општине је живело 3.132 становника.

*Кладово* је општина у источној Србији, у Борском округу, у тзв. Тимочкој Крајини. Средиште општине је град Кладово. Општина се граничи са општинама Неготин, Мајданпек, те са Дунавом на граници са Румунијом. Општину чини 23 насеља у којима живи 23.622 становника по попису из 2002. године (Енциклопедија Српског народа, 2008).

Разлика у развијености између урбаних и руралних подручја је у сталном порасту и нивоу сиромаштва је највећи у руралним областима. Ови фактори негативно утичу на развој туризма. Један од основних разлога је висок животни стандард у Београду и Војводини, и знатно нижи стандард у мањим општинама.

## **ПРИВРЕДА**

Регион Дунава се сматра економски најразвијенијим подручјем Европе, а то је случај и са делом Србије који се ослања на Дунав. Према размештају привредних активности, подручје Подунавља се може поделити на два дела: северни војвођански претежно пољопривредни део и јужни, где се развија индустрија, производно предузетништво и трговина. Према подацима Републичког завода за статистику удео пољопривреде је око 20% у формирању друштвеног дохотка (Енциклопедија Српског народа, 2008). У бројним насељима, посебно у Војводини су присутна пољопривредна газдинства, која уз одличан квалитет земљишта, увођење тржишних односа и близина великог тржишта ствара добре предуслове за развој пољопривреде (Статистички

годишњак, 2011). Регион Подунавља поседује најзначајније пољопривредне ресурсе у Србији, а знатан број општина у његовом саставу у великој мери зависи од пољопривреде као главног извора дохотка. Риболов такође представља важну привредну грану за локално становништво Подунавља, а добре предиспозиције за даљи развој ове гране даје богат рибљи фонд Дунава.

Индустрија и остале делатности (трговина на велико, сервиси) лоцирани у радним зонама у оквиру већих насеља, тако да остварују боље економске ефекте од осталог дела привреде, али су екстензивни по коришћењу земљишта, потрошњи енергије, запошљавању и коришћењу природних ресурса. У структури дохотка индустријске производње Србије (2007.), учешће вађења руда је 7,5%, прерађивачке индустрије је 76,6%, а производње и снабдевања електричном индустријом, гасом и водом износи 15,8%. Затварање индустријских објеката, током 90-их година погодило је бројне општине у Подунављу, а посебно округе Браничево и Бор, услед чега је број запослених у индустрији драстично смањен у односу на ранији период. Највећи број индустрија које су преживеле реструктурирање су индустрије из зрелих и конкурентних сектора лаке индустрије и обухватају прераду хране, пиваре, индустрију текстила, пластике, амбалаже, металургију и индустрију грађевинских материјала. Производно и услужно предузетништво су лоцирани у насељима, прилично су флексибилни, са малим просторним захтевима, али углавном технолошки застарели и економски неефикасни у највећем броју насеља, са изузетком Београда и Новог Сада. Занатство је најзаступљеније на подручју мањих општина, претежно у Источној Србији, док је трговина прилично развијена, а најзаступљенија је трговина прехранбеним производима и одевним предметима (Дунав Србија – развој капије ка Европи, студија, [www.evropa.gov.rs](http://www.evropa.gov.rs)).

Туризам као важан сегмент привреде који пружа могућност за развој целе друштвене заједнице. Учесће туристичко-угоститељске привреде у друштвеном производу Србије износи око 2%, а у укупном извозу роба и услуга око 9% (подаци из 2007. године), што је у несразмери са њеним туристичким потенцијалом. Туристичко-угоститељску привреду Србије чини 1.938 предузећа, од којих 1.273 хотелско-угоститељских предузећа (65,7%) и 665 туристичка (34,3%), са око 88.000 лежачева и укупно 25.870 запослених (Енциклопедија Српског народа, 2008). Што се тиче угоститељства и туризма као привредне гране, на Дунаву у Србији он се налази у фази развоја, а позитивни економски ефекти туризма на овом подручју су посебно видљиви у последњих пар година. Поједини атрактивни ресурси на Дунаву се опремају и у већој мери експлоатишу, као нпр. НП Ђердап, Сребрно језеро и слично. Очекује се да подручје Подунавља у Србији, постане и приоритетно подручје за развој туризма будућности.

Ванпривредне делатности попут културе, образовања, науке и информација је развијена у свим општинама на подручју Подунавља у Србији, док је степен развијености ванпривредних делатности ипак највећи у већим градовима, попут Београда и Новог Сада у којима се налазе седишта Универзитета, као и највећи број образовних и културних институција. У области здравствене и социјалне заштите, такође су у знатној предности седишта покрајина и региона, као и већа насеља. У случају Подунавља у Србији, мања места гравитирају ка градовима у погледу коришћења услуга ванпривредних делатности (Статистички годишњак, 2011). Од степена развијености овог сектора зависиће и степен развијености туризма на неком подручју. Основни предуслов развоја појединих облика туризма је директно зависан управо од заступљености културних капацитета и образовних установа – културни туризам, као и здравствених институција – бањски туризам.

## АНТРОПОГЕНИ ТУРИСТИЧКИ РЕСУРСИ НА ПРОСТОРУ ПОДУНАВЉА

Генерално на свим туристичким дестинацијама, антропогени ресурси помогли су валоризацију мање престижних туристичких области и покренули њихове специјалне, регионалне садржаје, чиме су учинили туристички производ комплекснијим. Термин културна добра односи се пре свега на културну и историјску баштину. Према својим карактеристикама и опсегу, културна добра могу се класификовати као непокретна, покретна и неопипљива културна добра. Класификација непокретних туристичких ресурса као атракција може се поделити на: споменичке целине, археолошке локалитете, меморијалне области или грађевине, индивидуални сакрални објекти, индивидуални профани (световни) објекти и пејзажна архитектура. Покретна културна добра могу бити део непокретних културних добара и могу бити чувани у институцијама (музејима, галеријама, библиотекама, колекцијама) или у поседу грађана. Према својој структури, антропогени ресурси могу се класификовати као културна добра, етно-друштвени ресурси, уметнички ресурси и ресурси природне средине (пејзажни). Културно наслеђе Републике Србије приказује богатство и разноврсност историјског мултикултурализма овог дела Европе и тиме обогаћује заједничко европско богатство. Упркос озбиљним деструкцијама узрокованим ратовима и природним катастрофама, бројна археолошка и архитектонска културна добра остају сведочанство историјских периода и друштвеног развоја овог дела Европе.

Табела 7. Класификација културних ресурса

КАТЕГОРИЈА	ДЕТАЉНА КЛАСИФИКАЦИЈА
Културно-историјска баштина (1)	1.1 Покретни споменици (ризице, уметничка дела, библиотечка грађа) 1.2 Непокретни споменици (археолошка налазишта, споменичке целине, меморијалне, сакралне и световне грађевине, пејзажна архитектура)
Култура живота и рада (2)	2.1 Фолклор (плес, музика, обичаји, легенде, рукотворине) 2.2 Традиционална архитектура и уређење вртова 2.3 Традиционална кухиња 2.4 Савремена културна продукција
Знамените особе и историјски догађаји (3)	3.1 Особе (уметници, научници, свеци, војсковође) 3.2 Породице (владарске, племићке, угледне) 3.3 Друштва (црквени и витешки редови, удружења, клубови) 3.4 Историјски догађаји (битке и ратови, крунисања и сабори)
Манифестације (4)	4.1 Културне (игре, фестивали, смотре, изложбе, скупови, програми) 4.2 Верске (посете поглавара, ходочашћа, крштења, венчања) 4.3 Привредне (сајмови, вашари, промотивне манифестације)
Културне и верске установе (5)	5.1 Музеји (археолошки, историјски, етнографски, специјализовани) 5.2 Галерије и изложбени простори 5.3 Позоришта (опера, народно, драмско, специјализовано) 5.4 Концертне дворане 5.5 Цркве и манастири
Туристичке руте, путеви и стазе (6)	6.1 Пешачке руте (образовне стазе, тематске руте) 6.2 Руте за моторна возила (панорамске, културне и историјске)

Извор: Кушен, 2002.

Подунавље је такоређи увек било насељавано, и на овом простору су се сучељавали разни народи и културе, па постоје бројни археолошки локалитети и остаци из разних историјских периода (неолит, Римско царство, средњи век – византијски, српски, турски). Сакрална архитектура је богата и изузетно важна (хришћанске цркве, манастири, џамије, синагоге, итд). Посебно важно и високо вредно је сакрално наслеђе из средњевековног периода, а поједине српских православних манастира (Сопоћани, Студеница, Грачаница и Дечани) сврстани су на Листу светске културне баштине. Бројни су примери традиционалне архитектуре различитих типова у различитим регионима који су очувани. Њихова рехабилитација је један од кључних задатака презервације културних идентитета региона, као и искоришћавање њиховог потенцијала кроз развој културног туризма као фактора одрживог развоја. Иако још увек није опште признато, индустријско наслеђе Србије може играти значајну улогу у будућим пројектима рехабилитације (Regional Programme for cultural and natural heritage in South-Eastern Europe – Serbia, 2008).

Табела 8. Инвентаризација културних ресурса на подручју Подунавља у Србији<sup>1</sup>

Археолошка налазишта	
Изузетни значај	Велики значај
Лепенски вир (неолитско насеље) Винча (село Винча, неолитско насеље) Старчево (код Панчева, неолитско насеље) <b>Виминацијум (Пожаревац, римски логор, 1. век)</b> <b>Диана (Караташ, римска утврда, 1. век)</b> <b>Понтес (Кладово, римски мост и каструм, 2. век)</b> Чибска шума (Челарево, некрополе из 8. века)	Калкача (Бешка, 8. век п. н. е) <b>Акуминкум – Градина (Стари Сланкамен, 1-3. век)</b> <b>Антички Тауринум (Земун, Гардош, 1- 4. век)</b> <b>Ледерата (Рам, римски кастел, 1. век)</b> Кастелум Онагринум (Бегеч, римски кастел, 3. век) Калварија (Тителски брег, вишеслојно налазиште) Турски шанац (Бачка Паланка, келтски опидијум, 1. век н.е) Михаљевачка шума (античко утврђење, 4. век)
Просторне културно-историјске целине	
<b>Утврђење Бач (14. век) – изузетан значај</b> Кнез Михаилова улица (Београд, српска архитектура, 19. век) Топчидер (Београд, резиденције, 18. и 19. век) Дорћол (Београд, оријентална архитектура, 18. век) Рајачке пивнице (Неготин, вински подруми и старо гробље, 19. век) Старо градско језгро (Сремски Карловци, 18. век) <b>Фрушка гора (група манастира из 15. и 16. века):</b> <i>манастир Беочин, Велика Ремета, Мала Ремета, Врдник, Јазак, Гргетег, Крушедол, Ново Хопово, Старо Хопово, Кувездин, Привина глава и Раковац</i>	<b>Петроварадинска тврђава са подграђем (17. и 18. век)</b> Косанчићев венац (Београд, архитектура, 18. век) Старо градско језгро (Панчево, 18. век) Историјско језгро Сомбор-Венац (Сомбор, 18. век) Старо градско језгро (Земун, 18. и 19. век) Дворац Марцибањи (Сремска Каменица, 18. век) Гробља ван употребе (Нови Сад, Успењско, Алмашко, Јеврејско и Католичко гробље, 19. век) Јодна бања (Нови Сад, 1906.) Синагога (Нови Сад, 1906.) Спомен-гробље бораца НОР-а (Нови Сад, 1941-1945.)

<sup>1</sup> Због бројности културних ресурса на овом подручју наведена су само материјална културна добра од изузетног и великог националног значаја. Од наведених културних добара у табели посебно су означене кључне атракције (подебљане), комплементарне атракције (подебљане и искошене) и остале културне атракције.

Споменици културе	
<p><i>Текија, Трајанова табла и римски пут (1. век)</i>  <b>Београдска тврђава (вишеслојно налазиште)</b>  <b>Голубачка тврђава (14. век)</b>  <b>Смедеревска тврђава (15. век)</b>  <b>Стари Сланкамен, Место битке из 1691.</b>  Капела мира (Сремски Карловци, 1699.)  Дворац породице Дунђерски (Челарево, 18. век)  Патријаршијски двор (Сремски Карловци, 19. век)  Капетан Мишино здање (Београд, 19. век)  Конак кнеза Милоша, Топчидер (Београд, 19. век)  Конак кнегиње Љубице (Београд, 19. век)  Зграда илегалних партијских штампарија (Београд)  Зграда Музеја 4. јула (Београд, 1941.)  Сеоска кућа (Нештин, 18. век)</p>	<p><i>Земунска тврђава (9. век)</i>  <b>Стари Сланкамен (утврђење, 11. век)</b>  <b>Ковин (остац тврђаве, 12 -15. век)</b>  <b>Врдник (утврђење, 14. век)</b>  <b>Тврђава Рам (15. век)</b>  <b>Тврђава Фетислам (Кладово, 16. век)</b>  <b>Турски Хамам (Бач, 16. век)</b>  Шеик- Мустафино турбе (Београд, маузолеј, 18. век)  Имање Визић (Бегеч, 18. век, амбијентална целина)  Сеоска кућа (Беочин, 18. век)  Џинџарска кућа (Гроцка, 19. век)  Кућа породице Карамата (Земун, 18. век)  Воденица (Нештин, 19. век)  Светионици на ушћу Тамиша (Панчево, 1909.)</p>
Културне и верске установе	
<p><b>Фрањевачки Самостан (Бач, 12. век)</b>  Манастир Бођани (15. век)  Манастир Војловица (код Панчева, 16. век)  Манастир Беочин (Фрушка гора, 16. век)  Манастир Велика Ремета (Фрушка гора, 16. век)  Манастир Врдник (Фрушка гора, 16. век)  Манастир Јазак (Фрушка гора, 18. век)  Манастир Гргетег (Фрушка гора, 15. век)  Манастир Крушедол (Фрушка гора, 16. век)  Манастир Ново Хопово (Фрушка гора, 16. век)  Манастир Старо Хопово (Фрушка гора, 16. век)  Манастир Кувеждин (Фрушка гора, 16. век)  Манастир Мала Ремета (Фрушка гора, 16. век)  Манастир Привина глава (Фрушка гора, 12. век)  Манастир Раковац (Фрушка гора, 15. век)  Црква Светог Николе (Стари Сланкамен, 16. век)  Успенска и Алмашка црква (Нови Сад, 18. век)  Саборна Црква (Сремски Карловци, 18. век )  Саборна црква (Београд, 19. век)</p>	<p><b>Црква Богородичиног успења (Смедерево, 15. век)</b>  <b>Манастир Тумане (Голубац, 16. век)</b>  Манастир Ковиљ (17. век)  <b>Бајракли Џамија (Београд, 17. век)</b>  Римокатоличка црква и жупни двор (Футог, 18. век)  Црква Светог Кузмана и Дамјана (Футог, 18. век)  Црква Св. Јована Крститеља (Бачка Паланка, 18. век)  Римокатоличка црква Светог Павла (Бач, 18. век)  Римокатоличка црква (Бачки Моноштор, 18. век)  Капела Св. Антуна Пустињака (Бач, 1817.)  <b>Самостан Часних Сестара (Бач, 19. век)</b>  Римокатоличка црква Св. Петра (Инђија, 19. век)  Црква Св. Кузмана и Дамјана (Нештин, 18. век)  Николајевска Црква (Нови Сад, 18. век)  Саборна црква Св. Георггија (Нови Сад, 18. век)  Католичка црква и жупни двор (Сомбор, 18. век)  Црква Св. Георгија (Сомбор, 18. век)  Црква Св. Јована (Сомбор, 18. век)</p>
Знаменита места	
<p><b>Место битке из 1716. (Петроварадин)</b>  <b>Место Карловачког мира 1699. (Сремски Карловци)</b>  <b>Место битке из 1691. (Стари Сланкамен)</b>  Гроб Бранка Радичевића (Стражилово, 1853.)  Кућа Војводе Степе Степановића (Београд, 19. век)</p>	<p>Место Батинске битке (Бездан, 1944.)  Карађорђево парк (Београд, место логора, 1806.)  Споменик „Жртава рације„ (Нови Сад, 1942.)  Споменик палим ратницима (Ковиљ, 1924.)  Споменик Светозару Милетићу (Нови Сад, 20. век)  Кућа Јована Јовановић Змаја (Ср.Каменица, 19. век)  Дом Јована Цвијића (Београд, 20. век)  Доситејев Лицеј (Београд, 18. век)  Кућа Стевана Мокрањца (Неготин, 19. век)</p>

Извор: Споменичко наслеђе Србије, 2008.

Туристи који посећују антропогене туристичке ресурсе обично имају виши образовни и културни ниво и већ створене навике, имају обезбеђена финансијска средства и могу трошити више на туризам. Туристима су посебно интересантни најатрактивнији, престижне атракције које су због својих карактеристика уврштене у светску културну баштину. Ни један од наведених споменика посматраног подручја се тренутно не налази на Листи УНЕСКО-а. Тренутно се Бачка тврђава налази на прелиминарној листи, за Смедеревску тврђаву је поднет захтев, а Петроварадинска тврђава претендује да се кандидује за упис на ову престижну листу у скорој будућности. Сматра се да ће се кандидатуром допринети повећању свести о значају ових културних добара што треба довести до побољшања начина управљања и заштите ових споменика културе, као и довести до повећања интересовања за ове локалитете на туристичком тржишту. Ова очекивања су реална пошто се у пракси показало да су ови циљеви постигнути на готово свим локалитетима који се налазе или су се кандидовали за Листу светске културне баштине у претходном периоду.



## ИНФРАСТРУКТУРНИ И СУПРАСТРУКТУРНИ ЕЛЕМЕНТИ НЕОПХОДНИ ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА НА ДУНАВУ

Стратешки правац у развоју туризма у Србији у периоду 2011 – 2015. године мора бити Коридор 7, басен Дунава, као главни пловни правац који повезује Србију са западном и источном Европом. Да би се развој туризма на Дунаву у будућности адекватно развијао, све туристички атрактивне локације на Дунаву морају добити одговарајућу инфраструктуру, изградњом и ревитализацијом постојеће саобраћајне мреже, увођењем адекватних путничких линија, отварањем конкурса и привлачењем инвеститора за изградњу смештајних капацитета или реновирања старих капацитета.

### САОБРАЋАЈНА ИНФРАСТРУКТУРА

Саобраћајна инфраструктура чини основу развоја туризма на неком подручју. С обзиром на то да туризам представља путовање, уколико не постоји одговарајућа путна мрежа туристички токови се преусмеравају на друге просторе и дестинације. Саобраћајнице и саобраћајна средства представљају основни део туристичке понуде не само квантитетом своје мреже већ и квалитетом. Проблеми у саобраћају преносе се на туризам, односно на укупан квалитет туристичке понуде. Оне чине основу за формирање туристичких токова тако да непосредно уз саобраћајнице долази до формирања туристичких праваца. У развоју туризма на територији Србије саобраћај и саобраћајна средства представљају уско грло развоја. У превозу путника и туриста у Србији, највећи значај данас има друмски саобраћај, затим железнички и речно-каналски саобраћај који се после застоја поступно ставља у функцију туризма тек после 2000. године. Најважнији сегменти путне мреже на територији Србије су:

- Коридор X са својим крацима - Xb (Београд-Будимпешта) и Xc (Ниш-Софија), који је најзначајнији друмски и железнички правац на територији Републике Србије, који повезује Аустрију и Мађарску, Словенију и Хрватску, Републику Србију и Бугарску, Македонију и Грчку и на њему се у Србији налази 792 km путева и 760 km железничких пруга. Рехабилитација и побољшање потребни су на целој дужини Коридора X, који је окосница система (25% мреже и преко 50% транспортних активности).
- Коридор VII (река Дунав), који спаја Централну Европу преко Републике Србије са Црним морем и део је Југоисточне мултимодалне осе, погранична је река и протиче преко територије Републике Србије на дужини од близу 600 km.

Друмски транспорт у Републици Србији представља динамичан и доминантан вид саобраћаја који учествује са око 80% у укупном обиму превезеног терета, односно са око 74% у укупном броју превезених путника. Са укупном дужином путева од око 38.000 km, мрежа путева у Републици Србији је добро развијена, мада је њен квалитет смањен због недостатка инвестиција и недовољног одржавања. На територији Републике Србије се налази 792 km путева Коридора X. Рехабилитација путева започета је 2001. године и процењује се да су за започету реконструкцију мреже потребне додатне инвестиције, док ће за рехабилитацију и одржавање мреже државних и локалних путева у наредних 10 година бити потребно око 6,2 милијарди евра.

Магистралне железничке пруге пролазе кроз све веће градове и укрштају се у зонама Београда и Ниша. Од укупне дужине железничке мреже у Републици Србији (3.809 km), 1.768 km представљају магистралне пруге, а електрифицирано је 1.247 km (32,7%). Недовољно улагање у основно одржавање на железници последица је општег

привредног заостатка у претходном периоду, лоше организације, недостатка средстава, социјалне и кадровске политике. Садашње стање железничке инфраструктуре карактерише потреба да се у пројектовано стање врати и модернизује још око 1.000 km магистралних пруга, тј. око 57% главне мреже пруга, односно 26% комплетне железничке мреже.

Ваздушни транспорт у Републици Србији посматран је у односу на аеродроме, авиокомпаније, Директорат цивилног ваздухопловства Републике Србије и Агенцију за контролу летења. У Републици Србији је регистровано око 80 аеродрома, хелидрома и летишта. За комерцијалне сврхе у Републици Србији се користе четири аеродрома (Београд, Ниш, Вршац и Бор), а аеродром Приштина је тренутно под управом УНМИК-а и НАТО снага. Аеродром „Никола Тесла” у Београду је највећи аеродром у Републици Србији преко њега се одвија око 75% путничког и 90% робног транспорта, а међународни транспорт се одвија на аеродромима у Београду и Нишу. Једина српска авио компанија која послује је *JAT Airways* (Стратегија развоја железничког, друмског, воденог, ваздушног и интермодалног транспорта у Републици Србији од 2008 до 2015. године, „Службени гласник РС”, бр. 55/05 и 101/07).

Потенцијал речног саобраћаја, односно УПП (Унутрашњи пловни путеви - реке и канали) је значајан, али стање инфраструктуре није задовољавајуће. После 1990. године дошло је до великог застоја у одржавању пловних путева и пратеће инфраструктуре. Основни елементи система унутрашњег воденог транспорта на територији Републике Србије су реке Дунав, Сава и Тиса, као и мрежа пловних канала у оквиру Хидросистема Дунав-Тиса-Дунав. Укупна дужина пловних путева у Републици Србији је око 1.680 km, а у погледу годишњег обима транспорта и капацитета најважније луке су Београд, Панчево, Смедерево и Прахово. Највећи број лука повезан је са главним железничким пругама и путевима, што има стратешки и логистички значај. Флота бродова у Србији има око 450 пловних објеката, углавном застарелих. Наутичку инфраструктуру поред пловног пута чине и прихватни објекти на обали и води који служе за прихват, снабдевање, чување, одржавање и поправку пловних објеката који се користе у туристичко-наутичке сврхе. У зависности од величине, намене и разноврсности услуга које пружају, међу прихватним објектима издвајају се сидришта, пристани, привезишта, марине, туристичке луке, наутички центри и зимовници (Штетих, 2007). На Дунаву у Србији су малобројни одговарајући објекти за прихват пловила, што је лимитирајући фактор за развој речног саобраћаја, односно, наутичког туризма. Ради ефективнијег развоја туризма на Дунаву, а пре свега наутичког туризма, у наредном периоду потребно је прилагодити лучке пристане у градовима као што су Нови Сад, Београд, Смедерево, Велико Градиште и Кладово захтевима туроператера чији бродови крстаре Дунавом, обезбедити потребне услове и инфраструктуру за пријем и смештај туриста са бродова и организовање обиласка атрактивних локација. На Дунаву готово да не постоје специјализовани пристани и танкови са горивом који су неопходни бродовима који плове кроз Србију, због чега је неопходно хитно подићи ове капацитете. Уређење обале Дунава у градовима на његовом току мора постати приоритет свих локалних самоуправа, што ће створити предуслов за развој локалних туристичких капацитета. С обзиром да су неопходна значајна улагања у план оживљавања саобраћајне инфраструктуре Републике Србије, с обзиром на тренутно стање њене саобраћајне мреже, као и активирање Коридора 7, главни извори финансирања ће бити европски фондови, домаћи и страни инвеститори и инвестиције на основу уштеда у буџету Републике Србије. Из тог разлога је неопходно креирати јасан план изградње инфраструктуре дуж тока Дунава, као највеће пловне магистрале у Србији и Европи и најзначајнијег туристичког ресурса у Србији.

## УГОСТИТЕЉСКИ КАПАЦИТЕТИ

Смештајни капацитети (хотелијерство) и угоститељство (ресторатерство) представљају једну од најнеопходнијих елемената и основу туристичких кретања, тако да се морају узети у обзир при одређивању степена развијености туризма на неком подручју. Капацитети за смештај у угоститељству деле се на основне и комплементарне. Првој групи припадају хотели, пансион, мотели, туристичка насеља, преноћишта и гостионице, и најзаступљенији су вид смештајних објеката у Србији. Комплементарним капацитетима припадају објекти за смештај у бањским леčiliштима, планинарски домови и куће, одмаралишта, кампови, приватне собе, бродске кабине. Изградња хотелијерских и ресторатерских капацитета, није подређена искључиво потребама туризма, и они се иначе, у великој мери користе за потребе локалног становништва.

Табела 9. Капацитет и промет у угоститељству Србије, 2005 – 2009. године

Година	Број лежачева	Промет, у милионима РСД			
		Укупно	Смештај	Храна и пиће	Остале услуге
2005.	86.731	37.641	7.482	28.734	1.425
2006.	88.598	42.433	9.085	31.653	1.695
2007.	112.708	48.271	10.532	35.923	1.816
2008.	116.182	53.384	12.365	38.941	2.078
2009.	112.815	52.584	12.197	38.317	2.070

Извор: Статистички календар 2011, Републички завод за статистику Р. Србије

На територији Србије, највећи део улагања је био усмерен на изградњу капацитета у бањским местима и у седиштима република и покрајина, затим их у наредном периоду замењују планинска места пошто се проглашавају приоритетним туристичким регијама. Према доступним подацима о смештајним капацитетима у Србији, може се уочити тенденција благог опадања броја смештајних јединица у периоду од 2001. до 2005. године, а затим следи раст у броју објеката и нагло повећање у броју лежачева.

Смештајни капацитети су заступљени у основним и комплементарним врстама, са доминацијом објеката основне врсте и највећем уделу броја објеката у хотелском и мотелском смештају. Највећи број смештајних објеката на подручју Србије спада у ранг средње и ниске категорије са две и три звездице. Категорисан је највећи број хотела и мотела у Србији, док велики број комплементарних објеката још увек није стандардизован и категорисан.

У периоду 2005 - 2009. године, на основу података из Табеле 9, може се уочити даља тенденција раста угоститељских капацитета у Србији, као и промета услуга у овом сектору. Овакав позитиван тренд може се приписати значајном учешћу приватног капитала и страних инвестиција у овом сектору. За разлику од смештајних, број јединица ресторатерских капацитета показује раст израженије континуираности, а највећи раст је запажен у броју барова и кафана, а на другом месту су класични ресторани.

На основу Табеле 9, приметан је раст у капацитетима смештајних објеката и промету у угоститељству од 2005. године, при чему је највећи степен конзумације

остварен у сектору храна и напаци. За развој туризма на Дунаву, и посебно, културне руте „Тврђаве на Дунаву” значајан је смештајни капацитет у насељима дуж Дунава у Србији.

Због значаја угоститељских капацитета на овом простору, у Табели 10 дат је приказ по местима и врстама смештајних објеката на подручју Дунава у Србији. На основу ове Табеле може се уочити највећа концентрација угоститељских капацитета на простору Београда и Новог Сада, затим следе Кладово, Доњи Милановац и Велико Градиште. Неравномерна дистрибуција капацитета резултат је досадашњих трендова развоја туризма. Иако постојећи капацитети у погледу квантитета за сада задовољавају туристичке потребе, потребно је значајно побољшање квалитета и увођење европских стандарда у угоститељству у Србији.

Табела 10. Смештајни капацитети дуж Дунава у Србији, по местима 2009.

Смештајни капацитети дуж Дунава у Србији											
Врста смештаја	Хотел		Мотел		Пансион		Хостел		Приватне собе		Укупно
Место	Објеката	Лежаја	Објеката	Лежаја	Објеката	Лежаја	Објеката	Лежаја	Објеката	Лежаја	Бр. лежаја
Сомбор	2	147	3	133	6	84	1	180	11	35	579
Апатин	1	270			8	82			2	8	377
Озаци					3	48			3	25	73
Бач	2	52			4	50					102
Бачка Паланка	2	79	1	20	2	33					132
Беоцин					3	45					45
Нови Сад	18	1745	4	133	7	142	3	311	6	230	2561
Ср.Карловци	3	278							2	49	327
Инђија	3	125			4	127			3	105	357
Стара Пазова	1	62	1	16					1	5	83
Земун	4	145			2	59			1	6	210
Београд	40	6116	1	40	3	40	36	3022	13	609	9827
Панчево	1	180	1	35							215
Ковин	1	45			1	30			5	34	109
Бела Црква	2	180			3	38			3	80	298
Смедерево	1	40	2	81	1	30			8	62	213
Пожаревац	3	285	2	52	3	73					410
В. Градиште	1	240			5	146			18	187	537
Голубац	1	120	1	30					3	34	184
Д. Милановац	1	520							20	75	595
Мајдампек	1	70							7	26	96
Кладово	3	398							1	400	798
Неготин	1	35			4	77					112
<b>Укупно</b>	<b>92</b>	<b>11132</b>	<b>16</b>	<b>540</b>	<b>59</b>	<b>1104</b>	<b>40</b>	<b>3513</b>	<b>107</b>	<b>1970</b>	<b>18240</b>

Извор: Брошура „Discover Serbia – practical information 2009”, [www.danube-info.org](http://www.danube-info.org)

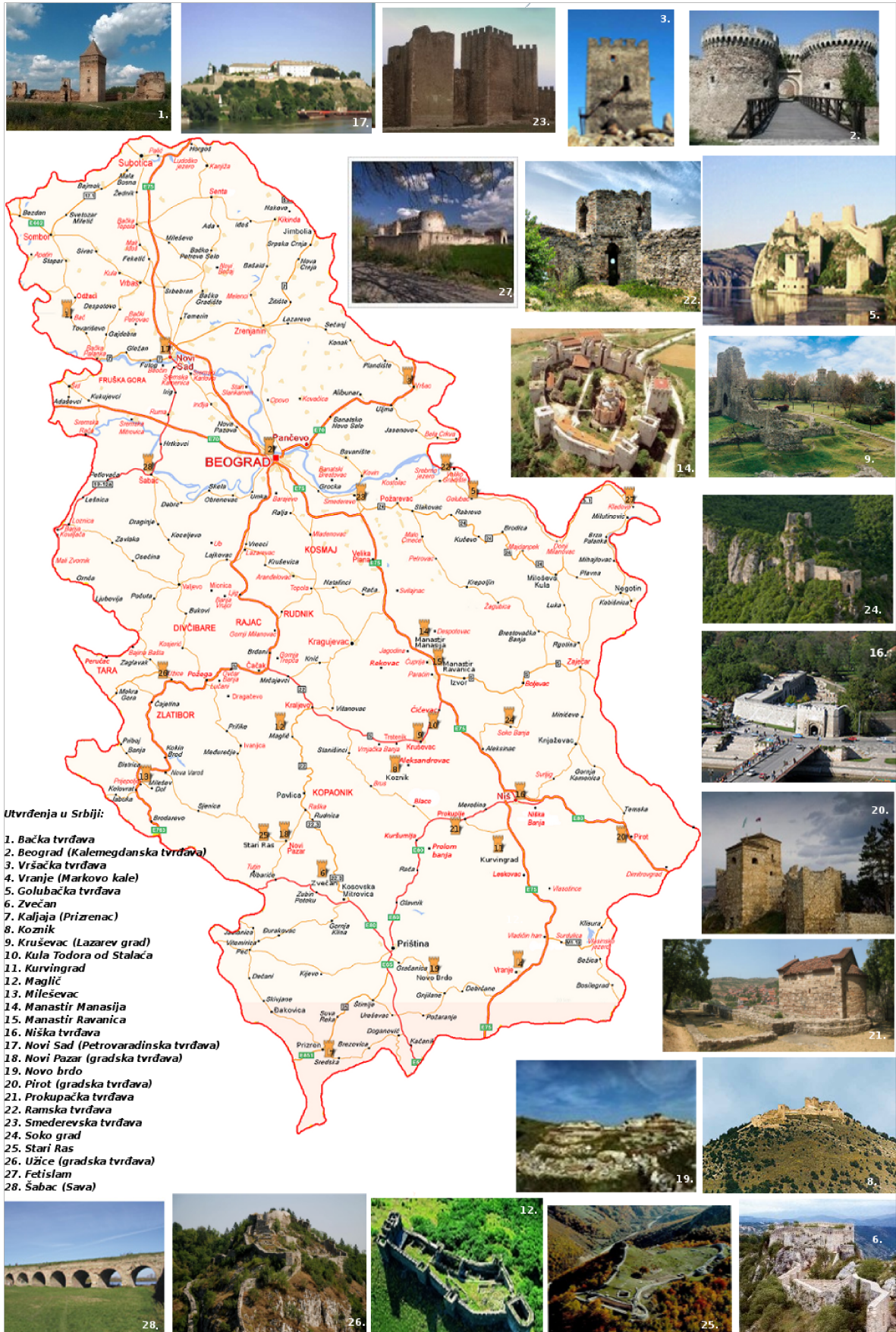
По разноврсности типова смештајних капацитета као и по квалитету објеката и услуга се посебно издвајају Београд и Нови Сад, док за њима знатно заостају остала

градска насеља. У мањим местима углавном постоји један или два смештајна објекта хотелског типа и већи број смештајних објеката типа пансиона или приватног смештаја. У појединим општинама које се последњих година туристички активирају, као што су Сомбор, Велико Градиште (Сребрно језеро) и Доњи Милановац дошло је до наглог повећања пружања смештајних услуга у приватним домаћинствима, које се за потребе туризма адаптирају, региструју и категоришу, чиме се подиже квалитет туристичких услуга на дестинацији. Цене смештаја су разнолике, па се у хотелским капацитетима ноћење креће од 2.500 до 10.000 динара по особи, а у приватном смештају – вилама, пансионима и домаћинствима цене се крећу од 500 до 2.000 динара по особи.

## ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ У СРБИЈИ

Већ у античким градовима, политичким центрима и војним утврђењима вршила се изградња заштитних зидина, палисада, кула, капија и ровова. Ипак, у средњовековном периоду, дворци, утврђени манастири и утврђена насеља почињу да обликују изглед градова и природних пејзажа. Почевши са кружним дрвеним утврдама који се развијају током викиншких и словенских времена од којих није преостало пуно сведочанстава, преко импозантних римских лимеса и средњовековних утврђења од камена, чији су остаци видљиви широм Европе, до бројних зидинама и рововима обавијених градова који и данас рефлектују порекло и консолидацију европских градова, ратове и освајања, али и свакодневни живот великог дела цивилног становништва. Са растом артиљерије, развој тврђава као архитектонски неопходних објеката, постаје све сложенији и захтевнији, те се граде системи бастиона, казамата, цитадела, зидина и спољних објеката у компликовану мрежу софистицираних војних одбрамбених линија. Од ренесансе и барока, инжињерство и војна архитектура је једна од главних области већине познатих архитеката, па настаје „уметност војне архитектуре”, која чак и данас, представља сведочанство дугог утицаја оваквог приступа на општи развој архитектуре. Са развојем модерне војне технологије, тврђаве су изгубиле своју стратешку улогу у 20. веку.

Широм Србије постоји велики број остатака утврђења и двораца из различитих историјских периода од Келта и Римљана, преко Византије, до српског средњег века и периода Турске и Аустро-угарске доминације овим простором. Углавном су ова утврђења позиционирана дуж великих река, важних саобраћајница, у оквирима или наомак већих насеља. У идеално замишљеној слици српских земаља у средњем веку посебно су се истицале тврђаве крупних размера и масовних камених зидина, које су постављане на местима која су стратешки пажљиво бирања, а највећи број ових тврђава је грађен на остацима утврђења из ранијих периода. Тврђаве у Србији, су подизане на доминантним бреговима, на улазима у клисуре, на деловима плодних равница или уз важније водене токове, што је случај са готово свим утврђењима у Европи. Камени бедеми уоквиравали су градска насеља, палате владара и племства, велике манастире или су били намењени заштити насеља и рудника (Станојловић, 2009). Овакви локалитети остављају импресиван визуелни ефекат, имају богату историју и могућност причања бројних легенди и прича, а представљају и места одржавања значајних културних манифестација. Ипак, ови локалитети у Србији су у прилично лошем стању, деценијама запуштени и занемаривани од стране државе, локалног становништва и туристичке индустрије. Тек недавно су се појавиле поједине иницијативе за ревитализацију тврђава у Србији и њихово искоришћавање у туристичке сврхе. Ипак, за реализацију оваквих пројеката неопходни су бројни планови рестаурације, изградње туристичке инфра и супраструктуре, увођење интерпретативних програма и адекватан маркетинг како би се ови локалитети на инвентиван и пре свега одржив начин искористили за формирање туристичког производа базираног на културној баштини. Иако постоји мноштво остатака утврђења, она су пре свега сврстана у групу археолошких налазишта, те је за развијање туристичког производа базираног на тврђавама могуће искористити потенцијале само неколицине најимпресивнијих и најочуванијих споменика овог типа (Станојловић, 2009).



- Utvrđenja u Srbiji:**
1. Bačka tvrđava
  2. Beograd (Kalemegdanska tvrđava)
  3. Vršачка tvrđava
  4. Vranje (Markovo kale)
  5. Golubačka tvrđava
  6. Zvečan
  7. Kaljaja (Prizrenac)
  8. Koznik
  9. Kruševac (Lazarev grad)
  10. Kula Todora od Stalca
  11. Kurvingrad
  12. Maglic
  13. Mileševac
  14. Manastir Manasija
  15. Manastir Ravanica
  16. Niška tvrđava
  17. Novi Sad (Petrovaradinska tvrđava)
  18. Novi Pazar (gradska tvrđava)
  19. Novo brdo
  20. Piroć (gradska tvrđava)
  21. Prokupačka tvrđava
  22. Ramska tvrđava
  23. Smederevska tvrđava
  24. Soko grad
  25. Stari Ras
  26. Užice (gradska tvrđava)
  27. Fetislam
  28. Šabac (Sava)

Слика 2. Тврђаве у Србији

Извор: [www.hoekmann.de/karten/europa/serbien](http://www.hoekmann.de/karten/europa/serbien), [www.panoramio.com](http://www.panoramio.com), адаптација А. Терзић

Од 29 боље очуваних тврђава у Србији, шест њих се директно ослањају на обалу Дунава, док се једна налази у његовој непосредној близини (тврђава Бач) и припада Дунавским тврђавама. Посетиоци који Дунавом обилазе Србију, улазећи са севера прво наилазе на Бачку, Петроварадинску, затим на Београдску, Смедеревску, Рамску и Голубачку тврђаву, док се на граници са Румунијом налази тврђава Фетислам (Кладово). Ради адекватнијег упознавања значаја ових тврђава у културном и историјском смислу, дат је преглед историјских чињеница, урађена је инвентаризација ресурса и анализа потенцијала наведених тврђава и подручја Дунава у Србији.



Карта 3. Република Србија, тврђаве на Дунаву у Србији


Извор: [www.franadria.si/adriatik-regija](http://www.franadria.si/adriatik-regija), адаптација А. Терзић



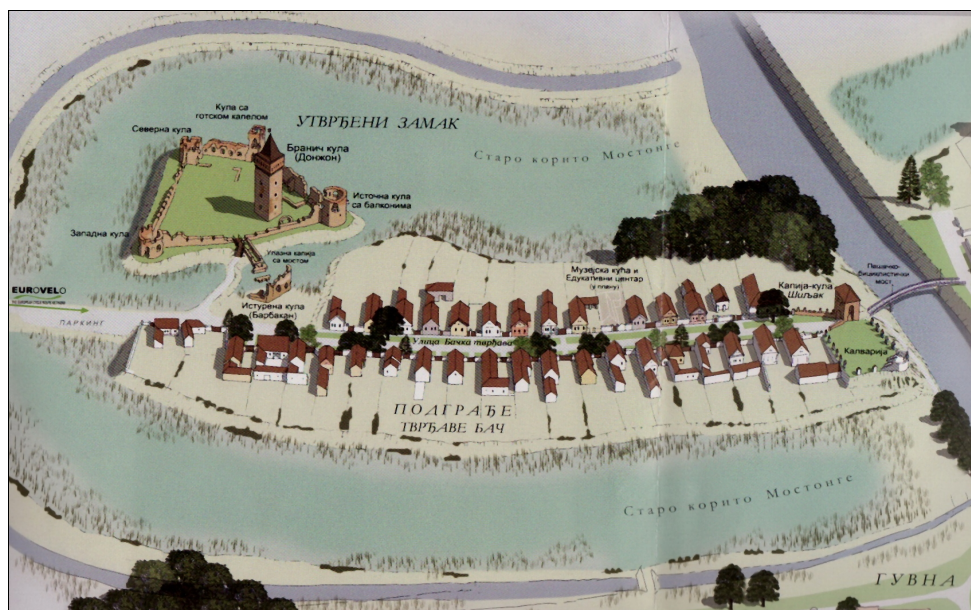
## ТВРЂАВА БАЧ

Средњовековно утврђење, најбоље очувано на подручју Војводине, подигнуто је на некадашњем острву између реке Мостонге и једног од њених рукаваца, у месту Бач. Бач, по коме је читава плодна равница између Дунава и Тисе добила име Бачка, налази се на западу Војводине, у Бачкој, на левој обали Дунава, где се граничи са Хрватском. Иако тврђава Бач није директно позиционирана на Дунаву, она се сматра Дунавским утврђењем, пошто се налази у његовом сливу и непосредној близини (Ковјанић, 2003). Први трагови о Бачу потичу из периода цара Јустинијана I, када цар помиње Бач у свом писму из 535. године. Бач је 873. године био Аварско утврђење, а за време владавине Арпадовића, Бач је био краљевски град и средиште бискупије. Године 1241. Бач су разорили Монголи. Тврђава Бач након тога представља војно утврђење некада моћних угарских владара. Настанак замка датиран је у раздобље 1338 – 1342. године, у време угарског краља Карла Роберта, али свој коначни облик добија тек у 15. веку. Тврђава спада у тзв. водене градове, јер је са свих страна била опасана реком, а прилазило јој се покретним мостом. Обимне радове на реконструкцији замка обавио је надбискуп Петрус де Варда 1490 – 1495. године. Он је обновио утврђење и град, али је и проширио реку Мостонгу како би омогућио бродовима са Дунава да дођу до тврђаве. Том приликом ојачан је систем одбране уз доградњу елемената прилагођених артиљеријском ратовању (барбакан, топовски отвори и слично). У исто време дограђена је и палата код северне куле која је имала камену пластику рађену у духу стила ране ренесансе. Има се утисак да су на обнови и доградњи Бача крајем 15. века радили италијански неимари и фортификатори, можда исти они који су у том раздобљу радили за потребе краљевског двора у Будиму. Бач са утврђеним замком Турци су запосели убрзо после Мохачке битке, 1529. године. Из тог периода потичу и описи тврђаве у путописима Евлије Челебије, када Бач постаје део Сегединског санџака. Ослобођен је 1687. године, али убрзо потом, у време Ракоцијеве буне 1703. године Бач је спаљен и делом разорен. Временом је река Мостонга пресушила, а с њом нестаје и некадашњи значај Бачке тврђаве (Вујовић, 2010).

Табела 11. Основни подаци о тврђави Бач

ТВРЂАВА БАЧ		
 <p>Слика 3. Тврђава Бач Фото: А. Терзић</p>	<p><b>Туристичко-географски положај</b>  Република Србија  Покрајина Војводина  Јужнобачки округ  Општина Бач  удаљеност од важних центара:  Од Новог Сада - 62 km  Од Београда - 140 km  Од Ниша - 356 km</p>	
	<p>Период изградње</p>	<p>14. век (1338 – 1342)</p>
	<p>Врста културног добра</p>	<p>Просторна културно-историјска целина</p>
	<p>Категорија</p>	<p>Од изузетног значаја</p>

Основа утврђења је прилагођена терену, тако да је облика сасвим неправилног четвороугаоника са кулама на угловима. Шири комплекс насеља у чијем се северном делу налазио замак издвојен воденим ровом био је опасан земљаним бедемима са палисадама и имао је само зидану капију према истоку. Замак је у целости грађен опекама, трапезоидне је, готово троугаоне, основе. У северозападном углу налази се кула квадратне основе, док су остале три куле споља и у унутрашњости кружне. На средини јужног бедема налазила се капија од које нема видљивих трагова. Пред капијом, истурен испред главног рова налазио се баракан, вероватно кружне основе, од кога су преостали само трагови. У унутрашњем простору, ближе југоисточном углу налази се добро очувана, моћна и висока донжон кула. Имала је кружно степениште и камине на главним етажама (Ћидић, 2009).



Слика 4. Тврђава Бач са Подграђем

Извор: Брошура „Векови Бача“

Систематска археолошка истраживања вршена су неколико пута од 1958. године. Изведени су и обимни конзерваторски радови и извршена је рестаурација и уређење бранич куле и конзервација улазне капије подграђа и турском амама. У целости је обновљена 1961. године и представља једно од најбољих остварења војне архитектуре 15. века на подручју некадашње угарске државе. Од резиденционих здања замка преостала су само у археолошким траговима она која су се ослањала на североисточни бедем. Том комплексу, без сумње, припадају добро очувани остаци капеле, грађене у стилу готике, која је подигнута на етажи суседне кружне куле (Вујовић, 2010).

Током археолошких ископавања у периоду 2004 – 2006. године истражен је објекат прислоњен уз североисточни бедем, дефинисан као палата, као и цистерна кружне основе на простору између донжон куле и југоисточног бедема. Комплекс је недовољно истражен, а истурене куле су у горњим зонама недоступне и нису безбедне за непосредна истраживања услед чега недостају потребни подаци о конструкцијама и техникама градње. Значајнији истраживачки и конзерваторски радови на овом културном добру тек предстоје (Вујовић, 2008).

Према категоризацији Републичког завода за заштиту споменика културе, Бачка тврђава је проглашена за добро од изузетног националног значаја. Иако се тврђава Бач налази у рушевинама готово три века још увек је импресивна. Данас је међу значајнијим атракцијама и једини је очувани споменик из средњевековног периода у Војводини. Бач

је због тврђаве доспео на прелиминарну листу УНЕСКО-а. У оквирима овог локалитета се сем археолошких остатака не налазе друге атракције и културне установе. Од атракција у оквиру тврђаве поред археолошких остатака, постоји пространа парковска површина која се користи у сврхе организације културних, спортских и туристичких манифестација. До тврђаве се долази локалним путем, иако је квалитет пута прилично лош. У близини локалитета постоји оформљени паркинг простор малог капацитета. Улаз у тврђаву је дозвољен и није контролисан. Неопходно је извршити потпуно опремање тврђаве инфраструктуром у оквиру чега је неопходно извести и функционално и декоративно осветљење како унутрашњег тако и спољашњег простора. Информативне табле постоје код главног улаза. Културне установе не постоје у самој тврђави већ у њеном окружењу, односно у центру Бача. Културни програми на Бачкој тврђави континуирано одржавају током летњег периода, у оквиру манифестације „Дани европске баштине у Бачу”.

<p style="text-align: center;"><b>ФРАЊЕВАЧКИ САМОСТАН</b></p> <p><b>Фрањевачки самостан</b> у Бачу, налази се недалеко од Бачке тврђаве. Комплекс самостана основали су темплари у 12. веку, а почетком 14. века преузели су га монаси фрањевачког реда. Током турске окупације црква је била претворена у џамију, а од 1688. преузимају је фрањевци из Градоврха, из Босне. Комплекс чине црква Узнесења Маријиног са високим звоником које имају елементе романичке, готске, ренесансне и исламске архитектуре, а коначи елементе барокне архитектуре с половине 18. века. Међу бројним уметничким делима издвајају се Тајна вечера из 1737. године, италокритска икона Богородица Умиленија, рад мајстора Диме (из 1685. године), као и рукописне и штампане књиге из 17. и 18. века, тзв. <i>Biblioteca slavica</i>. Радови на истраживању и конзервацији врше се од 1955. године, а од 2006. године у оквиру пројекта „Векови Бача” врше се истраживање и конзервација уметничких дела.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Фреска „Распеће Христово”</b> која је откривена 8. фебруара 2011. године у Фрањевачком самостану у Бачу, коју су, током уређења капеле открили стручњаци Покрајинског завода за заштиту споменика културе, на основу првих сазнања стручњака потиче с краја 13. века. Фреска је откривена када су током рестаурације стручњаци покушали да врате портрет Богородице из 1685. године, када се неочекивано испод малтера указала фреско боја и убрзо указала слика Христа и Богородице. Фреска је према речима стручњака рађена према византијској сликарској техници. Православна фреска у римокатоличком самостану, поткрепљује стару причу међу Србима у Бачкој да је самостан некада био српски (<a href="http://www.vecernjenovosti.info">www.vecernjenovosti.info</a>).</p>
--	---

**Пројекат „Векови Бача”** је развојни пројекат базиран на културном и природном наслеђу општине Бач. Пројекат је произашао из активности на истраживању, конзервацији, рестаурацији и ревитализацији тврђаве у Бачу, али и других културно-историјских споменика попут манастира Бођани, Фрањевачког самостана, као и на чињеници да у општини Бач постоји већи број категорисаних, значајних и евидентираних културних и природних добара. Пројекат има за циљ да додатно истражи и валоризује целокупно наслеђе у светлу његове изузетне вредности, да се кроз планска и стратешка документа оптимално искористе потенцијали културних и природних добара у развојне процесе Бача као пограничне и подунавске општине. Пројекат „Векови Бача” је осмишљен као пројекат за период реализације 2006 – 2010. године, који се спроводи кроз три компоненте: истраживање и израда планске документације, конзервација, рестаурација и ревитализација, и подршка локалној заједници, развој

туризма, управљање. Основни циљеви пројекта се односе на заустављање даљег пропадања културно-историјског и природног наслеђа, додатно истраживање и валоризација целокупног наслеђа и дефинисање стратегије локалног развоја на бази вредновања наслеђа. Главни носилац пројекта је Општина Бач, а реализује се кроз фонд „Векови Бача”, док су покровитељи пројекта Покрајински секретаријат за образовање и културу АП Војводине, Министарство културе Републике Србије, а координатор пројекта је Покрајински завод за заштиту споменика културе. Партнери овог пројекта су Републички завод за заштиту споменика културе, Музеј Војводине, Универзитет у Новом Саду, Завод за заштиту природе Републике Србије, Воде Војводине, Туристичка организација општине Бач, НВО Друштво конзерватора Србије и Савез удружења ликовних уметника Војводине. Пројекат „Векови Бача” који се спроводи од 2005. године, уврштен је у листу приоритетних пројеката када је у питању финансирање од стране фондова Европске Уније. Наиме, Фрањевачки самостан и Манастир Бођани уврштени су у листу приоритетних интервенција када је у питању Регионални програм за културно и природно наслеђе који заједнички спроводе Савет Европе и Европска комисија. У сврху подршке оваквим пројектима 2008. године формиран је Љубљански процес који је пројекат „Векови Бача” означио као приоритет за финансирање. Овај пројекат је изабран због историјског значаја наслеђа, као процене њихових перспектива, односно потреба за спровођење политике одрживог развоја локалних средина. У складу са пројектом IRPP/SAAN потребно је формирати управљачко тело за предложени пројекат чија ће улога бити да сарађује са Министарством културе при изради промотивних докумената и промовисања програма у земљи и иностранству, а ради добијања донација за реализацију програма. Уврштавање пројекта „Векови Бача“ у листу приоритета Европске комисије и Љубљанског процеса, постигнуто је захваљујући упорности тима који ради на реализацији пројекта, а којег чине представници Покрајинског завода за заштиту споменика културе, Фонда „Векови Бача”, Туристичке организације Бач и општине Бач (Вујовић, 2008).

## ПЕТРОВАРАДИНСКА ТВРЂАВА

Петроварадинска тврђава је урбанистичко-фортификациони комплекс на Дунаву, на простору Петроварадина, насупрот Новог Сада. Тврђава лежи на једном омањем брегу падина Фрушке горе, а подигнута је на остацима из римског и средњевековног периода. Током 13. века на том простору био је подигнут цистерцински самостан са пространом црквом крстобразне основе (Дероко, 1950). Око самостана током четврте деценије 14. века подигнуто је утврђење које је због сталних напада варвара, било у рушевинама. Касније га је, крајем 15. века доградио надбискуп Петрус де Варда. У седишту утврђења налазио се самостан, а спољни прстен бедема ојачан кулама опасивао је пространу елипсоидну зараван са утврђеном капијом на западној страни (Петровић, 2003).

Петроварадинско утврђење Турци су запосели 1526. године. Након освајања од стране Аустријанаца, крајем 17. века, Петроварадин постаје изузетно значајно стратешко место за даље ратовање са Турцима. Затечено старо утврђење срушено је до темеља ради подизања нових бастионих артиљеријских фортификација по Вобановом систему, а према пројектима познатих војних инжењера Марсиљија, Казефелда и Вамберга (Марковић, 2005). Петроварадинска тврђава је грађена у време аустријских владара Леополда I, Јосифа I, Карла VI, Марије Терезије и Јосифа II. Први њен план урадио је инжењерски пуковник Кајзерсфелд, а други географ Марсили. Почетне радове изводи градитељ Вамберг, затим Гисенбир, касније Доксат, Манет и Средер, док су градњу надгледали престолонаследник Јосиф, принц Савојски и гроф Карафа. Стална посада тврђаве потиче из 1702. године а чиниле су је чете мађарских хусара и одред српских „хајдука“. Започети радови, углавном усмерени на утврђивање заравни на врху узвишења, били су готово обустављени у раздобљу између 1717. и 1736. године, када је као главно аустријско упориште фортификациран Београд.

Табела 12. Основни подаци о Петроварадинској тврђави

ПЕТРОВАРАДИНСКА ТВРЂАВА							
 <p>Слика 5. Петроварадинска тврђава Фото: А. Терзић</p>	<p><b>Туристичко-географски положај</b> Република Србија Покрајина Војводина Јужнобачки округ Град Нови Сад Општина Петроварадин удаљеност од важних центара: Од Новог Сада – 1 km Од Београда – 76 km Од Ниша – 293 km</p>						
	<table border="1"> <tr> <td>Период изградње</td> <td>17. и 18. век</td> </tr> <tr> <td>Врста културног добра</td> <td>Просторна културно-историјска целина</td> </tr> <tr> <td>Категорија</td> <td>Од великог значаја</td> </tr> </table>	Период изградње	17. и 18. век	Врста културног добра	Просторна културно-историјска целина	Категорија	Од великог значаја
	Период изградње	17. и 18. век					
	Врста културног добра	Просторна културно-историјска целина					
Категорија	Од великог значаја						

Интензивни радови на тврђави настављени су 1740. године, а окончани педесет година касније. У том раздобљу фортификациран је цео горњи плато, опасан је спољним бастионим фронтима, посебно истуреним ка приступачној западној страни. У оквиру куртина и нових бастионих фронта изграђене су подземне галерије и комуникације у дужини од преко 16 km, које представљају посебну занимљивост код овог утврђења. У брањеном простору горњег дела тврђаве подигнуте су простране касарне, арсенал, барутни магацин и други војни објекти (Петровић, 2003). После 1740. године у целости је изнова утврђен и петоварадински Доњи град, под источном падином главног утврђења. Опасан је бастионим фронтима у виду петоугла са две капије, од којих је сада сачувана само Београдска. Унутрашњу структуру подграђа чини склоп војно-стамбених и административних зграда и два сакрална објекта – самостани Фрањеваца и Језуита, подигнути у 18. веку (Ђидић, 2008). Почетком 19. века Петроварадинска тврђава је била најпознатија тврђава аустријске монархије, али у моменту када је завршена њена улога као ратне фортификације опада. Петроварадин тада постаје административно-војни центар са војном командом и шпијунско-обавештајни центар, а тврђава предстража заштите аустријске државе. Тврђава свој стратешки значај губи коначно 1917. године, претварањем у војно упориште. Између два светска рата на тврђави су смештене касарне, војно-ваздухопловна школа и команда речне флоте. После Другог светског рата тврђава и даље остаје у војном поседу, све до 1951. године, када већи део комплекса прелази под управу цивилних власти (Бабић, 2007).



Слика 6. План Петроварадинске тврђаве

Извор: <http://gradic.com>

Петроварадинске фортификације спадају међу најбоља остварења европске војне архитектуре. Поштеђене ратних разарања, остале су готово у целости сачуване све до наших дана као изузетно сведочанство културног наслеђа. Основа ове колосалне тврђаве се састоји из неколико делова (Горња тврђава је централни део, Доња тврђаву чини на северу - Васерштадт, бастион Бикорн - Хорнверк на југу, Острвска тврђава - Инзелшанац и Брикшанац на супротној страни Дунава). Тврђава није могла бити освојена војном опремом у то доба па је добила назив „Гибралтар на Дунаву”. Деструкције током ратова су углавном заобишле ову тврђаву, па је једна од очуванијих у Европи. У тврђаву се улази кроз бројне капије са различитих страна, свака од ових капија је по својој архитектури и изгледу различита и има посебна уметничка обележја:

Капија Лудвига Баденског, Дворска капија, Леополдова капија, Комуникациона капија, Молинаријева капија, Каменичка капија (срушена 1939.), Капија Хорнверка, Задња капија, Дунавска или Водена капија (капија Св. Непомука, уништена 1924. године), Нова капија и Београдска капија.

**1. Степениште тврђаве** чине вијугаве камене степенице (некада дрвене) које воде од самостана Светог Јураја до другог Лудвиговог бастиона. Некада је степениште било покривено дрвеним кровом. Пролаз је дуг 142 m са 214 степеница, а ова вијугава траса имала је 14 одмаралишта.

**2. Горњи Лудвигов бастион** је најпосећенији објект на тврђави. Доминира над панорамом Новог Сада, изнад барокног Подграђа. Са њега је мађарска артиљерија 1849. године најжешће бомбардовала Нови Сад. Кроз бастион пролази тунел, а из њега два правца воде у подземље. На платоу су некада били постављени топови, а данас се на њему налазе клупе за одмор.

**3. Магацин за храну** био је главно војно складиште за храну при Горњој тврђави, налази се испод саме терасе, у подножју чувеног некадашњег Официрског павиљона (данас је ту ресторан). На улазном делу је била главна пријавница и стална контрола војне полиције за Горњи град. Овај део тврђаве потиче из 18. века и ту се налазила некадашња Војна пекара.

**4. Торањ са сатом** на Бастиону Светог Лудвига посебно је занимљив по томе што велике казаљке показују сате а мале минуте. То је учињено ради оријентације лађара како би из даљине могли видети које је доба дана. Осим тога, у пуне сате се смењивала и стража. Стара кула је у 18. веку порушена како би је заменила данашња.

**5. Официрски павиљон** је доминантна једноспратница са складним димензијама у барокном стилу и са фасадом у луковима, грађена је 1718. године. Неколико сала и салона опремљени су стилским намештајем, а овде су приређивани балови, приједи и свечаности за аустријске владаре – Јосифа II, Франца I и Фрању Јосифа. Овде је 1959. године отворен ресторан који постоји и данас.

**6. Бастион Цара Јосифа I** окренут је према Подграђу, а назван је по Светом Јосифу, заштитнику огњишта, што је касније приписано аустријском цару Јосифу I. У дубини тунела налази се пространа сала, а цео бастион је проткан подземним коридорима док на површини има високи заштитни бедем. Бастион је изграђен крајем 17. века.

**7. Парадни плац** испред данашњег Музеја града Новог Сада, представља чист простор чија је површина служила за постројавање војних јединица, одавање почести, параде, царски манифести, уручивана одликовања и сличне свечаности.

**8. Једноставна касарна** је зграда подигнута 1718. године, када су објекти горњег дела тврђаве добили свој аутентичан изглед. Карактеришу је дуги ходници дуж фасаде и прозори са импровизованим луковима. Служила је у разне сврхе, а данас је у њој смештен Историјски архив Новог Сада, Покрајински метеоролошки институт и Метеоролошка опсерваторија.

**9. Топовњача (Арсенал)** је најзначајнија једноспратна грађевина на тврђави. Једноставна монументална барокна грађевина грађена је од 1755. до 1780. године. Овде су се налазиле собе старијих официра и војника. Ова зграда се користила као Музеј Револуције Војводине, Музеј Војводине, Природњачки музеј и од 1957. до данас је овде смештен Музеј града Новог Сада.

**10. Бастион царице Марије Терезије** чине две истурене терасе (полубастионе). У првој тераси налази се најстарији водовод из 18. века, који су одржавали заточеници, а испод друге терасе 1883. године прокопан је железнички тунел

који се не користи од 1944. године. Данас постоји иницијатива за поновно отварање овог тунела.

**11. Дуга касарна (данас хотел Леополд)** грађена је од половине 18. века и састојала се од два спрата. У приземљу су се налазиле радионице, разне интендантске службе, понека коњушница и дрвара, док су се на првом спрату налазиле одаје официра. Од 1967. године касарна је у средњем делу преуређена у ексклузивни хотел „Варадин”, а данас је то хотел „Леополд”. Кроз дугу касарну воде ходници за комуницирање са степеницама, има 7 улазних врата са унутрашње стране и 28 подрумских врата у приземљу.

**12. Уметнички атељеи** смештени су дуж Бастиона Марије Терезије, у приземљу Дуге касарне. У тим просторијама су некада биле смештене занатске радионице, а од 1953. године је уређен и низ атељеа новосадских уметника. Данас овде раде припадници Ликовног круга, а атељеи су отворени за јавност.



Слике 7. и 8. Музеј града Новог Сада (лево) и скулптура „Борба јелена” (десно)

Фото: А. Терзић, 2011.

**13. Студио 61** – јединствени и први у Србији уметнички студио за производњу таписерија, који је део Уметничког круга, постоји од 1961. године. Смештен је на самом почетку Дуге касарне који се ослања на Кавалир.

**14. Осматрачнице** су две идентичне структуре на улазу у тврђаву са Петроварадинске и Каменичке стране, које су функционисале као осматрачнице и пријавнице. Изграђене су почетком 19. века. Доњу осматрачницу која се налази на улазу са Петроварадинске стране користи Удружење ловаца „Ловотурс”, док Горњу осматрачницу користи Астрономско удружење Новог Сада.

**15. Висеће осматрачнице** су два уочљива мања војна објекта од којих је једна окренута Дунаву, док друга гледа на Подграђе. Својом доминантношћу и изгледом оне су данас декорација некадашњег војног објекта. Осматрачнице су имитација средњовековних кула на замковима.

**16. Бастион цара Леополда** први је објекат изграђен у оквиру Петроварадинске тврђаве и највиши бастион тврђаве. Принц Крој је 1692. године у њему похранио повељу са одлуком о изградњи Тврђаве. Тачно место где је повеља закопана остало је до данас непознато. До 1728. године овај демонстрациони војни полигон је био потпуно завршен.

**17. Кавалир** је највиши део унутрашњих делова војне тврђаве који омогућава поглед на све стране, што је последња одбрана у најужем делу фортификационог објекта. Иза њега се обично налазила штабска палата или монархова резиденција.



Смештен је између Леополдовог и Иноћентијевог бастиона, а грађен је 1711. под надзором принца Еугена Савојског.

**18. Иноћентијев бастион** назван по Св. Иноћентију, а касније по папи Иноћентију II, који је у средњем веку фратрима из Француске дозволио да на Петроварадинској стени саграде тврђаву са црквом и кулама. Бастион је грађен крајем 17. века и окренут је ка Подграђу. Само овај бастион има топовске отворе за унакрсну ватру, као последњу одбрану горњег дела тврђеве. У оквиру бастиона је посебно значајан Резервни војни бунар.

**19. Резервни војни бунар** је најинтересантнији објекат на тврђави а спада у примарне грађевине. Повремено се назива и „Римски бунар” иако је то аустријска творевина са половине 18. века. Интересантан је због унутрашње архитектуре пошто се налази испод кружне просторије са куполом и стубовима што му даје оријентални изглед. Дубок је око 60 m, а до дна се стиже спиралним степеницама. Лучни вентилациони систем је уграђен да се вода не осећа због подземних гасова који избијају из земље.

**20. Подземне војне галерије** су највећа атракција Петроварадинске тврђаве. Овај комуникативни систем на четири нивоа зидан је степенасто у дужини од 16 km. Галерије су грађене од 1765. до 1776. године, а завршене 1783. године. Подземни систем Петроварадинске тврђаве је један од највећих минских система у свету. То је сплет саобраћајних и борбених линија са пушкарницама где се налазе магацини, барикаде, раскрснице „варалице”, собе за обуку, исхрану, молитву, бунар, дупли пролази, итд.

**21. Леополдов барутни магацин** налази се у подножју Леополдовог бастиона, а зидан је 1710. године и служио је као магацин за муницију. Ова скривена зграда у приземљу има готски изглед, а данас служи као један од депоа Историјског архива Новог Сада.

**22. Касарна Хорнверка** је зграда окружена зеленилом, која датира из 19. века. Ова касарна са својим широким коридорима и пространим собама служила је као војна учионица, док је простор у околини коришћен за војне тренинге. Ова једносратна грађевина окружена растињем подсећа на сакривене аристократске дворце. Од 1975. године овде је смештена Академија уметности Новог Сада.

**23. Топовске бараке и Коњске штале** датирају са почетка 19. века, биле су смештене на отвореном простору иза Комуникацијске капије, на пола пута до Хорнверка. Ова зграда је некада била Студентски кампус и Биолошка лабораторија Филозофског факултета. Највећа топовска барака са поткровљем је претворена у уметничке студије Ликовног клуба уметника.

**24. Барутни магацин Св. Елизабете** у непосредној близини Академије уметности, за разлику од Леополдовог барутног магацина није укопана већ је само окружена зидинама. Ова зграда је преуређена у вајарску радионицу Академије уметности.

**25. Осматрачница на Хорнверку** која води у Хорнверк кроз тунел је грађевина са равним кровом и фасадом декорисаном геометријском пластиком. Данас је ту смештен Легат вајара Јована Солдатовића (данас је то његов студио).

**26. Горња галерија Ликовног уметничког круга** је скуп уметничких студија који се налазе на продужету зида који води ка Хорнверку, односно бастиона на парapedу који се простире дуж Дунава.

**27. Кантина за подофицире** у близини Академије уметности је врста четвртасте ловачке куће и датира са половине 19. века. Такве мале зграде су се користиле као купатила и за рекреацију особља.

**28. Бастион Хорнверка** је највећи војни полигон на тврђави, саграђен 1711. године. Бастион су изградили Срби који су пребегли из Мађарске због Ракочијевог устанка, док је изградњу водио генерал Вамберг. Овај комплекс у три нивоа је касније назван Еугенов КазаMAT. Овде је некада била смештена проститутска постаја за потребе војника, која је затворена тек када су војни бордели отворени у Новом Саду (половином 19. века). Гарнизон је могао примити до 10.000 људи и цивилима је приступ био забрањен. Овде се данас налази дискотека „Бастион клуб“.

**29. Бунар цара Јозефа II** налази се у оквиру Хорнверка, а име је добио по цару Јозефу, који је приликом своје посете 1768. године пио из овог бунара. Овај бунар је ископан у хитности због рата од стране Срба из Турске који су били познати мајстори, а до њега се стиже дугим уским коридором. Данас није у функцији.

**30. Транчамент** је мала секција иза тврђаве, односно Хорнверка. То је некадашњи војни полигон за тренинге, параде и церемоније. Назив је добио по француској речи „tranches” (земљане барикаде), односно узвишен терен.

**31. Споменик патротамa** је крипта становника Срема који су погубљени 1914. године током Првог Светског рата.

Подграђе Петроварадинске тврђаве се састоји од некадашњег барокног дела утврђења иако су капије наспрам Дунава уништене и поједине резиденцијалне грађевине изгубиле свој пређашњи изглед. Подграђе, које се звало Водени Град, претворено је у сталну фортификацију од 1711. до 1726. године. Пошто је било укључено у фортификациони систем резиденцијалне области су окружене тренчем и Доња тврђава је проширена и формирана, а град окружен зидинама. Ово насеље је постало војна градска општина 1718. године где су се налазили главни штабови, баракe, војни павиљони, инжењерске канцеларије, велика војна пекара, ареснал и профане грађевине.

**32. Бастион за снабдевање залихама** налази се испред Војне пекаре, потиче из 1747. године. Са леве стране бастиона је Набавна капија, а са десне Водена капија. Наспрам бастиона, на новосадској страни налазила се Црква Св. Јана Непомука, средњовековног чешког свеца, од 1759. до 1928. године.

**33. Стари Војни Генералштаб** је једноставна једноспратна грађевина на преласку са главног моста, најстарија је у Подграђу и излази на три улице као интегрални део Војне болнице. Овде су се налазили војни гарнизони тврђаве, а саграђен је по наређењу барона Хајнриха Нехема, генерала и команданта Петроварадина, који је сахрањен у цркви манастира Св. Ђорђа 1713. године. У Старом војном генералштабу су данас смештени Зубна клиника и Апотека Војне болнице.

**34. Војна болница (некадашњи Фрањевачки манастир)** - изграђен је у барокном стилу у периоду од 1699. до 1772. године. Током своје посете Петроварадину 1786. године, цар Јозеф II, одлучио је да манастир претвори у војну болницу. Године 1808. црква је постала профана и пренамењена је у Славонски генералштаб. Грађевина је до 1941. године коришћена као Штаб Дунавске речне флоте, а данас је Војна болница.

**35. Војна апотека** је прва апотека у Петроварадину која је отворена 1765. године, а служила је за војне потребе. О њој је бринула трговачка компанија из Темишвара, али је због лошег пословања убрзо постала приватно власништво. Ова апотека у почетку носила име „Код златног орла“ и у њој су често одржаване спиритуалистичке сеансе.

**36. Црква Светог Павла** је војна капела у оквиру казамата која је изграђена током друге половине 18. века као интегрални део Војне болнице. Крајем 19. века премештена је на супротну страну Дунава. Помиње се 1892. године и званично је посвећена српском свецу, Светој Мајци Ангелини (жени деспота Бранковића). Током

уједињења 1918. године изграђена је већа црква у оквиру Војне болнице и била је активна до 1941. године, а након ослобођења па све до 1990. године служила је као складиште. Војска је вратила цркву Сремској бискупији 1990. године, када је храм освећен и посвећен Светом Апостолу Павлу.

**37. Изоловани Павиљон** је импресивна једноспратна квадратна грађевина која је служила официрима за одмор и разоноду.

**38. Стара касарна** је двоспратна грађевина са два балкона наспрам Арсенала која је била Мало седиште особља, док је Велико седиште било у згради у оквиру Војне болнице. Стара касарна је одувек била место Инжињерског директората задуженог за изградњу мостова, транспорт и конструкције на тврђави. У периоду 1928 - 1941. године, мења име у Касарна принца Томислава.

**39. Војни казамати (Војни затвор)** постоје од 1769. године и представљали су Централну Казнену Институцију Војног Суда Славонске Генералне Команде у оквиру тврђаве. Овде су били заточени војници и цивили током ратова, али и бројне патриоте и револуционари током 19. века, међу којима су бугарски писац Љубен Каравелов, социјалист Васа Пелагић, хрватски аутор Антун Густав Матођ, познати бандит Роза Шандор, политичар Јаша Томић, и аустроугарски десетар Јосип Броз (заточен током Првог светског рата, а који је након Другог светског рата постао југословенски председник Јосип Броз - Тито).

**40. Официрски павиљон у Подграђу** налази се са обе стране Београдске капије и представља двоспратни павиљон на предњој страни Старе касарне. Био је резиденцијални павиљон, док је други старији павиљон служио за војну посаду. Ова зграда се звала Карађорђева касарна до 1941. године овде се налазио штаб „Голубље поште” јединствене јединице Армије Краљевине Срба, Хрвата и Словена (Краљевине Југославије).

**41. Главни Арсенал** је једна од највећих грађевина у некадашњем Воденом Граду и датира из прве половине 18. века, а представљала је седиште Комесарске коморе и највећег војног арсенала у Подграђу. Једна од првих војних касарни је овде смештена после Другог светског рата.

**42. Кућа Бана Јелачића** је родна кућа грофа Јосипа Јелачића (1801-1859), хрватског бана, аустријског фелд-маршала, војсковође, који је постао српски војвода, а који је као војсковођа заједно са Србима покушао да преузме тврђаву од Мађара који су били на страни Лајоша Кошута 1849. године. Смештена је у најлепшој приватној барокној згради Петроварадина, која је изграђена 1745. године. Кућа је била углавном резиденција генерала, а последњи приватни власник је био адвокат Роберт Пауловић.

**43. Резиденција Сремске Бискупије** је пресељена из Земуна у Петроварадин 1741. године где је остала до 1773. године када је припојена Босанској Бискупији (са седиштем у Ћакову у Славонији), а обновљена је после протеривања Турака.

**44. Зграда Шајкашког батаљона** названа по Српским војницима граничарима, тзв. „шајкашима”. Царица Марија Терезија је основала Батаљон 1763. године и главни штаб је смештен у Петроварадин ради одбране од Турака. До 1944. године предња страна ове грађевине била је декорисана дрвеним грбом „шајкашких војника” који се данас чува у Музеју Војводине. Данас је ово стамбена зграда.

**45. Главна зграда Мостне путарине** је једноспратна грађевина која је имала комуналну функцију у оквиру Магистрата. Лоцирана је у близини Дунава и сви путници који су прелазили понтонски мост су морали да прођу кроз њу, а била је и место где се прикупљала путарина.

**46. Магистрат - Зграда бивше Градске куће**, једноставне барокне архитектуре, постоји од 1726. године. Градоначелник је био подређен команданту

тврђаве и био је задужен за прикупљање такси. Градоначелник је имао привилегију да организује три годишња вашара, на дане Св. Матијаса, Св. Мартина и Св. Апостола Павла и Петра. Просторије ове зграде коришћене су за смештај историјског материјала Архива Војводине од 1934. до 1942. године, током Другог светског рата ова архива је пресељена у Казамате, а затим враћена у Магистрат.

**47. Кафана „Код Зеленог Дрвета”** је некадашња позната кафана са највећим двориштем у Подграђу и очуваним бунаром која се налази наспрам Шајкашког батаљона. Ова зграда је место где су организовани балови и војни концерти и плесови. Хала на првом спрату ове зграде била је први биоскоп у Петроварадину.

#### ВАРАДИНСКИ РАТ

Легендарна битка коју је извојевао Еуген Савојски над далеко бројнијом турском војском. Принц Еуген био је спреман са војском, када султан своју главну војску упути против цара и сила турских војника продре у Угарску да одцепи од цара Петроварадин. Турска војска коју је водио велики везир Дамад Али паша допрла је до Карловаца и улогорила се на висовима данашњег Везирца. Уочи битке, легенда каже, Еуген Савојски усни Мајку Божију која му предсказа да ће победити надмоћнијег непријатеља. У зору 5. августа 1716. године, на дан Снежне Госпе, дигла се страшна олуја, пао је снег и турска војска се под шаторима смрзла. Принц Савојски је искористио временску непогоду и напао непријатеља. У судару који је трајао 5 сати, Турци су разбијени и принуђени на повлачење. Тада је Еуген Савојски клечећи са целом својом војском захвалио Богу и Мајци Божијој за сјајну победу над неверницима. Касније је на месту велике битке, у знак захвалности, изграђена црква Блажене Девице Марије (Црква на Текијама), са њеном иконом коју је цркви даровао Еуген Савојски, а на куполи цркве постављен је крст изнад полумесеца као симбол победе хришћанства над исламом ([www.uns.ac.rs/sr/izleti/tvrđjava](http://www.uns.ac.rs/sr/izleti/tvrđjava)).

#### ДУХОВИ ПЕТРОВАРАДИНСКЕ ТВРЂАВЕ

Међународни истраживачки тим емисије „Ловци на духове” (*Ghost Hunters International*), у епизоди која је емитована на америчком каналу научне фантастике SyFy TV 2. фебруара 2011. године, посетио је и истраживао подземље Петроварадинске тврђаве у потрази за доказима паранормалних и спиритуалних појава. Тим истраживача донео је са собом и користио хиперсензитивну опрему која је наводно идентификовала постојање неких паранормалних активности у тунелима испод тврђаве. По речима аутора и учесника емисије, Петроварадинска тврђава је била један од највећих случајева икада за овај тим и по њиховим тврдњама они су нашли оно што су тражили ([www.veljkomilkovic.com](http://www.veljkomilkovic.com)).



Слика 9. Еуген Савојски

Извор: [mkns.ipmssrbija.com](http://mkns.ipmssrbija.com)

**48. Официрска гостионица** која се некада звала „Гостионица седам изабраних војвода” (*Die Gasthaus zu den sieben Kurfürsten*) постојала је на углу Штросмајерове улице до 1918. године. Помиње се још 1739. године, а име је добила по седам одабраних црквених војвода који су бирали немачке краљеве на основу старе традиције. Овде су

официри свакодневно долазили на „шприцер”, углавном ради састанака који су сатирично називани „рапорт” (извештај) и приликом којих су дискутовали о новостима и неформалним стварима, док обичним војницима није био дозвољен приступ.

**49. Складиште за грађевински материјал** налази се у подножју тврђаве, поред манастира Св. Ђорђа а изграђена је 1747. године. Овде се налазило Инфективно одељење Војне болнице, у време када је гарнизон Петроварадина оболео од колере. Грађевина је препознатљива по три висока димљака који подсећају на мале куле „минарете”. Данас се овде налази Покрајински завод за заштиту споменика културе.

**50. Манастир Св. Ђорђа** је двоспратна барокна грађевина са статуом Светог Игнација, који је био оснивач Језуитског реда. Као језуитска установа зграда је завршена 1734. године и имала је црквену школу. У 18. веку била је седиште монаха језуитског реда, а затим је претворена у Бискупијску цркву за војнике који су били католици. Манастирска црква је изграђена у барокном стилу 1714. године и декорисана је статуама Св. Франца, Св. Непомука и Пресвете Богородице са Исусом, као и плакетом и крстом хрватског краља Томислава. Подземни коридори тврђаве досежу до саме цркве. Црквена крипта се састоји од два дела и уграђена је у основе цркве, а састоји се од 109 крипти важних војних личности.

**51. Молиларијев парк** који се простире у екстензији бивше железничке станице, а који је формиран 1883. године у псеудо-алпском стилу према идејном решењу фармацеута Шамса, уредио је генерал Молилари. У једном углу парка налази се Црква Св. Антуна која је изграђена 1938. године. Данас овај парк припада компанији Ловотурс и на почетку парка налази се ловачки ресторан „Траг” у згради која је некада представљала железничку канцеларију за продају карата.

**52. Војно гробље и цивилно гробље** формирано је у залеђу тврђаве у регији транцамента 1784. године. Овде се налазе споменици и крипте војсковођа, војника и бораца који су служили и бранили Петроварадинску тврђаву. Цивилно гробље налази се на предњој страни Војног гробља и састоји се од два одвојена дела у коме се могу наћи споменици бројним патриотама и познатим личностима.

**53. Црква на Текијама** је хришћанско светилиште посвећено Св. Богородици и има екуменски карактер. Црква се налази на месту некадашње средњовековне цркве на излазу из Петроварадина, коју су срушили Турци у 16. веку. Турци су овде подигли дрвену џамију са минаретом и малим одмаралиштем за дервише („текија”). Калуђери са Петроварадина су је затим претворили у хришћански храм 1687. године, а током 18. века добила је дрвену кулу и три мања олтара (католички, православни и протестантски). Напорима попа Илије Сремца са одобрењем бискупа Јураја Штросмајера савремена црква у готском стилу је изграђена 1881. године, а специфична је по крсту на куполи изнад кога се налази полумесец, што је симбол победе хришћанства над исламом (Јокић, 2005).

До 1951. године тврђава је имала војну функцију, а након тога мења намену и постаје културни и уметнички центар. Петроварадинска тврђава је под заштиту државе стављена 1948. године решењем Завода за заштиту и научно проучавање споменика културе НР Србије, а за непокретно добро од великог значаја проглашена 1991. године (Службени гласник АП Војводине, бр. 25, октобар 1991. године). Петроварадинска тврђава је ипак, због неусаглашености критеријума, проглашена за културно добро од великог националног значаја, што је свакако ниска категорија за њен прави значај. Процес ревитализације Петроварадинске тврђаве започео је непосредно након преузимања већег дела комплекса од војних власти. У складу са утврђеном визијом комплекса као градског центра културног, образовног и туристичко-рекреативног карактера одвијала се обнова и пренамена објеката и простора тврђаве, са мањим или

већим интензитетом, која траје до данас. Већ 1952. године основана је Градска управа Петроварадинске тврђаве, која је 1962. године припојена Градском зеленилу. Први захтеви након изласка војске преузети су на рашчишћавању комплекса са циљем да се оствари доступност добра посетиоцима. У првој фази извршено је и уклањање појединих објеката који су били саставни део аутентичног склопа – артиљеријска (Лихтенштајнова) и транспортна касарна, зграда Главне страже, уклањање дограђених делова Дуге касарне и Официрског павиљона, као и оштећеног дела Једноставне касарне (Бабић, 2007). Сви радови били су праћени обимним земљаним радовима који су знатно изменили аутентичне нивое терена, а археолошки остаци су нарушени или уништени. Затим се приступило уређењу приступних путева, озелењавању и увођењу инфраструктуре како би се формирало шеталиште дуж бедема Горње тврђаве и реконструисало степениште од цркве Св. Јураја до Лудвигове капије. Објекти се адаптирају за нове кориснике, у првој фази за културне и просветне институције, део Дуге касарне се 1967. године адаптира у хотел, а Официрски павиљон у ресторан. Врши се обнова фасада у Подграђу и реконструира се јавна расвета.



Слике 10. и 11. Подграђе Петроварадинске тврђаве

Фото: А. Терзић

Након тога, престаје функционисање Јавне управе над тврђавом и ова институција је укинута 1980. године. Тек 1992. године Петроварадинска тврђава поново добија управу формирањем ЈП Петроварадинска тврђава, када се адаптира зграда Арсенала и активирају радови на адаптацији и пренамени простора Горње тврђаве. У приземљу Једноставне касарне уређени су локали за потребе старих заната, а казамати у бастинима за Џез клуб и Планетаријум. Обновљен је Велики ратни бунар, а простори Арсенала се реконструирају за потребе Музеја града. На простору Хорнверка, испод бастиона Св. Елизабете смештају се коњички и стреличарски клуб. Ово предузеће 1997. године престаје да постоји а надлежност над тврђавом се распоређује на јавна градска предузећа. Простор Доње тврђаве је до данас задржао првобитну намену, највећи део Васерштата је и даље у функцији војног комплекса са болницом, док је цивилни део подграђа углавном стамбене намене.

Социјална категорија становања са уситњеним стамбеним јединицама ниског стандарда у Подграђу, последица је промена насталих након Другог светског рата. Нерешен имовински статус као и интензиван развој саобраћаја кроз само језгро Подграђа допринели су да се до данас није приступило свеобухватном пројекту обнове ове изузетно вредне барокне целине. И упркос томе, Подграђе, некад само језгро комплекса тврђаве, не само у војно-административном смислу, већ и као урбано-архитектонска целина репрезентативног карактера сачувало је до данас своју

аутентичну форму и амбијент. У периоду од 2002 – 2004. године на Горњој тврђави се обављају обимни радови на изградњи капиталног објекта инфраструктуре – инсталационог тунела чији је задатак да реши нагомилане инфраструктурне проблеме и обезбеди заштиту простора и објеката Горње тврђаве (Бабић, 2007). У Подграђу је након тога отпочет процес претварања бројних здања у културне установе, кафиће, трговине, занатске радионице и слично, које погодују развоју приватног бизниса и вероватно је да ће добити друге функције.

Табела 13. План развоја Петроварадинске тврђаве

<b>ПЕТРОВАРАДИН - „ИСТОРИЈА СУСРЕЋЕ МОДЕРНУ“</b>		
<b>ПРОЈЕКАТ</b>	<b>ОПИС</b>	<b>ЦИЉ</b>
<b>Систем означавања</b>	Систем друмског и туристичког означавања са информацијама о дестинацији, атракцијама, услугама, тематским турама и итинерерима	Стандардизација и изградња конкурентности дестинације
<b>Модернизација музеја и галерија на Петроварадину</b>	Иновативан и модернизован приступ приказу културно-историјског наслеђа и културне продукције Новог Сада	Подршка позиционирању Новог Сада као културног центра Војводине и Србије
<b>Пројекат заштите и очувања Подграђа Петроварадина</b>	Побољшање стања и заштита грађевина (рехабилитација, обнова и реконструкција грађевина, уређење фасада)	Подстицаји одржању наслеђа и изградња имица
<b>Петроварадинска тврђава</b>	Интерпретација / тематизација Тврђаве и организација догађаја	Подстицаји одржању наслеђа, конкурентском позиционирању града као културне дестинације и изградња имица
<b>Петроварадинско подграђе</b>	Ревитализација Подграђа, креирање културне зоне	Подстицаји одржања наслеђа, конкурентском позиционирању града као културне дестинације и изградња имица
<b>Петроварадинска ада</b>	Мултимедији, забава и рекреација	Подстицаји одржања наслеђа, конкурентском позиционирању града као културне дестинације и изградња имица
<b>Туристичка валоризација домова познатих личности</b>	Уређење грађевина у којима су боравиле познате личности из историје, њихова тематизација, конкурентно позиционирање. . .	Подстицаји одржању наслеђа, културне дестинације и изградња имица
<b>„Viewpoint” хотел</b>	Изградња „viewpoint” хотела на локацији Мишелук	Подизање атрактивности подручја и креирање ( <i>landmark</i> ) смештајног објекта за модерну урбану дестинацију – Нови Сад

Извор: Програм развоја туризма града Новог Сада, Службени Гласник града Новог Сада, бр. 61/2010.


Тренутно стање тврђаве се може назвати алармантним, пошто на већем броју грађевинских структура у оквиру тврђаве постоје оштећења и присутна је деградација грађевинског материјала. Истовремено су и колски и колско-пешачки прилази у лошем стању. Поред деградационих процеса узрокованих временом, неисправним и дотрајалим инсталацијама, неадекватним коришћењем, као и нестручним и бесправним интервенцијама и вандалским понашањем, укупно стање је додатно погоршано након бомбардовања 1999. године, што је заједно са повећањем интензитета саобраћаја узроковало убрзање процеса деградације споменичког фонда (Бабић, 2007). Данас је Петроварадинска тврђава једна од најпосећенијих атракција Новог Сада иако адекватан модел управљања тврђавом још увек не постоји. Ипак, препознато да је менаџмент план неопходан за функционисање овако сложеног и вредног културно-туристичког комплекса, те су у току напори за његовим креирањем од стране Музеја града Новог Сада.



## БЕОГРАДСКА (КАЛЕМЕГДАНСКА) ТВРЂАВА

Београдска тврђава налази се у оквиру Калемегданског парка на ушћу Саве у Дунав. Стратешки повољан положај гребена смештеног на ушћу Саве у Дунав, који доминира околином и пружа услове за контролу над равницом према северу и западу, искоришћен је за настањивање још од праисторијских времена. Судајући по археолошким налазима на платоу Горњег града Београдске тврђаве, прво насеље основано је током неолита. Важне промене одиграле су се насељавањем Келта у 3. веку пре нове ере овде се Келти-Скордисци срећу са илирским племенима, што се одразило на име града – Сингидунум (комбиновањем имена дачког племена Синги и келтског назива „дунум” - град). Почетком 1. века нове ере, највероватније између 6. и 11. године нове ере, напади варварских племена довели су до оснивања првог римског војног логора, а почетком 2. века Сингидунум постаје седиште римске легије, да би потом био изграђен утврђени војни логор – каструм на простору данашњег Горњег града. Делови римских бедема откривени испод слојева каснијих фортификација и данас се могу видети на бедуму Горњег града. За време владавине цара Хадријана (117 – 138. године) Сингидунум добија статус муниципија, а затим и статус колоније између 211. и 287. године. Поделом Римског царства 395. године Сингидунум улази у састав Источног римског царства – Византије и добија назив Сингидон. У 5. веку уништавају га Хуни, а овде се насељавају племена Гота, Гепида, Сармата и Острогота. Цар Јустинијан I почиње 535. године обнову Сингидона (Ђидић, 2007).

Табела 14. Основни подаци о Београдској тврђави

БЕОГРАДСКА ТВРЂАВА							
 <p>Слика 12. Београдска тврђава Фото: А. Терзић</p>	<p><b>Туристичко-географски положај</b></p> <p>Република Србија Регион Београда Град Београд Општина Стари Град удаљеност од важних центара: Београд – 0 km Нови Сад – 76 km Ниш – 218 km</p>						
	<table border="1"> <tr> <td>Период изградње</td> <td>1 - 18. век</td> </tr> <tr> <td>Врста културног добра</td> <td>Споменик културе</td> </tr> <tr> <td>Категорија</td> <td>Од изузетног значаја</td> </tr> </table>	Период изградње	1 - 18. век	Врста културног добра	Споменик културе	Категорија	Од изузетног значаја
	Период изградње	1 - 18. век					
	Врста културног добра	Споменик културе					
Категорија	Од изузетног значаја						

Срби су стигли до Сингидунума почетком 7. века, а белина кречњачког гребена, са остацима рановизантијске тврђаве, одредила је словенско име града „Бели град” – Београд. Београд се током 9. и 10. века налазио под влашћу Бугара, а у 11. и 12. веку држе га Византинци. Поновним успостављањем границе на Дунаву за време Манојла I Комнина Византијско царство обнавља утврђења града, па је изграђено више кула и бедема према начелима византијске војне архитектуре. Српски краљ Драгутин је средином 1284. године добио на управљање Мачву са Београдом, којим управља до своје смрти 1316. године, када Угари освајају Београд и управљају њиме до 15. века. Тек

1402. године Стефан Лазаревић добија од византијског цара титулу деспота, а од угарског краља Жигмунда Београд на управљање. Тако је, дипломатским путем, 1404. године Београд постао престоница српске државе. Деспот Стефан приступа обнови утврђења и изградњи нових градских бедема и кула. Тврђава је била подељена на Горњи и Доњи град. У Горњем граду, на месту старог византијског каштела, деспот је саградио замак. Унутар замка налазио се двор, једна наспрам друге куле Небојша и Бојша, куће властеле, капела, библиотека и ризница. После смрти деспота Стефана 1427. године Београд поново долази у руке Угара који, због све чешћих напада турске војске, ојачавају и дограђују тврђаву (Калић-Мијушковић, 1967). Приликом опсаде Београда, 1521. године, султан Сулејман Величанствени заузима Београд, који тада постаје важно турско упориште. После готово два века турске управе, Аустрија је завладала Београдом 1688. године и одмах отпочела радове на изградњи модерне тврђаве. Турци су, међутим, град поново заузели већ 1690. године, када је током опсаде експлозија уништила замак деспота Стефана. Од 1717. до 1739. године Аустрија поново заузима Београд и приступа изградњи нових бедема, под вођством Николе Доксата де Мореза, и тада је тврђава постаје једно од најјачих војних упоришта у Европи. Ипак, Београдским миром из 1739. године Турска поново добија град без борбе, а Аустрија је приморана да поруши сва новоизграђена утврђења. Свиштовским миром из 1791. године Аустријанци напуштају Београд.

Почетком 19. века јаничари успостављају своју власт у граду, а догађаји око сече кнезова доводе до подизања Првог српског устанка 1804. године на челу са Карађорђевићем Петровићем. Ипак, коначна победа и предаја тврђаве и кључева града кнезу Михаилу Обреновићу десила се тек 1867. године када тврђава губи стратешку и војну функцију и постаје јавни парк. Године 1869. започели су први радови на уређењу градског поља – Калемегдана, 1891. године просећане су стазе и посађено је дрвеће, а 1903. године изграђено је Мало степениште према Француској улици, а 1928. године и Велико степениште. У Првом светском рату порушене су све старе грађевине унутар зидина, док су бедеми тврђаве знатно оштећени. Између два светска рата парк добија данашњи изглед (Поповић, 2006). У том периоду уређено је Савско шеталиште са Великим степеништем на путу према Краљ капији и новоподигнутом споменику „Победник”. Тада почињу и прва археолошка истраживања која у континуитету трају до данас.

Од 1946. године Београдска тврђава и Калемегдан стављени су под заштиту државе као добро од изузетног националног значаја. Овде се данас налазе Војни и Натуралистички музеј, зоолошки врт, црква Ружица и статуа Победника. Београдска тврђава је на листи најпосећенијих атракција у Србији (Поповић, 1982; Поповић, 1991).

Потребно је извршити инвентаризацију туристичких ресурса у оквиру Београдске тврђаве како би се указало на њен значај и потенцијал као кључне атракције на културној рути „Тврђаве на Дунаву“.

Београдска тврђава од културних ресурса садржи:

**1. Зграда страже на Великом равелину** представља једну од најстаријих зграда са јасним обележјима стилске архитектуре. Истраживањем установљено је да је подигнута у периоду 1825 – 1835. године за потребе страже која је чувала главни прилаз Стамбол капији. Данас се у њој налази Галерија природњачког музеја.

**2. Војни музеј** је уредбом кнеза Милана Обреновића основан 1878. године, а отворен је за јавност тек 1904. године. Налази се у малој згради над Римским бунаром у Горњем граду. У реновираној згради бившег Војно-географског института отворена је 1961. године нова поставка музеја, која представља војну историју југословенских народа од досељавања на Балкан до 20. века. Музеј је отворен радним данима од 10 до 17h.

**3. Сахат кула** изнад капије која је по њој добила назив Сахат капија, настала је у периоду од 1740. до 1789. године, са наглашеним елементима барока. Сахат кула је један од малобројних објеката на Београдској тврђави који није претрпео значајнија оштећења. Осмоугаона барокна кула, видљива из свих делова парка и тврђаве, има часовник са централним механизмом и теговима.

**4. Сахат капија** изграђена је крајем 17. века у оквиру поправке оштећеног југоисточног бедема. Венецијански градитељ у аустријској, а потом и у турској служби, Андреа Корнато, изградио је данашњу Сахат капију. Сахат капија има казамате за смештај страже, оружја и другог војног материјала, а у оквиру ње данас се налази Галерија београдске тврђаве.

**5. Барокна капија** настала је током аустријске реконструкције тврђаве, у првој половини 18. века, на основу пројекта Николе Доксата де Мореза. Сходно одредбама Београдског мира из 1739. године, Турци зазидом затварају барокну аустријску капију. Данас се у Барокној капији налази Изложба Београдске тврђаве где су изложене римске статуе и жртвеници са простора Србије и Београда, макете Тврђаве из 15. века, 1736. и 1790. године, као и део посвећен деспоту Стефану Лазаревићу и браниоцима Београда.

**6. Унутрашња Стамбол капија** настала је у време великих радова на реконструкцији Београдске тврђаве од 1717. до 1736. године, према пројекту Николе Доксата де Мореза. Ова капија преузима одмах улогу главне тврђавске капије на Цариградском друму и задржава је до данас. Истраживачки радови на капији рађени су од 1963. године, а рестаурација главне фасаде изведена је 2003. године. У децембру 2008. године у овом простору отворене су Радионица старих заната, Сувенирница и Галерија Београдске тврђаве.

**7. Амам - Турско купатило** налази се у Доњем граду и саграђено је у 18. веку. На месту амама до 1690. године налазила се зграда барутане која је порушена у експлозији, а на том месту су Турци подигли купатило или амам. У експлозији 1944. године амам је оштећен, а реконструкција је извршена 1962. године. Данас се у њему налази Планетаријум астрономског друштва „Руђер Бошковић”.

**8. Велики „Римски” бунар** убраја се у једно од ретких очуваних дела барокне архитектуре из времена владавине Хабзбуршке монархије у Београду. Радови на изградњи бунара су започети око 1717. а завршени 1731. године. Истраживања бунара се још увек спроводе.

**9. Дамад Али-пашино турбе** налази се на платоу Горњег града и један је од ретких сачуваних споменика исламске архитектуре у Београду. Турбе је добило назив по великом везиру Дамад Али-паши, а маузолеј је настао 1784. године над гробом мухафиза Измет Мехмед-паше. Пошто је турбе знатно оштећено у Првом српском устанку, Марашли Али-паша га је обновио током 1818. године, а ту су сахрањена и два турска заповедника Селим-паша (1847.) и Хасан-паша (1850.).

**10. Уметнички павиљон „Цвијета Зузорић”** подигнут је на Малом Калемегдану 1928. године прилозима грађана, а по идеји Бранислава Нушића. Павиљон има посебан значај до Другог светског рата када је био први наменски изложбени простор у Београду. Данас се у павиљону одржавају изложбе, концерти и друге манифестације.

**11. Зграда Завода за заштиту споменика културе града Београда** - Ова зграда грађена је крајем 19. века за потребе српске војске. Током Првог светског рата претрпела је знатна оштећења, па је од 1923. до 1927. године реконструисана и дограђена у балканском стилу. Од 1934. године у овој згради налазио се део поставке посвећен убиству краља Александра у Марсеју, а од 1960. године у овде се налази Завод за заштиту споменика културе града Београда.

**12. Деспотова капија са Диздаревом кулом** представљала ј главни улаз у тврђаву и заједно са бедемом представља најбоље очувани део Горњег града из прве половине 15. века. Поред капије налази се и Диздарева кула која је име добила по диздару – заповеднику тврђаве. Кула је страдала у бомбардовању Београда, а реконструисана је 1938. године. Данас се у њој налази Опсерваторија астрономског друштва.

**13. Комплекс Зиндан капије** налази се испред Деспотове капије Горњег града. Изграђен је средином 15. века као полукружно утврђење које се састоји од лучно засвођене капије са две округле куле које фланкирају капију и мост. Подруме кула Турци су користили као тамнице за хришћане.

**14. Замак деспота Стефана Лазаревића** налази се у северозападном делу Горњег града. Цитадела је настала првобитно као византијски каштел у 12. веку, а комплетно је изграђена у време деспота Стефана 1404 – 1427. године. У аустријско-турским борбама крајем 17. века замак је потпуно уништен. Археолошким истраживањима која су вршена до 1980. године откривени су остаци бедема с кулама, а пронађени су остаци оружја, остаци керамике, новца и других предмета.

#### ВИТЕШКИ РЕД ЗМАЈА

*Тајни витешки ред Змаја Св. Ђорђа, основао је српски витез Милош Обилић. На његовом штиту било је представљено Сунце са дванаест крака, пошто га је чинило дванаест витезова а као знак распознавања витезови овог реда носили су фигуру змаја на кациги. Реду Светог Ђорђа припадали су наводно Милош Обилић, Топлица Милан, Косанчић Иван, Вук Бранковић, као и сам кнез Лазар, а чланство се преносило са оца на сина. Циљ овог витешког реда било је убиство турског султана Мурата, о коме говори и српска легенда о Косовском боју.*

*Витешки ред Змаја касније је успоставио мађарски краљ Сигисмунд 1408. године, који окупља тадашње европско племство зарад оснивања реда који ће бранити Европу од „неверника”, како тврди званична историја. Према статуту, чији најстарији сачувани препис датира из 1707. године, ред је захтевао од својих чланова да бране Крст и да се боре*



*против његових непријатеља. Првобитни ред је имао 24 члана међу којима су се истицали следећи великаши: цар Сигисмунд (Мађарска), деспот Стефан Лазаревић (Србија), краљ Твртко (Босна), Јанош Хуњади, Алфонсо V (краљ Напуља), краљ Владислав (Пољска), војвода Ернст (Аустрија), Кристофер III (војвода Баварске и краљ Данске), војвода Томас Маубреј (Норфолк), Влад II Дракул (Влашка), Влад III Дракул Цепеш (Влашка) и Освалд фон Волкенштајн (Тирол). Занимљиво је и то да је витештво и овај ред био толико цењен у племићким круговима да се именима врло често додавао израз Змај (Обилић – Змајев син, Змај Огњни Вук – Вук Бранковић у народној епизици, као и Влад Дракул - на румунском језику „дракул” значи змај) ([www.rodoslovlje.com](http://www.rodoslovlje.com)).*

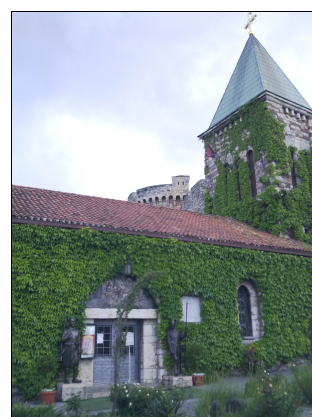
Слика 13. Симбол реда змаја

Извор: [www.rodoslovlje.com](http://www.rodoslovlje.com)

**15. Остаци Митрополитског двора** откривени су археолошким истраживањима, а чине их делови надвратника митрополитске цркве Успења Богородице са ктиторским натписом деспота Стефана Лазаревића. Сем натписа није пронађен никакав други остатак цркве која уништена почетком 18. века. У близини цркве налазила се средњовековна палата за коју је истраживањима 1985. године утврђено да потиче из

деспотовог времена. Ова палата припадала је комплексу Митрополитског двора и уништена је у пожару 1521. године.

**16. Црква Ружица** се налази у источном подграђу у згради која је првобитно служила као барутни магацин. Године 1867, после преласка тврђаве у српске руке, зграда магацина претворена је у цркву названу „Ружица”. Зидне композиције, сцене из живота Богородице и портрети истакнутих људи (Александра Карађорђевића и Николе Пашића) дело су сликара Андреја Биценка. Црква је страдала током Првог светског рата, а обновљена је и освећена 1925. године. Приликом обнове израђене су и две статуе на улазу у цркву, од којих једна представља копљаника цара Душана, а друга пешака из Балканских ратова. Од ратног материјала израђена су три полијелеја, чираци за свеће и вазе од топовских чаура. У цркву долази, уз посредовање војног свештеника и шест икона из логора Надор у Африци. Црква Ружица је од 31. маја 1965. године стављена под заштиту државе, а специфична је по томе што представља сакрални споменик са елементим војне архитектуре (Поповић, 2006).



Слике 14. и 15. Београдска тврђава, поглед Доњи град (лево) и Црква Ружица (десно)  
Фото: А. Терзић

**17. Црква Свете Петке** чије је зидање почело 1935. године на месту старе капеле, завршена је и освећена на дан Св. Петке Параскеве, 27. октобра 1937. године. Пројекат за цркву урадио је архитекта Момир Коруновић. Приликом копања темеља за цркву Свете Петке ископане су кости српских војника погинулих приликом одбране Београда 1914/15. године, које су потом пренете у костурницу Јакшићеве куле.

**18. Јакшићева кула** је осмоугаона одбрамбена кула настала у периоду од 11. до 15. века. Налази се на пресеку североисточног и северозападног бедема Београдске тврђаве. У оквиру аустријске реконструкције тврђаве од 1717. до 1739. године, кула је била уклоњена, а 1937. извршена је реконструкција којим је добила данашњи изглед.

**19. Костурница бранилаца Београда** налази се у зиду испод Јакшићеве куле. Изграђена је 1937. године после реконструкције простора куле и приликом изградње цркве Свете Петке. У костурници су смештене кости српских бранилаца изгинулих у одбрани Београда 1914–1915.

**20. Доњи град** је пространа зараван између ушћа Саве и Дунава и белог кречњачког гребена, који је и одредио име града. У време деспота Стефана Лазаревића овај простор је био фортификационо и урбанистички уређен и представљао економски, културни и духовни центар деспотовине. Доњи град је данас место окупљања спортиста, љубитеља природе и вредно археолошко налазиште.

**21. Велики барутни магацин** уокпан у стени западног подграђа настао је у време велике аустријске реконструкције тврђаве, од 1718. до 1720. године. Данас је

делимично обновљен и уређен, а овде се налази поставка римских камених споменика, стела, саркофага и жртвеника који су доношени са многобројних налазишта Београда, Космаја и Костолца. Овде се повремено одржавају концерти и позоришне представе.

**22. Капија Карла VI** уклопљена је у североисточни бедем Доњег града и подигнута је 1736. године у част цара Карла VI, „славног освајача Београда”. Грађена је у духу барока, а над улазом, налази се монограм Карла VI, док је на супротној страни грб Трибалије са главом вепра која је прободена стрелом и царском круном. Овај грб је најстарији очувани грб у Београду. Често ову капију називају и капијом принца Еугена Савојског.

**23. Кула Небојша** је најбоље очувана и највећа средњовековна кула Београдске тврђаве, подигнута око 1460. године на обали која је штитила улаз у пристаниште. Име је добила по највећој кули Горњег града – Кули Небојша, разореној после експлозије 1690. године. Турцима је кула Небојша служила као тамница, а ту је 1798. године живот оставио грчки песник и патриота – Рига од Фере. У ратним годинама 1914/15. године ова кула је знатно оштећена, обновљена је 1938. године, а рестаураторски радови су изведени 1963. године. Радови на Кули Небојши који су вршени од 2009. до 2011. године омогућили су отварање савременог музеја. Изложба је постављена у четири тематске целине које уз савремену виртуелну технологију презентују историјат тврђаве и Београда.

**24. Војна кухиња** се налази између капије Карла VI и куле Небојша, а настала је у другој половини 18. века. По заузимању тврђаве, Карађорђеви устаници су од 1807. године ову зграду користили као тополивницу. После 1813. године Турци је претварају у кухињу доградивши високе димњаке, а након предаје Србима 1867. године у објекат се уселила српска војска. Данас се овде налази Научноистраживачки центар археолошког института за Београдску тврђаву.

**25. Бастион Светог Јакова** је део приобалног бедема који је настао према пројекту Андреа Корнара крајем 17. века. Постоји податак да је султан Мустафа II надгледао радове на изградњи бастиона током 1696. године, те су Турци бастион назвали „Табија султана Мустафе”. У време аустријске реконструкције је назван по Светом Јакову.

**26. Средњовековно пристаниште** се пружало са спољне стране североисточног бедема, од Куле Небојше. Његов настанак се везује за владавину деспота Стефана Лазаревића, а ту су се налазиле царинарница и рибља пијаца. Аустријском реконструкцијом у 18. веку пристаниште је претворено у ратну луку која је каналом била повезана с Дунавом. Остаци пристаништа били су видљиви до краја 19. века.

**27. Чесма Мехмед паше Соколовића** смештана је у рову поред северозападног бедема, а подигао ју је Мехмед паша Соколовић у другој половини 16. века. Београд је за време турске управе поседовао водоводну мрежу, а један крак водовода напајао је водом Горњи град. Чесма је служила и за напајање џамије султана Сулејмана.

**28. Макета замка Деспота Стефана Лазаревића** постављена на платоу Горњег града, представља модел замка деспота Стефана Лазаревића чији је аутор Коља Милуновић. Ова макета приказује изглед средњовековног замка са кулама, капијама и покретним мостом изнад рова, у чијој се унутрашњости посебно истиче донжон кула звана Небојша.

**29. Споменик деспоту Стефану Лазаревићу** постављен је 1981. године на платоу Горњег града Београдске тврђаве. Бронзана статуа приказује деспота за чије владавине је Београд први пут постао престоница српске државе. Аутор споменика је београдски вајар Небојша Митрић.

**30. Споменик „Победник”** налази се у крајњем западном углу платоа Горњег града, а рад је вајара Ивана Мештровића. Споменик је висок 14 метара, а представља бронзану скулптуру наог мушкарца са голубом, која је постављена на платоу Горњег града у част десетогодишњице пробоја Солунског фронта октобра 1928. године.

**31. Спомен обележје предаје кључева** је место на коме је 19. априла 1867. године прочитан ферман султана Абдул Азиса и где је кнез Михаило примио кључеве града од турског заповедника Али паше Ризе. Поводом стогодишњице догађаја постављено је спомен-обележје, рад вајара Михаила Пауновића.

**32. Споменик захвалности Француској** који је свечано откривен 11. новембра 1930. године у присуству краља Александра Карађорђевића, на иницијативу Друштва пријатељства Француске, рад је вајара Ивана Мештровића. Зелена површина око споменика уређена је по угледу на француске паркове.

**33. Велико и Мало степениште** су први објекти парковске архитектуре у Београду настали су у првој деценији 20. века по пројекту Јелисавете Начић, прве жене архитекте у Србији. Радови су завршени 1928. године изградњом нових Великих степеница према пројекту архитекте Александра Крстића.

**34. Гробница народних хероја** подигнута је 1948. године, а гранитним плочама су обележена гробна места Ђуре Ђаковића, Ивана Милутиновића, Иве Лоле Рибара. Плоче су донете са градилишта храма Светог Саве, а бисте су рад вајара Стевана Боднарова из 1949. године. Године 1957. ту је сахрањен и Моша Пијаде чија је биста рад вајара Славољуба Станковића.

**35. Београдски Зоолошки врт** отворен је 12. јула 1936. године. Током бомбардовања Београда 1941. године врт је у великој мери страдао. Зоолошки врт се данас простире на 6 хектара и поседује око 2.000 животиња са око 200 дивљих и домаћих животињских врсти. Кроз Зоолошки врт годишње прође преко 800.000 посетилаца и он представља посебну атракцију града (Поповић, 2006).

Поред ових главних атракција постоји још низ капија, мостова, споменика, фонтана и спомен-обележја, који овом приликом неће бити набројани.

Београдска тврђава спада у подручја интегративне конзервације над којим се примењује скуп метода којима се користи служба заштите споменика културе према Закону о културним добрима – техничка конзервација, реконструкција и ревитализација, као и метода којима се користи урбанистичка заштита – хоризонтална и вертикална регулација, чување силуета и визура, примена материјала и архитектонских елемената. Регулациони план Београдске тврђаве треба да дефинише неопходне мере при коришћењу културног добра. До сада је археолошки истражено само 8 хектара простора Београдске тврђаве, што је око 12% од овог својеврсног „музеја под земљом”. Шест хектара Доњег града, од Видин капије до Капије Карла VI, под којима лежи историјско благо деспотовог града, као и још 52 хектара, за које се и не може претпоставити шта све крију, минимално су раскопавани, углавном као пратећи посао уз рестаураторско-конзерваторске радове. Од 2002. године Београдском тврђавом управља ЈП Београдска тврђава која је задужена за обављање културно-уметничке и пословне делатности и послова од општег интереса за град Београд у области уметничко-књижевног стваралаштва и сценских делатности, делатности галерија и музеја, забавних активности и издаваштва. Предузеће своју делатност обавља на простору Београдске тврђаве и Калемегданског парка. Иницијативе које се остварују кроз покровитељство ЈП Београдска тврђава односе се на краткорочне и дугорочне пројекте који за циљ имају ревитализацију и конзервацију споменика културе, комуникацију међу стручњацима из земље и иностранства, побољшање туристичке понуде као и остваривање услова за примењивање Конвенције о заштити старих заната. Иницијативе које су покренуте су:

„Пасарела над доњоградским булеваром”, „Секција тврђава и остатака утврђених градова у Србији”, „Остваривање предуслова за приступање УНЕСКО баштини”, „Очување старих заната”, „Сарадња са академским институцијама“, „Пројекти ревитализације Београдске тврђаве”. Процент истражености од 2000. године порастао је са 5% на садашњих 12% јер је град почео да издваја новац за систематске археолошке радове. Мали проценат истражености је последица чињенице да су археолошка и систематска истраживања скупа. Дирекција за информисање и културу Министарства спољних послова 2007. године донела је одлуку да Београдска тврђава уђе на Прелиминарну листу светске баштине УНЕСКО-а. Завод за заштиту споменика културе Републике Србије урадио је стручно образложење, а ЈП Београдска тврђава којој су поверене на управљање Београдска тврђава и парк Калемегдан у државној својини, а чији је корисник град Београд, предузело је велике рестаураторско-конзерваторске радове и све неопходне мере се да обезбеди услове како би ова просторна целина ушла под заштиту УНЕСКО-а. Током 2008. године Завод за заштиту споменика културе града Београда предвидео је следеће пројекте:

- Пројекат инфраструктуре Доњег и Горњег града Београдске тврђаве;
- Пројекат лифта са приступним комуникацијама везе Доњег и Горњег града;
- Пројекат урбаног мобилијара и пројекат презентације покретних културних добара;
- Римски бунар - пројекат санације и пројекат инсталација;
- Капија Карла VI - II фаза, обнова барокних фасада;
- Бастион I Југоисточног фронта - II фаза, регулација горње површине са ориљоном;
- Југоисточни бедем Горњег града, Сахат капија Јужна капија, Пролом;
- Комплекс Зиндан капије - комплетан пројекат;
- Велики барутни магацин - комплетна ревитализација;
- Јужни бедем - обнова дела бедема у сектору порушене Сава капије;
- Бастион III Југозападног фронта - презентација Куле VII подграђа;
- Полубастион изнад Сава капије - обнова фланки и фаса са осматрачницама;
- Презентација остатака Сава капије - обнова зидова са делимичном реконструкцијом;
- Бастион II - обнова топарница, фланка и куртина, делимична обнова фаса (II фаза);
- Улазни комплекс у Унутрашње утврђење, Византијска капија и Турска кула;
- Комплекс Куле Небојша са Воденом капијом и куртинама;
- Северни бедем - презентација са делимичним надзиђивањем,
- Казамати Југоисточног фронта - главни пројекат рестаурације, I фаза;
- Пројекат рестаурације и ревитализације над Казаматима, II фаза;
- Краљ капија, II фаза - замена ограда, стаза и платоа код споменика Победник.


Након спровођења опсежних радова и акција на ревитализацији Београдске тврђаве очекује се да она постане кључни културно-туристички комплекс и атракција на регионалном и националном нивоу (ЈП Београдска тврђава).



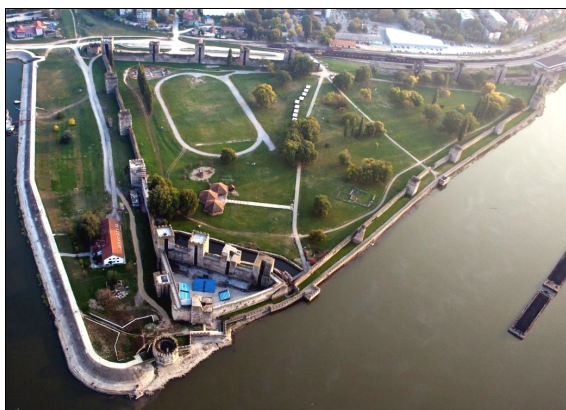
## СМЕДЕРЕВСКА ТВРЂАВА

Смедеревска тврђава је велико утврђење на десној обали Дунава, на ушћу реке Језаве у Дунав, недалеко од Београда. Положај утврђења је стратешки биран пошто услед близине две реке није могао бити освојен без подршке чамаца са реке, што је Смедерево чинило тешко освојивим. Међутим, тадашња престоница Србије била је, највише од страха од Турака, саграђена на самој граници државе што је било јако неповољно јер није било градова ни икаквих природних препрека који би штитили град.

Табела 15. Основни подаци о Смедеревској тврђави

СМЕДЕРЕВСКА ТВРЂАВА							
 <p>Слика 16. Смедеревска тврђава Фото: А. Терзић</p>	<p><b>Туристичко-географски положај</b>            Република Србија            Подунавски округ            Општина Смедерево            удаљеност од важних центара:            Нови Сад – 136 km            Београд – 60 km            Ниш – 163 km</p>						
	<table border="1"> <tr> <td>Период изградње</td> <td>14. век (1338 – 1342)</td> </tr> <tr> <td>Врста културног добра</td> <td>Споменик културе</td> </tr> <tr> <td>Категорија</td> <td>Од изузетног значаја</td> </tr> </table>	Период изградње	14. век (1338 – 1342)	Врста културног добра	Споменик културе	Категорија	Од изузетног значаја
	Период изградње	14. век (1338 – 1342)					
Врста културног добра	Споменик културе						
Категорија	Од изузетног значаја						

Када је 1428. године преласком Београда под власт Угарске Србија остала без престонице, деспот Ђурађ Бранковић одлучио је да сазида нову престоницу. Град је саграђен за свега две године, али је упркос томе, ово била једна од највећих тврђава у Европи тога доба. Смедерево је током једног дела прве половине 15. века било ослонац српске средњовековне државе, а представљало је културно, духовно и књижевно седиште Србије. У Смедереву је владао деспот Ђурађ, који је по престоници коју је изградио назван „Смедеревац“ (Петронијевић, 2006). Троугаони облик тврђаве предодредио је ток Дунава, Језаве и Петијевског потока. Зидана је на 72 m надморске висине, а обухватала је простор површине око 10 ha. Град је садржао 25 кула, од тога, Великом граду је припадало 19 кула, а Малом граду 6 кула. Град је са две стране ограђен водом, а са треће стране је окренут ка копну. На улазној капији постојао је мост преко рова који је окруживао град са копнене стране (Петронијевић, 2006).



Слика 17. Смедеревска тврђава из ваздуха  
Извор: <http://www.tvrdjava.com>

Смедеревску тврђаву су чинили Мали и Велики град. Мали Град је представљао посебно утврђен деспотов дворац који је окружен водом, док се комплекс Великог Града састојао од архиепископске резиденције и стамбене области. Смедеревска тврђава се састоји од неколико делова: утврђени дворац на ушћу река Дунав и Језаве (Мали град, изграђен у првој фази конструкције, 1428 – 1430. године), утврђено подграђе (веће насеље, изграђено у периоду 1430 - 1439. године), област доњих одбрамбених зидина (ескарпмента) са кулама, фортификација – отворени простор ка југу, око кога је касније развијен данашњи град са луком и Марином.

Као и на примеру других средњовековних градова, Мали град у Смедереву је био посебно ограђено утврђење у које се за време опсаде града склањао владар и које се посебно бранило ако би Велики град пао у руке освајача. Успон Смедерева, као места у коме обитава владар и налази се двор, био је праћен и стицањем високог ранга у цркви, па је Смедерево после 1434. године постало седиште митрополије, а катедрална црква Свете Богородице изграђена је на простору Великог града. У турско време, ова црква је преобраћена у џамију, а затим порушена. Деспот Ђурађ је 1453. године успео да уз сагласност султана откупи мошти светог апостола и јеванђелисте Луке, а ова реликвија је пронета кроз Србију и положена у гробницу у митрополитској цркви.



Слика 18. Основа и објекти унутар Смедеревске тврђаве

Извор: <http://www.tvrdjava.com/>

Снага смедеревских зидина најбоље је показана током османлијских напада. Град се успешно бранио 1439. године и то скоро три месеца када се предао услед недостатка хране. Град је одолео нападу Мехмеда II Освајача 1453. године који је исте године освојио Цариград, али се 1459. године Смедерево предало без борбе Турцима чиме и формално престаје да постоји средњовековна српска држава. Током 15. века тврђава је више пута надограђивана, а данашње контуре добија 1480. године (Нешковић, 1975).

Тврђава је претрпела знатна оштећена током бројних ратова, неколико бомбардовања и експлозије муниције која се налазила у оквирима тврђаве. Опште стање овог културног споменика је лоше и због негативних утицаја природних и људских фактора, а посебан проблем представља железница и њена инфраструктура чија локација није компатибилна са очувањем карактера овог културног добра.

## „ПРОКЛЕТА ЈЕРИНА“

Ирина (Јерина) Кантакузин, праунука византијског цара Јована Кантакузина, удала се за сина Вука Бранковића и Маре Хребељановић, кћери кнеза Лазара, 1414. године у Вучитрну. Јерина је постала деспотица Србије 1429. године на крунисању Ђурђа Бранковића у манастиру Жича. Пошто је, по смрти деспота Стефана, по пређашњем уговору, морао да престони Београд уступи Угарима, деспот Ђурађ на ушћу Језаве у Дунав подиже град Смедерево. О изградњи Смедерева, које је изграђено за кратко време уз огромне жртве становника Деспотовине остала је у народу лоша успомена. Гуслар, ипак није дирао вољеног владара „Ђурђа Смедеревца“, него је сву кривицу свалио на његову жену, „проклету“ Јерину и „њене“ Грке, странце. Јерина је имала и утицај на политику деспота Ђурђа, посебно у намери да своје две кћери уда за највеће непријатеље не би ли их, држао подаље од својих граница. Млађа, Кантакузина (Катарина), удата је за грофа Улриха Цељског, шурака угарског краља Жигмунда, а онда је, на налог султановог везира, старија кћер Мара послата султану за жену (Мавро Орбин, 1601). Турци из Смедерева у Једрене одведоше Мару, а с њом, као јамчевина да деспот неће у ратни савез с Угарима, одведоше и браћу јој Гргура и Стефана. И упркос томе, султан Мурат, удари и освоји Смедерево које се предало због глади, а владарски пар морао је у изгнанство. Деспот је успео, уз дипломатско умеће и товари блага које је дао Угарима, да поврати Смедерево, али није дуго проживео, умро је већ 1456. године у Смедереву. Јерина је морала да побегне из Смедерева и склони се на Рудник, где ју је отровао син Лазар, у незаситој жељи да се докопа „тајног“ очевог блага (Политикин забавник, 2011, бр. 3074).

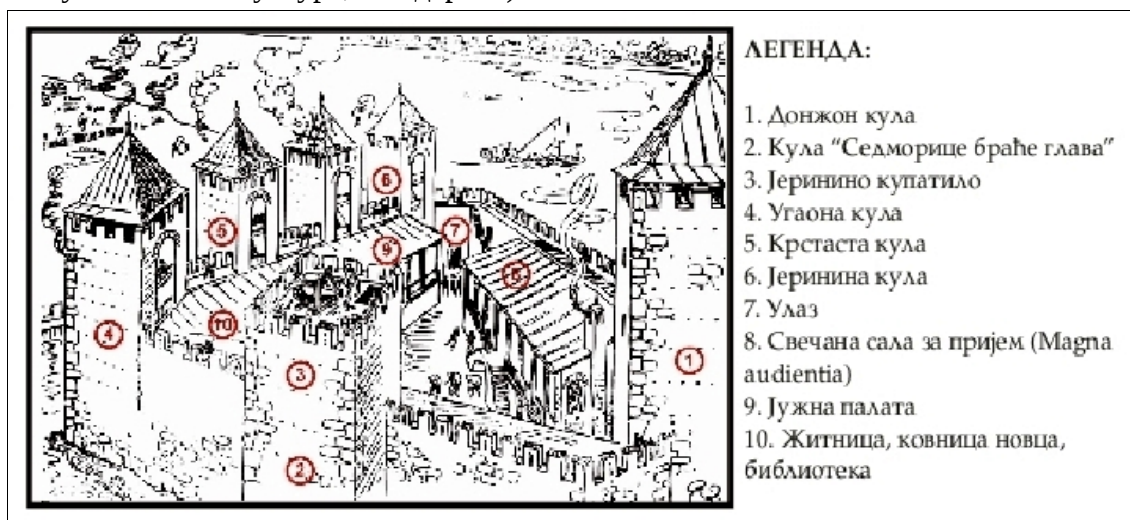


Слика 19. Изглед племства у средњем веку

Извор: [www.medieval-life-and-times.info](http://www.medieval-life-and-times.info)

Од 1946. године тврђава се налази под заштитом државе и регистрована је као културно добро од изузетног значаја. У периоду од 1975. до 1994. године спроведена је рестаурација утврђеног дворца (Малог града), рестаурација зоне ескарпмента са Дунавске стране, рестаурација дела зидина са Дунавске стране, рестаурација угаоне-камене куле, истраживања свих рестаурираних структура, цркве и турског купатила. Велики Град је био прилично разрушен док су на Малом Граду вршене реконструкције и донекле му је враћен пређашњи изглед. Утврђени дворцац је истраживан археолошки, док су истраживања подграђа још увек недовршена. Поред бројних археолошких налаза из различитих историјских епоха (од 15. до 20. века), ископине су допринеле откривању темеља дворске палате са помоћним зградама, а у подграђу су откривени остаци сакралног комплекса, турског купатила и стамбених објеката (Џуњак, 1998). Иако је већи део конзерваторских послова спроведен и структура дворца стабилна, постоје проблеми са мањим поправкама и константним одржавањем, док је стање утврђеног подграђа врло лоше. С обзиром да детаљна конзервација није спроведена делови зидина

су прилично оштећени. Делови тврђаве, односно зидина ескарпмента се налазе још увек под земљом и њихово стање ће бити утврђено тек након додатних археолошких ископавања. За потпуну рехабилитацију Смедеревске тврђаве потребна су даља истраживања и рестаурације свих зидина и грађевина унутар комплекса, као и реконструкција појединих структура у њеном непосредном окружењу. Према пројекту који је израдио Регионални завод за заштиту споменика културе, предвиђени трошкови потребни за рехабилитацију су процењени на 22 милиона евра (Регионални завод за заштиту споменика културе, Смедерево).



Слика 20. Идејно решење реконструкције Малог града Смедеревске тврђаве


Извор: [www.tvrdjava.com](http://www.tvrdjava.com)

До Смедеревске тврђаве се стиже скретањем са аутопута Е-75, доласком у Смедерево, те се локалним путем долази до самог утврђења, иако је квалитет пута прилично лош. Са спољне стране Варошког бедема постоји паркинг простор са капацитетом до 50 места, док се паркинг-услуге не наплаћују. Паркинг је формиран као привремено решење за одржавање манифестације „Смедеревска јесен 2007“ и још увек је у истом стању. Улаз у тврђаву је дозвољен и контролисан, док се улаз у Мали град наплаћује, а наплату врши Туристичка организација Смедерева (радно време је сваког дана од 08 до 20h, а цена индивидуалне улазнице износи 100 дин). У тврђави постоји осветљење дуж пешачких стаза у простору Великог града, док је простор Малог града потпуно осветљен. Неопходно је извршити потпуно опремање тврђаве инфраструктуром у оквиру чега је неопходно извести и функционално и декоративно осветљење како унутрашњег тако и спољашњег простора. У оквиру тврђаве постоји базна инфраструктура, 20 клупа и канти за отпатке, као и неколико покретних тоалета. Информативне табле постоје код главног улаза, на капијама и на улазу у Мали град, као и поред археолошких остатака сакралног комплекса и турског амама у Великом граду. Културне установе не постоје у самој тврђави већ у њеном непосредном окружењу, док се у оквиру локалитета налази информативни пункт туристичке организације и сувенирница. Такође, у оквиру тврђаве постоји и кафић на отвореном који функционише у летњем периоду. Од атракција у Смедеревској тврђави поред археолошких остатака, постоји пространа парковска површина која се користи у сврхе организације културних, спортских и туристичких манифестација, као и затворен сценски простор и шеталиште уз бедем тврђаве са погледом на Дунав. Културни програми на тврђави се континуирано одржавају у летњем периоду, а најпознатије манифестације су „Смедеревска јесен“ и „Тврђава театар“ (ТО Смедерево).

## РАМСКА ТВРЂАВА

Тврђава Рам се налази око 30 km североисточно од Пожаревца, у истоименом селу, смештеном на обали Дунава, између Костолца и Великог Градишта, недалеко од античког утврђења Ледерата. Ово место је насељавано још од праисторије, а по доласку Римљана, препоставља се да је Рам (Ледерата) био део система утврђења који су чували границе царства и чинили тзв. Дунавски лимес. По досељавању Словени у непосредној близини тврђаве формирају насеље. Крајем 9. века у извештајима из угарско-бугарских ратова на овом месту се помиње тврђава Хором.

Табела 16. Основни подаци о Рамској тврђави

РАМСКА ТВРЂАВА							
 <p>Слика 21. Рамска тврђава Фото: А. Терзић</p>	<p><b>Туристичко-географски положај</b> Република Србија Браничевски округ Општина Велико Градиште насеље Рам удаљеност од важних центара: Велико Градиште – 3 km Од Београда – 124 km Од Новог Сада – 200 km Од Ниша – 227 km</p>						
	<table border="1"> <tr> <td>Период изградње</td> <td>15. век (1483. године)</td> </tr> <tr> <td>Врста културног добра</td> <td>Споменик културе</td> </tr> <tr> <td>Категорија</td> <td>Од великог значаја</td> </tr> </table>	Период изградње	15. век (1483. године)	Врста културног добра	Споменик културе	Категорија	Од великог значаја
	Период изградње	15. век (1483. године)					
	Врста културног добра	Споменик културе					
Категорија	Од великог значаја						

Писани извори помињу Рам као место сукоба Византије и Угарске у 12. веку, а зна се да је 1483. године по налогу султана Бајазита II, на граници са Угарском подигнута тврђава петоугаоне основе са каменим бедемима и пет кула са топовским отворима, што је Рам учинило једним од првих артиљеријских утврђења. Тврђава је подигнута на стени која се са северозападне стране спушта ка Дунаву. Тврђаву Рам су саградили Турци да би оснажили одбрану границе између Смедерева и Голупца од угарских упада. Стратешку важност ово утврђење је имало самоуправом до 1521. године, када су се прошириле границе турске империје на север, а оно је изгубило свој значај као погранична тврђава. Прве детаљније описе Рамске тврђаве оставио је турски путописац из 17. века Евлија Челебија. У периоду Кочине крајине тврђава је знатно оштећена због експлозије муниције 1788. године, када је аустријска посада изгинула предвођена бароном Фон Лопрештијем, познатим као „херој од Рама“. Током 18. века, у аустро-турским ратовима, Рам је поново стратешки значајно упориште, а затим замире до половине 19. века, када га Турци напуштају. Рам има одлике артиљеријске тврђаве, а по начину грађења се битно не разликује од старијих остварења војне архитектуре, иако спољном обрадом зидова одсликава византијске традиције (Симић, 1984).

Тврђава је неправилне петостране основе са кулама на угловима. Куле су различитог облика, али су истоветне по укупном одбрамбеном и архитектонском решењу. Куле имају приземље, два спрата и платформу оивичену зупцима, а на сваком

спрату налазе се по три засведене топовске нише и једно зидано ложиште. Својом величином и изгледом издваја се улазна кула, која има три спрата и две платформе са зупцима. На бедеме се излазило зиданим степеништем, одакле се могло ући у куле. Око тврђаве је постојао и нижи спољни бедем са скривеним путем, као и ров, преко кога се мостом ступало до капије (Дероко, 1950). Главну иновацију представљају посебно грађени топовски отвори распоређени у оквиру бедема и кула, који указују на активну примену артиљерије у систему одбране. У раздобљу турске власти око тврђаве се развило цивилно насеље, о чему данас сведоче остаци једног амама и каравансараја. У централном делу тврђаве налазе се и остаци џамије. Археолошка истраживања вршена су током 1980. године. Иако је релативно добро очувана, тврђава у Раму је изложена тихом пропадању у очекивању отпочињања конзерваторских радова (Симић, 2003).

#### ЛЕГЕНДЕ О НАСТАНКУ ТВРЂАВЕ РАМ

*О настанку дунавске тврђаве Рам која се налази на месту где Дунав прави велику кривину, сачувано је неколико легенди. Једна од њих приповеда да је Рам основао Рем, брат Ромулов, зато што је желео да се и по њему именује неки град као што је Рим назван по његовом брату. Пошао је у потрагу за местом где би подигао град и повео са собом лепу Летицију. Путујући Дунавом, угледали су бегуљак, и задивљени његовом лепотом одлучили су да на њему подигну град по имену Рам.*

*Друга легенда везује настанак Рама за досељавање Словена који су овде подигли пагански храм, по коме је град добио име.*

*Трећа легенда оснивање града везује за султана Бајазита II, који је у предању од ратовања са Угарима наложио да му на узвишењу над Дунавом положи на траву ћилим – “ихрам” да се помоли. Након успешне битке наложио је да се на месту где је стајао његов ихрам подигне тврђава названа Ихрам, односно Харам-Рам.*

*Свака од ових легенди има своје историјске темеље, пошто је развој тврђаве везан за Римљане, Словене и Турке ([www.tovg.org](http://www.tovg.org)).*

Рамска тврђава се налази у селу Рам, на територији општине Велико Градиште. Регионалним путем се долази до села, а затим локалним путем кроз село до саме тврђаве. До саме тврђаве је могуће доћи аутомобилом, међутим погодније је паркирати ауто у непосредној близини локалитета где постоји неуређени паркинг простор капацитета неколико аутобуса. У оквиру тврђаве постоје земљане пешачке стазе. Тврђава се налази на литици изнад Дунава, па је са те стране знатно теже приступити тврђави иако постоје уске стрме стазе. Приступ локалитету је дозвољен без икакве наплате, а с обзиром да је отворена за посету, иако је туристички неуређена, тврђава не добија никакве приходе од туризма. Тврђава није осветљена, иако су у току преговори са државним институцијама око осветљења тврђаве. Од базне опреме на тврђави не постоји готово ништа, нема клупа, канти за отпатке, као ни осветљења. Такође, не постоје информативне табле, сигнализација, нити икаква обележја, што је огроман недостатак који указује на немарност према споменицима културе. На локалитету не постоје установе културе и нема никаквих садржаја, док се у близини локалитета налази викенд насеље, иако ови смештајни објекти нису категорисани и о њима се не води евиденција. Основне атракције на којима се овај локалитет базира су археолошко налазиште Ледерата (из римског периода), римско купатило, средњовековно утврђење Рам, турски караван-сарај и православна црква. У близини овог локалитета, спојен насипом уз Дунав, је и познати римски локалитет Виминацијум који је недавно туристички афирмисан.

Тренутно не постоје водичке службе иако је у плану формирање ове службе. Интерпретативни и аниматорски програми не постоје, док се већина манифестација одржава у околини, у Великом Градишту и на Сребрном језеру.



*Слике 22. и 23. Рамска тврђава, унутрашњост (лево) и са Дунава (десно)*

*Фото: А. Терзић*

Према речима представника културних установа у овом месту „у Рамску тврђаву се никада није улагало, тако да се она и не користи у туристичке сврхе јер није обезбеђена. Тек недавно је почело озбиљније приступање овом проблему и створена је повољнија клима за решавање приступа и искоришћавања ове тврђаве. Све што је од туристичке инфраструктуре и супраструктуре икада грађено, изграђено је на Сребрном језеру које се налази на око 15 km од Рамске тврђаве“ (Туристичка организација Велико Градиште).

## ГОЛУБАЧКА ТВРЂАВА

Средњовековни Голубац настао је на остацима старијег римског утврђења, што је последица тога да су средњовековни градитељи препознали добар стратегијски положај те су искористили основе старијих утврђења за изградњу нових тврђава. Саграђен је на обали Дунава на самом улазу у Ћердапску клисуру, на литицама узвишења Радана (Дероко, 1951). Усечен у стену свакако да је представљао једно од најтежих препрека упаду непријатеља са севера. На овом месту налазила се римска тврђава „Viso Suprae”, а у средњем веку се помиње као мађарски град за време краља Лудвика I, тачније 1337. године (Дероко, 1950). Основа Голубачког града је неправилна, доследно прилагођена конфигурацији терена. Највишим тачкама утврђења, источним и јужним, тешко је било прићи због стеновитог терена, а најлакши могући приступ терену је са западне стране. Између зидова и кула је постојала веза, па се из сваке куле, кроз посебан отвор, могло изаћи на одбрамбени зид (Симић, 1983).

Табела 17. Основни подаци о Голубачкој тврђави

ГОЛУБАЧКА ТВРЂАВА		
 <p>Слика 24. Голубачка тврђава Фото: А. Терзић</p>	<p><b>Туристичко-географски положај</b></p> <p>Република Србија Браничевски округ Општина Голубац удаљеност од важних центара: Голубац – 3 km Велико Градиште – 17 km Београд – 134 km Нови Сад – 210 km Ниш – 208 km</p>	
	Период изградње	14. век
	Врста културног добра	Споменик културе
	Категорија	Од изузетног значаја

Турци држе град до 1444. године када је по одредбама Сегединског мира припао Србима који владају Голупцем до 1458. године, након чега га поново преузимају Турци (Срејовић, 1994). Године 1481. хришћанска војска на челу са угарским краљем Матијом Корвином осваја Голубац, али за кратко, јер се ускоро повлаче натраг у Угарску (Симић, 1983; Дероко, 1951). Срби Голубац за кратко време освајају у Првом српском устанку, а затим, у Другом српском устанку, али ипак, он је коначно предат Србима на управу тек 1868. године. Тврђава је проглашена за споменик од изузетног значаја 1979. године (Споменичко наслеђе Србије, 2009). Током 1930-их година кроз Голубачку тврђаву пробијен је магистрални пут, а улазна капија је срушена без претходно урађене документације. Истраживачки и конзерваторски радови започети су 1969. године, а завршени 1987. године.





Слике 25. и 26. Голубачка тврђава, са пута  
Фото: А. Терзић

### ЛЕГЕНДА О ГОЛУБАЧКОЈ МУШИЦИ

Ђердап као национални парк у Србији је простор на коме се налази изузетно богатство биљног и животињског света, као и велики број раритета, међу којима и голубачка мушица (*Simulium raptans golubacense*). По легенди, када је Свети Ђорђе убио аждају на острву Ада-Кале, у близини Голубачког града, из њене одрубљене главе излетеле су чудне мушице које се не могу наћи нигде осим у Голубачкој околини.

„Поред Дунава је био рит и у њему аждаја која сваке недеље прождираше по девојку. Изнад куле, добошар је ударао у бубањ да окупи свет и испрати најлепшу девојку аждају у чељусту. Тек што се девојка спремила, појави се јунак на коњу, с мачем о појасу и копљем преко рамена и рече да ће уместо девојке поћи аждају. Кад аждаја виде коњаника, сукну јој



из чељусту пламени ветар, запалише се таласи и читава река буктала је у пламену. Аждаја се вине у облаке, али јој тада јунак пресече језик из којег је пуштала пламени ветар. Све се затресе кад се аждаја стропошта на земљу и поче да бежи пољем, али је јунак сустиже, удари копљем и одруби јој главу. Од њена вриска размакну се облаци, а њена црна крв потопа поље. Одсечена аждајина глава полете до Голубачког града и паде у пећине, а из ње излете опака голубачка мушица. Народ, пак, за спомен на страшни догађај место где добошар удараше у бубањ назва Бубањ; поље одакле аждаја поче да бежи – Бегановац; поље које се обоји аждајином црном крвљу – Црно поље; где у пожару изгоре рит – Пожаревац; место где јунак стиже аждају и одруби јој главу – Стиг, а поље којим са звиждуком одлете одсечена аждајина глава – Звижд“ ([www.tvorac-grada.com](http://www.tvorac-grada.com)).

Слика 27: Св. Георгије убива аждају

Извор: <http://sacredmistsblog.com/the-day-of-saint-george>

Голубац је био опасан са девет кула углавном четвртастог облика. Испред најнижег дела утврђења налазио се водени ров, преко кога се мостом, кроз капију, улазило у град. У граду је постојало унутрашње и спољашње утврђење. Нема поузданих података када је Голубац прешао у српске руке али се зна да га је једно време држао кнез Лазар, а после 1389. године освајају га Турци, али га угарски краљ Сигисмунд

преузима 1392. године (Катанић, 1971). Угари су град држали неколико година, а затим га предали кнезу Стефану Лазаревићу, који 1426. године склапа уговор да после његове смрти градови Београд, Голубац и предео Мачве припадну Угрима, али заповедник града предаје град Турцима.

Данас је Голубачка тврђава запуштена и угрожена бујањем вегетације, унутрашњи дрвени прилази кулама су трули и опасни, па је посматрање тврђаве безбедно само са спољне стране, а улаз у тврђаву, иако је могућ пењањем уз зидине, није препоручљив из безбедоносних разлога.

Општина Голубац је припремила пројекат „Оживљавање Голубачке тврђаве“, чиме се реализује стратешки план развоја туризма на овом подручју. Планом ревитализације тврђаве предвиђено је обнављање зидина, измештање трасе Дунавске магистрале која пролази кроз тврђаву и изградња нових објеката у оквиру тврђаве – музеј, туристички центар, театар, марина и други објекти. Завршен је идејни, а у току је израда главног пројекта за ревитализацију тврђаве. Отпочето је регулисање правних односа са власницима објеката и парцела испред и око тврђаве. Завршетком обилазнице око тврђаве створиће се услови за реализацију друге фазе пројекта, темељна истраживања и уређење тврђаве. У тврђави би се након реконструкције у главном објекту налазио Музеј Голупца, а у једној од кула изложбена галерија. На отвореним кулама биће уређени видиковци, а у самој тврђави планира се театар за око 400 људи. За реализацију овог пројекта потребно је око шест милиона евра, а програм се реализује у оквиру сарадње између Србије и Румуније, који финансира Европска Унија, а координатор је Министарство финансија Републике Србије ([www.pressonline.rs](http://www.pressonline.rs)). Ипак, овај пројекат је и предмет бројних полемика стручњака и заинтересованих страна.



Слика 28. Идејно решење Голубачке тврђаве

Извор: [www.pressonline.rs](http://www.pressonline.rs)

Поједини стручњаци сматрају да би се спровођењем оваквог пројекта од изузетно вредног споменика културе направио комерцијални туристички производ, те да би се тиме угрозила начела заштите и одрживог развоја споменика од изузетног значаја за Србију. Проблем је у томе што се приликом израде оваквих планова не консултују у довољној мери надлежне институције, Министарство културе и Завод за заштиту споменика културе.

## ТВРЂАВА ФЕТИСЛАМ У КЛАДОВУ

Данашње Кладово подигнуто је на месту где се некада налазило праисторијско насеље, а затим антички град Занес. На месту античког Занеса основан је почетком средњег века Нови град, који су порушили Мађари 1502. године. Међутим, Нови град се поново подиже 1524. године, после разарања Турн-Северина, по заповести султана Сулејмана Величанственог, када командат турске војске Бали – бег, у циљу ратовања са Угарском подиже знатно јаче утврђење и даје му име „Fethi Islam“ (Фетислам). Нова тврђава Фетислам саграђена је на темељима античког града Занеса. Тврђаву Фетислам сачињавају две фортификационе целине из различитих епоха, Мали и Велики град. Мали град су подигли Турци 1524. године као значајно стратешко упориште за освајање Северина и ердељских градова (Симић, 2003). У складу са временом у коме је настало, ово утврђење има одлике рано-артиљеријских фортификација. Правоугаоног је облика, а састоји се од горњег и приобалног дела. На угловима се налазе кружне куле које имају приземље и два спрата, а завршавале су се купастим дрвеним крововима. Куле повезују бедеми који су се завршавали шетном стазом оивиченом зупцима. Најстарији опис тврђаве потиче из 1666. године, а дао га је турски путописац Евлија Челебија: „Тврђава се налази на једном узвишењу на обали Дунава, грађена је у облику четвороугаоника и снабдевена је са дванаест јаких и високих кула. Тврђава има двоструке зидове, окоп и једну демир-капију која је окренута према југоистоку. У кули изнад капије налази се Сулејман-ханова џамија са минаретом зиданим од цигле и кућа диздара. Пред градском капијом налази се мусала и мејташ. На југоисточној страни града налази се спољна варош“ (Јаковљевић, 2010).

Табела 18. Основни подаци о тврђави Фетислам (Кладово)

ТВРЂАВА ФЕТИСЛАМ			
 <p>Слика 29. Тврђава Фетислам, Кладово Фото: А. Терзић</p>	<p><b>Туристичко-географски положај</b> Република Србија Борски округ Општина Кладово место Кладово удаљеност од центара: Београд – 253 km Нови Сад – 329km Ниш – 239 km</p>		
	<table border="1"> <tr> <td>Период изградње</td> <td>16. век</td> </tr> </table>	Период изградње	16. век
	Период изградње	16. век	
	<table border="1"> <tr> <td>Врста културног добра</td> <td>Споменик културе</td> </tr> </table>	Врста културног добра	Споменик културе
Врста културног добра	Споменик културе		
<table border="1"> <tr> <td>Категорија</td> <td>Од великог значаја</td> </tr> </table>	Категорија	Од великог значаја	
Категорија	Од великог значаја		

Иако добро утврђен, Фетислам пада 1591. године под налетом хајдука које је на њега послао влашки војвода Михајло. Пошто је град разорен и опљачкан, варош је опустела јер су се повукли и хришћани плашећи се турске најезде. Ипак, Турци су задржали тврђаву, а нова варош се подигла са десне стране тврђаве. Нови град, помиње се под данашњим именом Кладово, за време аустријско-турског рата 1688 – 1690. године. Старије мало утврђење, у раздобљу аустроугарске власти, опасно је новим

системом бедема, односно нашло се у средишту нове бастионе артиљеријске тврђаве Фетислам. Велико утврђење, како се обично назива, неправилне је полигоналне основе, са шест бастиона повезаних куртинама. Нове Фетисламске фортификације грађене су правилно клесаним блоковима камена у нижем делу и полуобрађеним ломљеним каменом у горњој зони. У њиховом оквиру налазе се три капије – Варошка, Ороспи и Дунавска. Испред главног бастионог фронта налази се ров, који је већим делом био испуњен водом. На прилазу капијама постојали су дрвени покретни мостови (Симић, 1983). Нова бастиона артиљеријска тврђава грађена је у више етапа. Прво су у периоду од 1717. до 1739. године подигнути зидани бастиони, повезани земљаним бедемима и омеђани палисадама (Јаковљевић, 2010).



Слике 30. и 31. Спољна капија тврђаве Фетислам у Кладову  
Фото: А. Терзић

О реконструкцији коју врше Турци 1739. године сведочи натпис на једној плочи: „Мехмуд-хан, мајдан великодушја и милости, победоносни и добромисаони султан, чије славно име и победе испунише свих девет сводова небеских, свевишњи је учинио бајрак овога султана победоносним и принудио непријатеља вере да у њега милост просе, помоћу свевишњега Творца он је победио више градова, а између осталих и овај рају подобан град, који беше руком поганика много оштећен, но он и њега украси и у њему многе красне зграде подиже, а међу њима и овај дивни амам, који је углед архитектонских дела испод небескога свода. И њега направи рука најспособнијега и најсавршенијега архитекта. Његова је форма тако лепа и одлична да гледаоца доводи у чудо. Нека велики и свемоћни Бог овога цара, који целим светом управља, одржи на царском престолу у срећи и благостању. Ово састави слабомоћни роб Таксин, у спомен овог новог Махмудовог Амама 1156-1739“.

Све до 1810. године било је неколико безуспешних покушаја заузимања Кладова, са тешким губицима руске и српске војске. Тек крајем 1810. године, после пада Неготина, Турци без борбе предају Кладово српској војсци. Међутим, већ 1813. године га без борбе поново заузимају и приступају обнови тврђаве о чему сведочи запис са варош-капије кроз коју се улазило у град. Знатно касније, око 1818. године, бастиони су повезани зиданим куртинама, али је изградња спољних утврђења изостала. Током прве половине 19. века тврђава је представљала упориште за очување турске превласти у Србији. Борба за ослобођење Кладова, коју је кнез Милош повео пошто је стабилизовао прилике у Србији 1824. године, трајала је читаву деценију, а 1833. долази до ослобођења Кладова. Иако је варош ослобођена, град Фетислам који су Срби тада називали „Светислав“, ослобођен је тек априла 1867. године када су сва утврђења у Србији предата Србима (Јаковљевић, 2010).

### МИТ О ДУНАВСКОМ ВОДЕНОМ ДУХУ



Дунавски водени дух је зао, патуљастог изгледа, с брадом до појаса и ногама као у козе, на глави има рог и козје уши, а глава му је покривена црвеним фесом. Станиште Воденог духа се, према разним причама, налази на дну дубоких речних вирова, језера или мора. У Дунаву их има 99, а њихов старешина је стоти (Тартор), који носи бубањ и бич којима позива духове, кажњава потчињене и људе на реци дави. Водени духови се скупљају у језеру код Доњег Милановца, код града у Кладову и код Воловске баре у Сипу. Жртве позивају именом, даве их и одвлаче на речно дно ланцима и бичем који жртви обавију око врата. Да би се нашао утопљеник, у народу је постојао обичај да се спрема неслана погача са „рајском“ свећом, нага жена расплете косу, загази у воду између поноћи и првих петлова, па пусти погачу низ воду и моли нечастивог да пусти утопљеника (Кулишић, 1970).

Слика 32. Илустрација Воденог духа

Извор: [www.godsbay.ru/slavs/images/slav090.jpg](http://www.godsbay.ru/slavs/images/slav090.jpg)

Тврђава Фетислам налази се поред магистралног пута, са посебним прилазом до тврђаве, на пар стотина метара од центра Кладова. Испред самог улаза у тврђаву постоји паркинг површине око 400 m<sup>2</sup>, а капацитета је до 8 аутобуса или 20 аутомобила, док је квалитет паркинга солидан, паркинг сервис не постоји. Пешачка стаза је уређена и представља прилазни пут с обзиром да приступ тврђави није могућ за моторна возила. Шеталиште поред обале Дунава налази се у наставку пешачке стазе која је асфалтирана, а унутар тврђаве је калдрмисана стаза која је на неким местима реконструисана. Улаз на локалитет је дозвољен, без контроле улаза и без наплате улазница. Тврђава је археолошки истражена, а обимни конзерваторски радови обављени су у време изградње Хидроелектране Ђердап II, будући да је воде ове акумулације делом потапају. Конзерваторски радови на Фетисламу нису довршени 80-их година када је Хидроелектрана финансирала заштиту, уређујући амфитеатарски простор за велике културне догађаје. Тврђава је угрожена посебно са дунавске стране где су топовске куле изложене утицају сталних осцилација нивоа Дунава.

Општина Кладово, која управља тврђавом нема ни кадровских ни финансијских могућности да се побрине за заштиту тврђаве, тако да је тренутно тврђава отворена за покретање одређеног бизниса у том простору, али уз услов да брину и о његовој заштити. Међутим, готово ништа није рађено у оквиру овог простора, локалитет је недовољно осветљен, иако постоји електрична мрежа и могућност побољшања осветљења. Због небриге, базна опрема на локалитету је у лошем стању, нема клупа, канти за смеће, као ни тоалета. У Доњем граду тврђаве, који се користи као парковска површина, одређене делове зидина населили су бескућници, који додатно уништавају културно добро изградњом помоћних објеката користећи грађевински материјал са тврђаве. Постојећи амфитеатрални простор унутар тврђаве је запуштен, обрастао травом и руиниран. Нема адекватних информативних табли на локалитету, не постоје јавне и приватне установе које привређују или нуде одређене услуге на овој тврђави. У

близини тврђаве се налази Археолошки музеј Ћердапа I и Галерија туристичког центра, али не постоје угоститељски објекти, услужни објекти, као ни сервисне службе (Туристичка организација Кладово).



*Слике 33. и 34. Запуштени амфитеатрални простор у тврђави Фетислам*

*Фото: А. Терзић*

Највећа атракција тврђаве је површина простора који заузима парк, а у оквиру ње постоје спортски терени, као и летња позорница на самој обали Дунава, казамати, неиспитани подземни лагуми. На локалитету не постоје туристичке услуге, док се одређени програми обиласка тврђаве повремено могу наћи у понудама локалних туристичких агенција и хотела. Водичка служба не постоји на самом локалитету, већ се по потреби организује када се формирају веће групе посетилаца, што је врло ретко. На тврђави се тренутно не реализују никакви културни ни аниматорски програми, док је овде до 1989. године одржавана манифестација „Кладовско лето”. Повремено се у Малој тврђави организују концерти, пре свега комерцијалног карактера (Туристичка организација Кладово).

## ОПШТЕ СТАЊЕ КЉУЧНИХ РЕСУРСА И ПЛАНОВИ РАЗВОЈА КУЛТУРНЕ РУТЕ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“ У СРБИЈИ

На Дунаву у Србији постоји седам боље очуваних остатака утврђења, махом из средњовековног периода. Тврђаве у Бачу, Петроварадину, Београду, Смедереву, Раму, Голупцу и Кладову представљају изузетно вредне културне ресурсе за Србију, те се уз адекватну рестаурацију и менаџмент могу адаптирати и остварити изузетно високу туристичку посећеност. Све ове тврђаве су проглашене споменицима културе од изузетног или великог националног значаја, заштићене су законом и налазе се у надлежности Министарства културе Републике Србије. Бригу о овим тврђавама воде локалне и регионалне институције за заштиту споменика културе. Министарство културе има задатак да обнавља, промовише и управља овим тврђавама, али има и задатак да промовише ове тврђаве и обезбеди њихово очување у изворном облику за будуће генерације. Туристичка организација Србије и локалне туристичке организације такође дају подршку развоју туризма на овим локалитетима кроз одређене акције и маркетинг активности.

Међутим, ниво очуваности и конзервације ових тврђава се знатно разликује од локалитета до локалитета. Такође, туристички развој и туристичка посета је знатно већа на појединим тврђавама у оквиру великих градова као што су Београд, Нови Сад и Смедерево, где су тврђаве у већој мери реконструисане и користе се у јавне и туристичке сврхе. Ове тврђаве имају пристојне инфраструктурне елементе, релативно добар систем менаџмента и маркетинга, као и бројне културне програме који се одржавају током године (махом током летњег периода). На овим тврђавама (Бачка, Петроварадинска, Београдска и Смедеревска тврђава) постоје информативни центри, који дају посетиоцима шансу да добију адекватне информације о тврђавама. Функционисање ових центара ипак није адекватно, те је најчешће везано за делатност музеја који се налазе на овим локалитетима. Ове тврђаве привлаче велики број туриста, домаћих и страних, док највећи број посетилаца чини локално становништво које свакодневно посећује ове тврђаве (Станојловић, Ивков-Џигурски, Драгин, 2010).

С друге стране, мање фортификације смештене на подручју Ћердапа – тј. Рамска, Голубачка и тврђава Фетислам, прилично оскудевају у инфраструктурним елементима, тешко су доступне, док је Голубачка тврђава затворена за посете због повећане опасности од одрона. Такође, не постоји ни адекватно управљање овим споменицима а маркетинг готово да и не постоји, осим у појединим публикацијама које користе пре свега Голубачку тврђаву као специфични пејзажни маркер. Културни програми и интерпретација на овим тврђавама су оскудни, пошто чак ни основна осветљења и табле са информацијама о локалитетима нису присутне. Ако посматрамо другу групу тврђава, тачније Рамску, Голубачку и тврђаву Фетислам, уочавамо да их посећује веома мали број посетилаца. Разлог тога је њихова изолованост од већих насеља, слаба инфраструктурна опремљеност, недостатак програма и интерпретације, низак животни стандард и културно-образовни ниво становништва, али и неадекватни менаџмент и потпуно одсуство маркетинга. Да би се ове тврђаве туристички активирале неопходне су велике инвестиције и бројни пројекти, а пре свега изградња базе инфраструктуре и адекватно означавање и интерпретација на тврђавама у овом региону. Посебан парадокс је то што је овај регион (Доње Подунавље, подручје Ћердапа) означен као најатрактивнији и најперспективнији за туристички развој (Станојловић, Ивков-Џигурски, Драгин, 2010).

Прва ствар која се уочава је да ови локалитети имају знатне проблеме са деградацијом и недовољном конзервацијом културних елемената. Ово је најчешће

присутни ризик када се ради о културном наслеђу археолошког типа, као што је то случај са тврђавама, где је присутан недостатак адекватних принципа управљања и конзервације остатака. Оштећење археолошких остатака је готово сигурно када се ископине остављају изложене и незаштићене без икаквог менаџмента или ресурса за њихову заштиту и конзервацију. Врло чест случај је да се ископине и археолошки остаци закопавају како би се умањило физичко оштећење уколико не постоје адекватна средства за заштиту ископина. Утицаји физичке деструкције могу бити од физичке детериторизације као што је пуцање и одроњавање камених структура са утврђења (врло чест проблем код тврђава у Србији), ерозија и ломљење ископаних културних слојева, као и вандализам и намерно уништавање од стране посетилаца и локалног становништва (нпр. у мањим насељима је било уобичајено разрушавање зидина утврђења ради поплочавања улица и изградње кућа).

Треба поменути да одређени археолошки локалитети такође подлежу знатном ризику уколико нису адекватно вредновани и категоризовани у адекватну категорију културног добра под заштитом државе (нпр. Петроварадинска тврђава, која је категорисана у националном регистру као добро од великог значаја иако карактеристике и степен очуваности ове тврђаве одговарају вишем степену заштите). Овај ризик укључује нижи ниво законске заштите, ограничене финансијске ресурсе за заштиту, менаџмент и конзервацију, пошто држава усмерава заштиту и финансијска средства ка културним добрима вишег ранга. Други проблем је сезоналност посета, те док је зимска сезона екстремно тиха и готово сви услужни капацитети су смањени на минимум, у току летње сезоне ови локалитети су преплављени посетиоцима, посебно из разлога што се у том периоду одржава и највећи број фестивала и културних догађаја. Такође, из истог разлога хорде локалног становништва су у свакодневном животу привучени на ове локалитете у истом периоду. Упоредо са чињеницом да постоји недостатак инфраструктурних елемената и туристичке интерпретације као и информативних табли, указује се на интензивни утицај на елементе наслеђа (природне и културне) у том периоду. Сезоналност се може делимично умањити кроз организацију неколико културних догађаја у вансезони.

Иако тврђаве које се налазе на Дунаву у Србији немају велики број посетилаца током године, одређене деградације кроз утицај посетилаца се могу уочити, посебно током популарних фестивала, када је уочен недостатак интересовања и игнорисање културних добара, као и неодговорно понашање самих посетилаца. На овим тврђавама може се рећи да се одређени аспекти угрожавања ових добара од стране посетилаца могу окарактерисати као последица недовољног броја информација, бесплатног промотивног материјала, маркетинга тврђава као културних вредности, што иде руку под руку са недостатком интерпретације. Обезбеђивање добрих информација за посетиоце може поспешити узајамну корист између потреба посетилаца и користи за саме тврђаве. Атрактивност Дунавских тврђава и осетљивост локалитета као културних добара захтева промене у менаџменту ка више одговорности и бриге за ова културна добра која су истовремено и изузетне туристичке атракције.

Што се тиче партнерства и разумног планирања културног туризма, уколико је интерпретација добро испланирана, искуство културног наслеђа не мора увек бити базирано на директној вези са локалитетом или историјским чињеницама. Интерпретативно причање прича осветљава историјске атрибуте данашњег културног пејзажа, као што је Дунав и тврђаве које се налазе у његовој близини, где се вековима мешала традиција више култура и нација. Традиционални пејзаж садржи спектар историјских вредности које остају сакривене без адекватне интерпретације, а интерпретација у развоју туристичког производа захтева очиту сарадњу између актера из области културе и туризма (de Rojas, Camarero, 2007).



Тренутно ниједна од наведених тврђава се не налази на Листи светске културне баштине, иако је УНЕСКО дао подршку креирању културне руте „Тврђаве на Дунаву” у 2009. години. Пошто успешан туристички развој појединачних тврђава и њихов пласман на туристичком тржишту није могућ, постоје могућности за њиховим умрежавањем и заједничким туристичким развојем кроз креирање културних итинерера (маршута, рута). Перспективе будућег развоја туристичког производа оваквог типа дестинација може бити повезан са формирањем културних рута (Briedenhann, Wickers, 2003; Meyer, 2004) – са тематиком војне архитектуре у Европи, која је интегрисана у програм Савета Европе 1995. године, као и Вензел и Вобанова рута која је добила сертификат „Културна рута Савета Европе“ у 2004. години. Треба напоменути да тврђаве у оквирима Србије нису укључене у ове две европске културне руте. Културна рута „Тврђаве на Дунаву“ тренутно се налази у фази припреме и подржана је од стране Савета Европе.

## ПРОГРАМИ ИНТЕРПРЕТАЦИЈЕ И АНИМАЦИЈЕ НА КУЛТУРНОЈ РУТИ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“ У СРБИЈИ

Имиц локалитета, града или региона се базира како на физичким елементима, тако и на серији искустава која се креирају око ових елемената, генерално се ширећи ка „живој култури“ и атмосфери места (CIUTAT Project, 2005). Културне атракције се базирају на историјским догађајима, личностима или периодима које су популарне међу савременим туристима који желе да директно искусе прошлост дестинација које посећују (Prentice, 1994; Wilson, 2002; Chhabra et al, 2003). Централни изазов у културном туризму је начин реконструисања прошлости у садашњост кроз интерпретацију и анимацију.

Интерпретација и анимација у туризму су форме комуникационог процеса дизајнираног тако да открива значења и односе наслеђа кроз искуство са објектима, локалитетима, пејзажима или илустративним медијима. Интерпретација и анимација не представљају просту презентацију информација, већ специфичну комуникациону стратегију која се користи да претвори информацију у такву форму коју сви могу лако да схвате (Richards, Wilson, 2006). Интерпретација и анимација не само да треба да описују историјске догађаје, већ треба да створе разумевање или емоционални одговор, да повећају поштовање, свест и уживање у културном наслеђу (Puczko et al, 2007). Одговарајућа, аутентична интерпретација се посматра као средство побољшања мултикултуралног разумевања и побољшања квалитета туристичког доживљаја (Ћомић, 2007). Туристичка интерпретација и анимација се сматрају кључним аспектима који осигуравају квалитет туристичког доживљаја, тако да се сматрају ефективним средством менаџмента и елементом одрживог туризма на културним дестинацијама. Перцепције посетилаца могу се разликовати у зависности од различитих медијума преко којих добијају информације, такође се путем ових средстава могу давати и упутства за адекватно понашање на самом локалитету (Stewart, Hayward, Devlin, 1998; Richards, 2000).

Интерпретација и анимација се сматрају ефикасним средством управљања посетиоцима, што је посебно видљиво у примерима управљања културним добрима, где систем управљања посетиоцима смањује опасности од негативних утицаја посетилаца и подједнако даје значај историји и култури земље или места у оквиру којих се културно добро налази. Укључивање културно значајних споменика/локалитета у развој туризма, чиме оно постаје културни туристички ресурс захтева активно управљање како би се осигурала реалистична очекивања посетилаца и њихово адекватно понашање на дестинацији (Russo, 2002; Timothy & Boyd, 2006). Пошто не постоји неутрални или чисто физички простор, углавном се тврђаве посматрају као друштвене демонстрације моћи, које су повезане са симболичним или иконским значајем. С обзиром да значења места не могу бити фиксна, простори су склони променама и отворени за различите интерпретације и значења. Дакле, места и пејзажи, као и културни споменици, су у сталном прогресу, константно се откривају, обнављају, дограђују од стране група и појединаца, и садрже различита значења за различите групе. Адекватно коришћење интерпретације омогућава дестинацији или атракцији да преузме контролу над управљањем сопственим ресурсима, што омогућава побољшање квалитета доживљаја код посетилаца (Puczko, 2006).

Интерпретација се састоји у постојању и доступности основних информација о локалитету, било кроз писане материјале, информативне табле и путоказе, или кроз програм водичке службе (персонални или аудио-визуелни). Идеално је уколико на

локалитету постоје оба вида интерпретације. Модерни музеји и локалитети користе широк спектар интерпретативних средстава, од оних основних као што су информативне табле, панои и путокази, до савремених средстава као што су видео и 3Д пројекције. Постоје и водичке службе, као и аудио апарати (више-језични) који могу заменити водича на дестинацији, али у том случају је потребно кретати се одређеном рутом са јасно одређеним временским задржавањем.



Слике 35. и 36. Инфо панели на тврђавама (лево – тврђава Бач, десно - Фетислам)

Фото: А. Терзић

Оквирни модел који обезбеђује ефективно средство за разматрање нивоа интерпретације и анимације на локалитетима културног наслеђа, дефинисани су у односу на услове и нивое интерпретативних програма које поједини објекти у оквиру тврђава користе. Нивои интерпретативних и аниматорских програма су рангирани по скали од 1-5 а критеријуми су дефинисани:

- Без интерпретације – не постоје апсолутно никакве информације о тврђавама као културним добрима, њиховој историји или данашњем карактеру, као ни основни материјали попут мапа, ознака и једноставних брошура (оцена 1);
- Основна интерпретација – значи да основне информације о тврђавама као културним добрима јесу доступне у одређеној мери, као и основни промотивни материјали попут мапа, ознака, плаката и брошура (оцена 2);
- Једноставна интерпретација – као додатак основним информацијама о локалитету, нуде се и додатне услуге као што су водичке службе, електронски дисплеји са информацијама, посебне изложбе на локалитету које дају детаљна објашњења посетиоцима. Овај критеријум обухвата информације које су доступне у музејима и односе се на историју и културни значај (оцена 3);
- Напредна интерпретација - означава коришћење свих средстава једноставне интерпретације, затим коришћење савремених технологија попут компјутеризованих приказа, 3Д дисплеја и аудио-визуелних симулација у циљу што лакшег преношења свеобухватних информација (оцена 4);
- Софистицирана интерпретација – означава коришћење свих средстава напредне интерпретације, дакле коришћење савремених технологија, али и њихову интеграцију у едукацију посетилаца како би побољшали позитивне ставове ка конзервацији и поштовању локалитета и обезбедили дугорочну заштиту и задовољство туриста (оцена 5) (Henrich, 2009).

Чињеница је да постоји веома мало информација и лош кориснички сервис на

већини тврђава дуж Дунава у Србији. Приступ појединим локалитетима је чак и потпуно онемогућен. Такође, систем је организован тако да уколико неко жели да дође до материјала или информација о локалитетима мора да плати (нпр. брошуре, памфлети, улазнице у музеј, водичка служба). Ова чињеница вероватно чини посетиоце незаинтересованима да се уопште информишу о локалитетима. Још већи проблем од наведеног је и то да су тврђаве у Србији релативно слабо промовисане. Постоји мали број књига, брошура и каталога који се могу купити у музејима и туристичким центрима. С обзиром на мали број туристичких објеката који се налазе у оквиру самих тврђава дуж Дунава, као и интерпретативних и аниматорских садржаја, различити нивои интерпретације су уочени на појединачним локалитетима. Тренутно, на већини локалитета у Србији, од интерпретативних средстава користе се информативне табле са најосновнијим информацијама, а садржина ових панела је прилично оскудна (назив локалитета и период градње, док на појединим локалитетима постоји и мапа локалитета), док нема опширнијих података о историји локалитета. Водичке службе постоје у оквиру Петроварадинске тврђаве, Београдске тврђаве и Смедеревске тврђаве, искључиво у оквиру инфо центра и музеја, спроводе се само у случају постојања групе посетилаца, наплаћују се и морају се заказати пре саме посете, а доступне су на српском и енглеском језику. Остали локалитети немају формиране водичке службе, већ се водичи могу ангажовати посредством локалних туристичких организација и музеја. Значајнији помаци у интерпретацији су видљиви на Београдској тврђави, на којој постоји могућност коришћења савремених техничких средстава у интерпретацији (Stanojlović, Ivkov-Džigurski, Dragin, 2010).

Може се закључити да је генерални ниво интерпретативних и аниматорских садржаја на тврђавама у Србији дефинитивно сведен на минимум (График 2). Користе се врло оскудни информативни извори који се најчешће могу срести у виду инфо табли, брошура и информација доступних у оквиру музеја који нуде и водичке службе, те је неопходно употпунити интерпретацију у погледу квалитетних и репрезентативно приказаних информација о самим локалитетима и њиховом културно-историјском значају.



Слике 37. и 38. Музеј Кула Небојша (лево) и унутрашњост (десно)

Фото: А. Терзић

Један од примера праксе увођења нових интерпретативних система на тврђавама је изградња модерних објеката, попут музеја који је формиран у оквирима куле Небојше на Београдској тврђави. Иако овај музеј поседује изузетно квалитетну модерну аудио-визуелну и интерактивну опрему која се користи у сврхе интерпретације, уз кулу која се користи као музеј, дограђен је и посебан потпуно нов објекат. Овакав приступ изградње

нових објеката у оквиру тврђаве ремети општи концепт културно-историјске просторне и амбијенталне целине. У оквиру музеја организовано је виртуелно путовање кроз историју тврђаве помоћу најсавременијих пројектора, дигиталних рамова, врхунског аудио-система и 3Д поставке. Овакав приступ интерпретацији споменика културе до сада никада није спровођен у нашој земљи.

График 2. Нивои интерпретације на тврђавама на Дунаву у Србији



Извор: Stanojlović, Ivkov-Džigurski, Dragin, 2010.

Туристичка анимација је следећи вид комуникације на линији дестинација – посетилац. Приликом формирања туристичких аранжмана базираних на културним атракцијама могу се разликовати неколико врста програма анимације. Програми који се најчешће сусрећу приликом формирања културних рута су програми „живе историје“ – доживети историјски догађај на месту његовог одигравања, уз могућност каснијег увида у историјске документе и предмете који се налазе у музејима, понекад и уз видео-пројекције и друге врсте приредби. У туристичкој понуди Србије тренутно оваква путовања не постоје, иако, постоји знатно интересовање за упознавањем прошлости. Анализом туристичке понуде на сличним историјским локалитетима и тврђавама могуће је класификовати аниматорске програме који укључују:

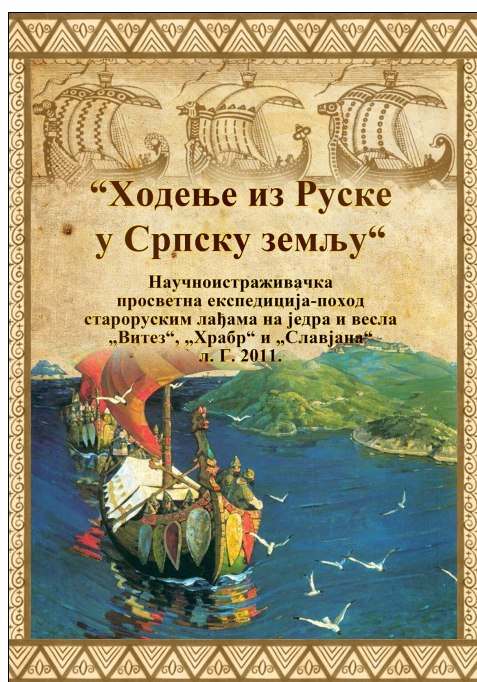
- Реконструкције историјских догађаја (Француска револуција, Наполеонове битке, итд.), проучавање историјског периода (Античка Грчка, Римско царство, Византија, итд) и религијска путовања (ходочашћа).

- Програм авантуре – најпопуларнији вид су истраживачки походи или тзв. „потраге за благом“, овај вид аниматорског програма има за циљ упознавање простора и његове историје кроз одређене авантуристичке програме и игре, при чему се тежи истраживању кроз решавање загонетки или кретањем од једне до друге тачке у простору на основу датих задатака.

- Стваралачки или хоби програми, односно програми у којима се туристи баве одређеним хобијем (сликарством, вајарством, ткањем, керамиком) или да би открили нека нова интересовања, такође постаје све популарнији. Отуда, дестинације и комплекси, посебно мањег формата и у срединама које немају велику културну понуду, развијају понуду оваквих садржаја.

• Спортски или рекреативни програми, који захтевају одређене физичке напоре и вештине, популаран су вид анимационих програма. Овакви програми су све чешће присутни на средњевековним тврђавама а укључују оживљавање витешких игара и турнира – јахање, стрелаштво, мачевање, бацање копља, национални плесови и сличне активности.

Тренутно се поједини аниматорски програми организују на Београдској и Смедеревској тврђави, али је врло чест случај да се овакви програми организују готово искључиво у оквиру појединих манифестација. Најзаступљенији програми су учење средњевековних борилачких вештина – у организацији удружења СВИБОР на



Београдској тврђави, ликовне колоније и радионице старих заната које се повремено одржавају на неким тврђавама у Србији, али искључиво у оквиру традиционалних манифестација. Могућности повезивања туристичког и уметничког доживљаја су неисцрпне, иако су веома мало коришћене у домаћем организованом туризму, како иницијативном, тако и рецептивном. У том смислу, велика је одговорност самог сектора културе, посебно јавних установа, да припреме програме и понуду за специфична туристичка интересовања и специфичне захтеве туристичких група и индивидуалаца. Та одговорност није само на музејима, археолошким налазиштима и институцијама које брину о споменицима културе, већ и на културним центрима, библиотекама, позориштима и биоскопима, да посебном политиком програмирања могу да прошире туристичку понуду својих градова.

Слика 39. Експедиција удружења СВИБОР

Извор: [www.svibor.org](http://www.svibor.org)

## ПРИМЕРИ И ПРЕДЛОЗИ АНИМАЦИОНИХ ПРОГРАМА

**Игра „Змајев траг“ на Београдској тврђави** – од 2010. године ЈП Београдска тврђава увела је нову игру у програм на тврђави, у којој се уз помоћ мобилних телефона истражује простор тврђаве и Калемегдана у покушају да зауставе „змаја“. Ова игра садржи низ едукативних и занимљивих задатака који захтевају брзо размишљање и сналажење у времену и простору, и представља идеалан начин да се посетиоци упознају са неким од највећих и најважнијих културних добара Београда. Ова игра је намењена особама старијим од 15 година, а да би се особа укључила у игру потребно је да достави било који лични документ са јединственим матичним бројем, као и телефон који поседује опцију за пренос фајлова (Bluetooth). Учествовање у овој авантуристичкој игри кошта 250 динара и продаје се у сувенирници Београдске тврђаве у унутрашњој Стамбол капији. У игри је потребно решити укупно шест задатака који се састоје од већег броја питања, а да би се ови задаци решили, учесници морају познавати тврђаву, бити спретни и креативни, а могу им помоћи и пролазници. Сви задаци и решења се добијају и шаљу СМС-порукама. Сви који заврше игру добијају симболичну награду.

**Истраживање** - волонтерски археолошки кампови, нису врста анимације, већ врста едукативних програма који се могу организовати од стране надлежних инситута и

организација. Наиме, бројни археолошки локалитети у Србији нису довољно истражени, па постоји реална потреба за оваквим програмима. Археолошка истраживања су такође веома напоран и дуготрајан процес који захтева и велика финансијска средства. Ангажовањем и обуком младих људи у археолошким камповима на истраживању, могли би се постићи веома добри резултати. Оваква пракса је веома присутна у развијеним земљама, а посебно у Америци, где се млади људи упућују у далеке земље и кроз истраживања и рад уче о историји и другим културама.

**Оживљавање историје** је врста перформанса при чему костимирани аниматори (глумци) оживљавају одређени историјски догађај (битку, венчање, заточеништво, живот на двору). Туристи који посматрају догађај могу бити укључени пасивно (као посматрачи) при чему аниматори не обраћају пажњу на њих током извођења перформанса, и активно, где и они учествују у извођењу перформанса.

**Ликовна колонија** би обухватала сликарску или вајарску колонију за децу и одрасле, која би била јединствена по тематици, при чему би професионални сликари



давали инструкције учесницима и на крају програма извршили избор најлепше слике/скулптуре. Ова врста радионице и такмичења би омогућила забаван програм за све групе учесника и представљала би врсту едукације и развоја креативности код учесника. Програм би се изводио на отвореном простору, док би се током лоших временских услова одржавао у оквиру неког од музеја или галерија. Након тога, организовала би се изложба радова и продаја, а средства од продаје би била намењена за потребе тврђаве.

Слика 40. Плакат изложбе „Дунавска авантура“, Ноћ Музеја 2011.

Извор: [www.nocmuzeja.rs](http://www.nocmuzeja.rs)

**Радионица старих заната** – израда предмета и сувенира је анимациони програм који омогућава туристима да науче нове вештине и да се укључе у израду одређених предмета. Најчешћи облик је грнчарство и израда предмета од метала, док је за жене најчешћи облик учење вештине ткања и веза. Учесће у оваквим анимационим програмима би требало бити бесплатно, под условом да се израђени предмети остављају у легату радионице, који би се по потреби могли продавати и као сувенири. Овај анимациони програм је преваходно намењен одраслима.

**Позоришне представе на отвореном** – Простор у оквиру тврђава обично је веома простран и адекватан за одржавање различитих манифестација. Ови простори се врло често користе и за одржавање позоришних представа, тако да неретко постоји и амфитеатрални део изграђен у те сврхе. Саме зидине тврђава и њихов историјски аспект имају посебну драматичност и сценографски ефекат на гледаоце. Пример коришћења тврђава у ове сврхе представља манифестација „Тврђава театар“ у Смедереву. Међутим, иако имају изузетан потенцијал за организацију оваквих програма, ни једна тврђава у Србији, осим годишњих манифестација које се одвијају у летњем периоду (у року од 2-3 дана) не организује позоришне представе као део свог регуларног програма. Историјски моменти, епска поезија, проза и лирика, дају доста материјала који би се могли искористити за организацију позоришних представа током летњег периода (нпр. представе у извођењу локалних позоришних група или студената глуме).

**Средњевековне игре** – турнири, мачевање, гађање са луком и стрелом, бацање копља, јахање и сличне вештине. Овакви програми су уобичајени на бројним туристички активираним тврђавама у иностранству. Посматрање оваквих програма је показало изузетне ефекте на туристе, с обзиром да је врло репрезентативно и представља вид својеврсног перформанса. У оквиру оваквих програма могуће је организовати и едукативне програме комерцијалног карактера, чиме би се омогућило активно учешће туриста, што је и сврха анимационих програма.

**Средњевековна музика и плес** – Обзиром да је средњевековна епоха представљала време развоја културе и уметности у Европи, потребно је више пажње посветити музици и плесу. Могуће је организовати концерте група које се баве овом врстом музике, такође је могуће вршити презентацију старих инструмената и плесних игара из овог периода (при чему су се игре у народу разликовале од оних у двору и аристократским породицама), такође је могуће организовати едукацију – како у свирању различитих инструмената, тако и у плесовима.

**Балови** – Познато је да је овај вид свечаности готово ишчезао у савременом свету, иако је овај део друштвеног живота био веома значајан у 18. и 19. веку, па све до средине 20. века. Организовање балова са историјском тематиком, односно маскенбала је интересантан вид анимације, при чему би се оживео један део културе који је у савременом друштву запостављен.

**Авантуристичка игра „Потрага за Јерининим благом“** – концепт ове игре је базиран на легенди о благу проклете Јерине. Учешће у игри би могло да буде индивидуално и групно у зависности од броја учесника. Сви учесници би добили мапу локалитета и задатке (загонетке) чијим би решавањем откривали трагове до блага. На крају игре би победници добили одређене награде (сувенир – минђуше, прстен или ланчић - копије средњевековних, одликовања, повеље и слично).

**Тематски мени у ресторанима „Трпеза прошлости“** - На свим дестинацијама у оквиру културне руте потребно је обезбедити угоститељске капацитете ресторатерског типа. У оквиру већег броја тврђава у Србији постоје овакви капацитети, међутим они не нуде тематске меније, већ углавном италијанску или домаћу кухињу. Идеја је да се направи посебан тематски мени за сваку од тврђава која би нудила специјалитете из епохе стварања тврђаве, на пример (аустријска кухиња на Бачкој и Петроварадинској тврђави, на Београдској и Смедеревској тврђави – српска средњевековна кухиња, у Раму и Кладову – турска кухиња) који би се нудили у оквиру постојећих ресторана. На овај начин би се допринело и гастрономском аспекту понуде у оквиру развоја дестинације.

Наведени програми су само неки од бројних и разноврсних могућности које пружа прилично широка тематика културне руте.



## ТУРИСТИЧКЕ МАНИФЕСТАЦИЈЕ НА КУЛТУРНОЈ РУТИ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“ У СРБИЈИ

Туристичке манифестације спадају у веома значајан аспект туристичке понуде градова, а у туристичкој понуди, манифестациони туризам може да допринесе повећању обима туристичке потражње. Манифестациони туризам представља вид туристичке понуде, у коме је садржај манифестација повезан са локацијом одржавања сам по себи туристичка вредност и привлачи потенцијалне посетиоце кроз читав низ пратећих програма повезаних са другим туристичким вредностима места одржавања (Getz, 1997; Бјељац, 2006). Према садржају манифестације имају уметнички, забавни, образовни, културни и етнографски карактер. Према месту и значају одржавања, манифестације могу бити локалне, зонске, националне и интернационалне; понављају се у одређеним временским размацима (сваке године, бијенално, тријенално), а трају од једног до седам дана. Оне представљају туристичку понуду за одређени број посетилаца који при том, према програму туристичких организација или самоиницијативно обилазе атрактивне туристичке вредности у месту одржавања фестивала (Бјељац, Ћурчић, 2007).

Данас је очигледан утицај манифестација на културни и економски развој дестинација, а имају и велики утицај на развој културног туризма у оквиру локалних заједница. Организација туристичких манифестација позитивно утиче на место или регију одржавања кроз остваривање економске добити на основу прихода од природби, од продаје производа и услуга делатности које посредно или непосредно задовољавају потребе туриста. Повећањем туристичког промета долази до побољшања квалитета угоститељских објеката и пратеће инфраструктуре, унапређења културно-социјалног и образовног нивоа домицилног становништва и посетилаца, те доприноси политичкој стабилности регије. Туристичке манифестације могу бити основни мотив доласка у неко место, али најчешће представљају допуну, тј. вид обогаћивања туристичког садржаја у туристичком месту. Локална власт обично подржава и промовише културне догађаје као део својих стратегија економског развоја, изградње националног идентитета и културног туризма. Манифестације заузврат се могу посматрати као значајно средство за привлачење посетилаца и изградње имиџа. Организатори фестивала обично користе историјске и културне теме како би развили годишње догађаје и привукли посетиоце, али такође на овај начин доприносе стварању културног имиџа дестинација тако што се фестивали одржавају у оквиру простора јавне намене које користи локална заједница у свакодневном животу. Догађаји (фестивали) имају потенцијал да генеришу туризам широког спектра када привлаче туристе ван региона, као и донаторе и спонзоре (Getz, 1997) који имају директне или индиректне користи. Туристичке манифестације ангажују и покрећу целокупну туристичку привреду, туристичке организације и придружене културне, образовне, спортске, научне и друге установе и организације, у напорима да се организују квалитетне, масовно посећене, културно, уметнички и естетски високо вредноване манифестације различитих садржаја. Као извори финансирања туристичких манифестација јављају се општински и републички буџет, средства и фондови организатора, фондови различитих удружења, спонзорство и донаторство. Културне институције које учествују у организацији манифестација, најчешће сарађују једне са другима у спровођењу плана и програма манифестација. Међутим, указује се и на то да кроз организацију догађаја, сами организатори добијају подршку и ресурсе од локалне заједнице, а притом остварују и економску добит кроз директну продају улазница и карата. Уколико се добит која се генерише, усмерава делом и на користи које треба да има и локална заједница, а не само

организатор, то води одрживом и ефективном развоју културног догађаја. У супротном, јављају се бројни проблеми, посебно уколико локална заједница осећа негативне последице организације фестивала, а који се огледа у превеликом приливу посетилаца, саобраћајним гужвама, буци, вандализаму и криминалу. Утицаји организације фестивала могу знатно утицати на квалитет живљења локалног становништва кроз обогаћивање културним садржајима, позитивним економским ефектима и развојним стратегијама које произилазе из развоја манифестационог туризма, али само ако се организацији догађаја приступа стратешки. С обзиром на атрактивност коју имају за посетиоце, манифестације представљају важан потенцијал за развој туризма. За одржавање манифестација најпогоднија су места са повољним саобраћајно-географским положајем, природним и антропогеним туристичким вредностима и развијеном рецептивном инфраструктуром. Градски центри представљају места одржавања највећег броја туристичких манифестација, а тврђаве су се показале као изузетно атрактивна места одржавања културних манифестација.

Традиционално, на већем броју тврђава у Србији се одржавају бројне манифестације, пре свега културно-уметничког и етнографског карактера, међутим, на појединим се одржавају и велики музички и позоришни фестивали, попут Егзита у Новом Саду, Фестивала пива („Beer fest“) у Београду и од недавно „Тврђава Театар“ у Смедереву. Повезане са бројним другим туристичким садржајима овог простора, тврђаве и манифестације које се на њима одржавају могу да постану, или већ јесу, битан покретачки фактор туристичких кретања у Србији. Потребно је указати на потенцијале манифестација које се одржавају на тврђавама у Србији, као и на потребу да се оне искористе у циљу афирмисања културног туризма и тврђава као споменика културе, а самим тим и да се укаже на позитивне и негативне ефекте које манифестације могу имати на овакве споменике. Утицај масовно посећених фестивала на културно-историјске целине као туристичке атракције и места одржавања културних манифестација дат је на примеру фестивала „Exit“ у Новом Саду, док су поред њега наведене и значајније манифестације које се одржавају на подручју Дунава у Србији, а користе просторе тврђава као места одржавања културних програма.

**Фестивал „Егзит“ (EXIT)** - Фестивал познат као „State of Exit“ је годишњи летњи музички фестивал који се одржава на Петроварадинској тврђави у Новом Саду. Фестивал је покренут у оквиру студентског покрета који се борио за демократске промене у Србији и по први пут је организован 2000. године на локалном нивоу, да би касније израстао у највећи музички и културни фестивал Југоисточне Европе у 2001. години. Овај фестивал је један од највећих културних и друштвених пројеката у Србији у последњих 10 година. Његов концепт осликава модерне европске фестивале, представља јединствени микс добре музике, позоришног и филмског фестивала, предавања, платформи и других перформанса. У међувремену неколико невладиних организација и комерцијалних компанија укључиле су се у организацију фестивала. Од 2007. године, фестивал је био предмет неколико официјелних и неофицијелних преузимања, па се данас организује од стране конзорцијума невладиних организација и предузећа (Besermenji, Pivac, Wallrabenstein, 2010). Егзит фестивал је прерастао у ефикасно организован фестивал који доводи неке од најпознатијих музичких имена, а 2007. године добио је титулу најбољег Европског фестивала од стране „UK Festival Awards 2007“ и „Yourpe“ Европске асоцијације 40 највећих фестивала у Европи ([www.myexit.org](http://www.myexit.org)).

Цена карата за Егзит фестивал (за сва четири дана) износи од 40 – 110 еур (промоционе цене се обично распродају пар месеци пре одржавања фестивала). Према подацима о посећености фестивала Егзит, очигледан је успех који је забележио овај фестивал. Годишње ову манифестацију посети око 200.000 посетилаца у току 4 дана трајања ове манифестације, са великим учешћем страних посетилаца (око 30%). Пошто



је постао један од највећих фестивала у Југоисточној Европи, Егзит има огроман утицај на друштво и политику земље. Може се рећи да на атрактивност фестивала утиче и сама локација, у Новом Саду, на Дунаву, а Петроварадинска тврђава као културно-историјски комплекс и туристички бисер, доказао се као идеално место за фестивал. Поред изузетне атмосфере коју пружа посетиоцима и учесницима фестивала, тврђава обезбеђује високи квалитет акустике са могућношћу постављања различитих догађаја и бина једну поред друге без мешања звука ([www.exitfest.org](http://www.exitfest.org)).

Слика 41. Летак Егзит фестивала 2011

Извор: [www.exitfest.org](http://www.exitfest.org)

Утицај овог фестивала може се посматрати и са позитивног и негативног аспекта на дестинацију, а посебно на локалитет Петроварадинске тврђаве као добра од изузетног значаја. Удружење Егзит подржава и учествује у организацији чак неколико културних догађаја у Новом Саду, међу којима је и летњи филмски фестивал „Cinema City“, а такође има удела у туристичком развоју града. Фондација „State of Exit“ основана је 2010. године са идејом да се кроз различите видове стипендирања и пројеката помогне младима у Новом Саду у стицању нових искустава и хватању корака са новим трендовима и високим професионалним стандардима у науци, култури и спорту. Овај фестивал је имао до сада невиђени успех и допринос маркетиншком позиционирању и препознатљивости Новог Сада и Петроварадинске тврђаве као дестинације, кроз масовну посећеност ове манифестације. Међутим, масовна посећеност у току релативно кратког временског периода и усмеравање искључиво на уметнички (фестивалски, музички) аспект доводи до тога да се културни значај Петроварадинске тврђаве маргинализује и ставља у функцију бине за одржавање музичког спектакла. Притом, економски ефекти које овај фестивал остварује немају никакав допринос у развоју дестинације и очувању тврђаве као културног добра, већ представљају директни приход организатора. Ово је парадокс, посебно ако имамо у виду да је уобичајена пракса да се одређени део прихода великих фестивала у Европи усмерава на очување историјских целина, посебно ако се исти користе као места одржавања фестивала. Овакав приступ и усмеравање одређеног дела средстава ка заштити тврђаве је неопходан из разлога што су негативни ефекти великог броја посетилаца приметни. Физичка деструкција културног добра је присутна, што је посебно очигледно кроз оштећења зидина подземних тунела насталих вибрацијом тла од гласне музике и „скакања“ масе ученика. Петроварадинска тврђава се током трајања фестивала користи као локација затвореног типа, на коју приступ имају искључиво учесници фестивала и посетиоци са купљеном картом, чије су цене прилично високе, док локално становништво током трајања фестивала често негодује и бива маргинализовано. Код локалног становништва приметан је различит однос према самом

фестивалу. Док већина локалног становништва подржава Егзит и поносни су на његов успех, уз то да га сматрају и начином за зараду кроз издавање смештаја, продају сувенира и сопствених производа, други сматрају фестивал сметњом и жале се на буку, гужву и неред који стварају масе посетилаца. Поједина истраживања о ставовима и интеракцијама страних и домаћих туриста и локалног становништва, довела су до закључка да већина испитаника са подручја Новог Сада, има позитивна искуства и утиске о фестивалу те да није уочила негативне ефекте који су веома чести приликом организације мега фестивала овог типа (Закић, Ивков-Џигурски, Турчић, 2009). Међутим, треба имати у виду да су испитаници међу туристима учесницима фестивала били у просеку стари 23,5 година, док су испитаници из групе локалног становништва били у просеку стари 32 године. Разговором са различитим сегментима туриста, уочен је различит став према овом фестивалу међу различитим генерацијама и профилима становништва. Том приликом је уочено да су млађе генерације одушевљене фестивалом, док старија популација сматра Егзит лошим по друштво због гласне музике, присутности дроге, насиља и слично. Позитивни ефекти овог фестивала су очигледни, а негативни ефекти које производи фестивал овог ранга били би избегнути консултовањем са стручњацима, премештањем бина на мање атрактивне и мање угрожене делове Петроварадина, као и усмеравањем једног дела финансијских средстава генерисаних одржавањем фестивала ка очувању и рестаурацији Петроварадинске тврђаве, чиме би се задовољили предуслови одрживог развоја дестинације и побољшали ефекти самог фестивала. Може се претпоставити да је разлог бројних проблема који су видљиви у организацији фестивала Егзит, његова пребрза афирмација и успех. Непланска реализација манифестација овог ранга и масовне посећености допринела је томе да се превиде бројни проблеми, да се виде само позитивни ефекти, док се негативни поричу, што је само још један разлог за наглашавање потребе планског приступа развоју дестинација.

**„ИнтерФест“ и „Вински лавиринт“** – Интернационални вински фестивал (ИнтерФест) се традиционално одржава од 2004. године и представља струковну манифестацију, која се одвија као сусрет винара, трговаца и произвођача опреме везане за винарство. Уз велики број излагача и винарија из земље и иностранства манифестација је била обогачена културним садржајем. Фестивал се организује на Петроварадинској тврђави у јуну месецу, а организатор је ИнтерФест удружење за едукацију и промоцију културе вина. Вински лавиринт је манифестација проистекла из ИнтерФест-а, а одржава се у подземним галеријама Петроварадинске тврђаве, у октобру месецу, а у оквиру које се представљају винарије из земаља из окружења. Манифестација представља интересантни спој винарства, историје и културе, уз обилазак подземних галерија и дегустацију квалитетних вина из региона. Манифестацију организује Удружење Интерфест у сарадњи са Туристичком организацијом Новог Сада, Музејем града и Српским народним позориштем ([www.interfest.org.rs](http://www.interfest.org.rs)).

**„Културни времеплов“** је манифестација коју организује удружење Епицентар је концепт под називом „Радом до искуства и шансе на тржишту“, који подразумева да у организацији фестивала учествује десетак младих, високообразованих и незапослених људи, који на тај начин долазе до могућности да зараде, али и да се стручно усавршавају. Манифестација „Културни времеплов“ организује се као промоција традиције и културе Новог Сада, Војводине и Србије, као привлачног амбијента за стварање националног бренда. Дешавање је представљено као „један дан шармантне Србије“ а програм се одвија на Петроварадинској тврђави. Циљ манифестације је

повезивање локалних самоуправа у Србији и сарадња са земљама у региону и Европи, а почиње семинарима на тему креативне индустрије, брендирања локалних средина и оживљавање привреде и индустрије ([www.basaid.rs/kat-4/un-69/kulturni\\_vremeplov](http://www.basaid.rs/kat-4/un-69/kulturni_vremeplov)).

„Дани Дунава“ су прослава која промовише чистији, безбеднији Дунав током 17 година међународне сарадње. Велики фестивали на обалама реке, јавни скупови и забава, едукативни догађаји у славу Дунава, људима који живе на реци и напретку који је остварен. Овај догађај појачава „Дунавску солидарност“ наглашавајући да упркос нашим различитим културама и историји, постоји заједничка жеља и одговорност да заштитимо овај вредни ресурс. Дан Дунава је јавна манифестација која се реализује у Новом Саду у организацији НВО „Свети Дунав“ у партнерству са НВО „Дунавско благо“ који су усмерени на привредну активност порибљавања Дунава, уз низ едукативних, забавних и културолошких садржаја ([www.danubeday.org](http://www.danubeday.org)).

„Дунавски фестивал“ под називом „Уметност плови“, први пут је одржан 2011. године у септембру месецу на Београдској тврђави, а главни програм се одвијао у кули Небојши. Фестивал представља значајан културни догађај у оквиру Дунавске стратегије и нуди посетиоцима уметничке садржаје високог квалитета. Идеја је да фестивал представи културно наслеђе Београда и Србије, али и користи га као инспирацију за нова уметничка дела, да активира нову публику и подстиче стваралаштво младих. Програм је обухватио премијеру сценско-музичког дела „Истар“ (старословенско име за Дунав), као и пројекат „Последње путовање Риге од Фере“, који је реализован пловидбом Дунавом, а завршен се у кули Небојша, као последњој станици грчког песника и националног хероја ([www.srbija.travel/dunavski-festival](http://www.srbija.travel/dunavski-festival)).

Међународна дунавска регата је највећа и најдужа речна регата на свету, траје 61 дан и прелази око 2.080 km реком Дунав. Регата је веома популарна у свету, тако да поред учесника из подунавских земаља има учесника и са других континената. На регати су заступљени учесници свих старосних група и оба пола. Регата почиње сваке године 26. јуна и креће из немачког града Инголштадта, а завршава се 28. августа у бугарском граду Силистра. У нашу земљу улази 28. јула код Апатина, а излази 14. августа код Брзе Паланке. Организатор ове регате кроз Србију је Одбор за туризам Кајакашког савеза Србије. Основно правило је пловидба Дунавом чамцима (кајаком) које покреће човек сопственом снагом по етапним местима. Дневне етапе су у просеку дуге око 45 km. У етапним местима регата борави један дан, а у главним градовима земаља кроз које пролази по два дана. Етапна места у Србији су: Апатин, Богојево, Бачко Ново село, Бачка Паланка, Нови Сад, Стари Сланкамен, Београд, Смедерево, Велико Градиште, Добра, Доњи Милановац, Текија, Кладово и Брза Паланка (<http://nauticar.rs/regate.php>).

„Дани Европске Баштине“ су међународна манифестација која се одржава сваког септембра у земљама чланицама Савета Европе, под покровитељством Савета Европе. Повод за оснивање ове манифестације је пројекат „Отворени дани културних споменика“ одржан 1984. године у Француској са циљем да споменици културе буду доступни широј јавности. Манифестација „Дани европске баштине“ установљена је 1991. године од стране Савета Европе. „Дани европске баштине“ откривају европско наслеђе чију је разноликост и шаренило могуће препознати, разумети и прихватити без обзира на културну, језичку и верску разноликост. Слоган манифестације је од 1999. године „Европа – заједничко наслеђе“. У овом програму Србија учествује од 2001.

године и од тада се разноврсни културно-уметнички програми одржавају у већем броју градова Србије. Манифестација траје два или три дана, а у њој учествује велики број културно-уметничких друштава из Србије и суседних земаља, одржавају се бројни концерти, етно-сабори, оживљавање витешког надметања, итд ([www.kultura.gov.rs](http://www.kultura.gov.rs)).

„Ноћ музеја“ је манифестација која се одржава сваке године у мају месецу у више земаља Европе. Прва ноћ музеја одржана је у Берлину 1997. године, а из Француске је 2004. године потекла идеја да се организује „Европска ноћ музеја“ са идејом да се истовремено у више градова у Европи организују посете музејима током ноћи под повољнијим условима. Ова манифестација привлачи све више посетилаца у музеје, а више од 40 земаља се укључило у овај пројекат. Прва „Ноћ музеја“ у Србији је организована 2007. године у девет градова са учешћем око 80 музеја и галерија широм Србије. Због велике популарности сваке године све већи број музеја се укључује, као и велики број локација у за сада 65 места у Србији. Разноврсан програм, перформанси и концерти учинили су да ова манифестација постане једна од најпопуларнијих у Србији ([www.nocmuzeja.rs](http://www.nocmuzeja.rs)).



Слике 42. и 43. СВИБОР, 2007. (лево) и Трка кроз историју 2010. (десно)

Извор: [www.manifestacije.com](http://www.manifestacije.com)

Међународни витешки турнир „СВИБОР“ је манифестација која се сваке године организује у Београду, на Београдској тврђави, на православни празник Духови (50 дана после Ускрса) у јуну месецу. Манифестација се одржава традиционално од 2004. године, а изводи је удружење Српског витешког борења – СВИБОР, које се труди да обнови традиционалне културно-спортске манифестације. На овој манифестацији поред витезова из Србије, учествују и витезови из земаља из окружења. Ова манифестација се одржава под благословом Српске православне цркве, а дочарава средњевековну атмосферу, представља борилачко умеће и спорт настао реконструкцијом и проучавањем древних српских витешких, монашких, дворских, изворних и народних вештина и знања, оплемењен неговањем лепих уметности, краснописа, иконописа, барелефа, оружарства, хералдике, појања и свирања на старовременим инструментима. Ово удружење учествује на бројним фестивалима у Србији и земаљама окружења, а учествовали су на следећим манифестацијама - „Дани културне баштине“ у Бачу, „Смедеревска јесен“, „Дани Београда“, „Београдска трка кроз историју“ и „Карневал бродова“ у Београду, „Видовданске свечаности“ у Крушевцу, итд ([www.svibor.org](http://www.svibor.org)).

„Дани Београда“ су манифестација која се традиционално одржава сваке године од 16. до 19. априла, у оквирима Београдске тврђаве. У оквиру ове

манifestације организују се бројне изложбе и културни програми у реализацији ЈП Београдска тврђава и Народног музеја. Саставни део програма су бројне изложбе у Галерији Београдске тврђаве, а посетиоци тврђаве сваке године имају могућност да уживају и у изложби фотографија Драгољуба Замуровића на платоу испред Павиљона „Цвијета Зузорић“, као и у бројним концертима који се организују на Музичком павиљону ([www.danibeograda.org](http://www.danibeograda.org)).

„Калемегдански сутони“ су музичка манифестација са дугом традицијом, организује се од 1968. године, од стране Музичке омладине Београда, током јуна и јула месеца. Летњи циклус концерата се организује на платоу испред Завода за заштиту споменика културе, а програм почиње на Светски дан музике, 21. јуна, и представља комбинацију музичке и сценске манифестације богатог културно-уметничког програма ([www.seecult.org/vest/43-kalemegdanski-sutoni](http://www.seecult.org/vest/43-kalemegdanski-sutoni)).

„Београдски карневал бродова“ је традиционална градска манифестација која се одржава од 2003. године са циљем да промовише реке Дунав, Саву, њихово ушће заједно са Великим ратним острвом и учини Београд препознатљивим. Поред популаризације река, Београда, наутичког туризма и инвестиција на рекама и обалама, циљ карневала је да подигне атмосферу у Београду и да приреди добру забаву. Као главни програм карневала, поред учешћа пловила из београдских marina и карневалских група, одржавају се и велики концерти и културно-уметнички програми ([www.turisticki-adresar.com/beogradski-karneval-brodova](http://www.turisticki-adresar.com/beogradski-karneval-brodova)).

„Београдска трка кроз историју“ је манифестација спортско-рекреативног типа која се одржавала од 1996. године до 1999. године, а обновљена је 2009. године. Трку организује Београдски маратон, а ради се о јединственом атлетском догађају. Београдска трка кроз историју је јединствен спој спорта, историје и културе, у коме се неколицина најбољих светских тркача такмичи на стази дугој 6.000 m. Највећи део трке се одржава на Калемегдану, кроз улице Доњег и Горњег града Београдске тврђаве. Оно што ову трку одваја од осталих јесте њена аутентичност, односно јединствена стаза за коју многи познати атлетичари кажу да је једна од најлепших. Потенцијал овог догађаја препознала је и Светска атлетска федерација, тако да кроз свој Фонд за развој финансира ову трку, а трка је емитована на Еуроспорту, Еуроњузу, Си-Ен-Ен и Би-Би-Си каналу ([www.bgdmarathon.org](http://www.bgdmarathon.org)).

Међународна рекреативна бицикличка трка „Кроз Србију“ одржава се од 1939. године. Од 1939. до 2007. године трка „Трка кроз Србију“ гостовала је и приређивала спектакле у 64 градова наше Републике. Осим свог спортског карактера, трка „Кроз Србију“ представља манифестацију која приказује свету највеће природне, културне и привредне вредности наше земље. Слогани, под којима су се одржавале неке од трка на најбољи начин показују допринос у представљању наших вредности и ширењу афирмативне слике Србије у свету. Последња трка, одржана 2011. године одржала се под слоганом „Туризам и бициклизам заједно“ и посвећена је промоцији Дунавске стратегије. Промотивна цикло-тура била је прилика да се широкој јавности прикажу активности и перспективе културно-историјског центра „Голубачки град“ и туристичког комплекса Сребрно језеро, односно Дунава као везе туризма и бициклизма у Србији ([www.tds.co.rs](http://www.tds.co.rs)).

**Међународни позоришни фестивал „Тврђава Театар“** је најмлађи позоришни фестивал у Србији, а одржава се у Смедереву, под ведрим небом Смедеревске тврђаве и нуди културни ужитак кроз висок ниво позоришне продукције. Овај фестивал основан је 2009. године са идејом да атрактивни простор Смедеревске тврђаве искористи као летњи простор за савремену позоришну уметност. Овај летњи позоришни фестивал, који се одржава током августа месеца, приказује ексклузивне позоришне представе домаћих и иностраних труппа. До појаве ове манифестације Србија није имала летњи амбијентални позоришни фестивал какви постоје у околним земљама. Смедерево је постало сцена културних и позоришних дешавања који обогаћују културни живот целог региона. Већ након прве године, фестивал „Тврђава театар“ је препознат као манифестација од националног значаја који подржава и УНЕСКО-ва канцеларија у Венецији ([www.tvrdjavateatar.rs](http://www.tvrdjavateatar.rs)).

**„Смедеревска јесен“** је туристичко-привредна манифестација која се одржава сваке године у септембру у Смедереву, у славу грозђа и вина Смедеревског виногорја, уз дефиле средњовековних витезова, са богатим културно-уметничким програмом у чувеној Смедеревској тврђави и на трговима града. Прва изложба грозђа и вина у Смедереву одржана је 1888. године на градском пристаништу и трајала је неколико дана уз општенародно весеље. Циљ манифестације је да се прикажу висококвалитетни домаћи пољопривредни производи и богато историјско и културно наслеђе, а програмом су обухваћени привредни, културни и спортски садржаји, а има сајамски карактер ([www.smederevskajesen.com](http://www.smederevskajesen.com)).

**„Рамски сутони“** су културна манифестација која се одржава током јула месеца на Рамској тврђави у месту Рам на Дунаву. Манифестација представља окупљање песника и вечери поезије који се традиционално одвијају током неколико дана ([www.travel.rs](http://www.travel.rs)).

Бројност фестивала и разноврсност програма који се одржавају на овом подручју указује на реални потенцијал развоја културног туризма на тврђавама на Дунаву. Приметна је концентрација већег броја културних манифестација на подручју Београда и Новог Сада, док се поједина насеља тек од недавно појављују на туристичкој мапи и од скора реализују културне програме у оквиру традиционалних манифестација. Обогаћивањем културних програма на овом подручју, може се очекивати побољшање туристичке понуде на Дунаву, побољшање квалитета живота локалног становништва и већа посећеност самих споменика културе и мањих насеља на овом подручју.



## ПЛАНОВИ БУДУЋЕГ РАЗВОЈА ТУРИЗМА И КУЛТУРНИХ РУТА У РЕГИОНУ ДУНАВА У СРБИЈИ

Регион Подунавља је у последњих неколико година препознат у значајном броју међународних регионалних програма као регион са изузетним потенцијалом у многим областима. Развој туризма на Дунаву је такође преопзнат као један од стратешких приоритета у наредном периоду у Србији. Овакав став је садржан и у актуелној Европској Дунавској стратегији. До недавно у Србији није уочен потенцијал Дунава као туристичког ресурса, а тврђаве у Србији су имале статус неугледних грађевина и евентуално јавних паркова за одмор грађана. Ипак, њихов статус се у последње време мења, па се јављају нове идеје, планови и пројекти њиховог ревитализовања, очувања и коришћења, пре свега у туристичке сврхе. Јављају се бројне националне и интернационалне институције заинтересоване за активирање тврђава на Дунаву као туристичких ресурса.

Од бројних институција у Србији посебно се истичу активности Министарства културе и Министарства економског и регионалног развоја Републике Србије, затим Туристичке организације Србије, а од иностраних институција истичу се активности Немачке владине агенције за техничку сарадњу (GTZ - German organization for technical cooperation).

Посебно привлачан аспект укључивања тврђава на Дунаву у туристичку понуду Србије представља њихово повезивање (умрежавање), пошто се њихов индивидуални наступ на туристичком тржишту сматра недовољно атрактивним и неодрживим у економском смислу. Самим тим осмишљено је формирање културног итинерера који би укључио и афирмисао сва утврђења на Дунаву (укупно седам тврђава).

Увидом у пројектне планове, до којих се дошло паралелном сарадњом са оба Министарства, као и приступу документацији и плановима GTZ-а, уочено је да није детаљно извршена инвентаризација ресурса и њихова валоризација, те није јасно одређено шта ће се на којој тврђави афирмисати. До сада предвиђени планови нису адекватно урађени, те долази до драстичних разлика у плановима различитих институција, као и неадекватних пренамена ресурса.

### ДУНАВСКА СТРАТЕГИЈА ЕВРОПСКЕ УНИЈЕ

Акциони план: Промовисање културе, туризма и контаката међу људима  
(Брисел, SEC (2010) 1489/3, COM (2010) 715)

Дунавски регион карактерише широк спектар комплексног и разноликог историјског наслеђа, култура, етничитета, религија, тржишта, заједница и држава. У складу са међународним конвенцијама у области културе (посебно УНЕСКО), култура се може промовисати као вредност инклузије, отворености и прихватања других засновних на међусобном поштовању. У овом региону, усвајање Љубљанске декларације представља важну прекретницу у очувању културног наслеђа, којим се потврђује вредност социјалног и економског потенцијала наслеђа и његова кључна улога у региону, као и посвећеност земаља очувању сопственог културног наслеђа. Повезан са културом и наслеђем, туризам пружа све већи допринос развоју у региону. Одрживи развој би требало да представља важан критеријум у развоју туризма у региону Дунава. Области развоја туризма, туристичке инфраструктуре и унапређивања туристичких услуга, културног наслеђа и интеркултуралног дијалога, обично су међусобно повезани.

Специфичности Дунавског региона огледају се у томе да он представља један од најинтернационалнијих сливова на свету. Дунав поседује бројне карактеристике у смислу туризма и наслеђа, што укључује бројне метрополе и градове дуж Дунава, као и атрактивне пејзаже и бројне културне споменике. Мерама би требало обезбедити дугорочну конкурентност и одрживост туристичког сектора, ојачаног кроз сарадњу, као и регионалну корист од нових достигнућа и инвестиција. У смислу историје и културе, народи дуж целог Дунавског региона имају заједничко наслеђе које би ова стратегија требало да искористи као иницијативу за промовисање даље културне сарадње. Остваривање овог приоритета такође може отворити потенцијал туристичког развоја у целом Дунавском региону кроз развој туристичких производа и промотивне политике.

### **Активности у сфери културног наслеђа:**

#### **1. Активност - „Заснованост на културној различитости као предности Дунавског региона“ што се може постићи кроз:**

- Заштиту културних вредности Дунавског региона, кроз сарадњу у заштити наслеђа, заједничка научна истраживања, размену искустава, курсеве, догађаје;
- Повећање контаката међу људима, промоцију интеркултуралног дијалога, промоцију и интеррелигијске дијалоге, језичке размене и друго;
- Унапређивање услова за размену младих;
- Организацију заједничких (културних) догађаја, фестивала, програма стипендија;
- Формирање мреже „креативних снага“, која укључује глумце у области уметности, а која се може заснивати на искуствима различитих фестивала у Дунавском региону;
- Промоцију културне размене, као и размене у уметности. Културне активности (филмови, документарци, забавне игре/програми) могу значајно допринети подизању свести када је реч о Дунавском региону;
- Подршку савременој уметности и савременим институцијама забаве, укључујући савремену телевизију, филм, музику и интерактивне игре;
- Формирање базе података која обухвата податке о културним вредностима и активностима.

Пример пројекта - „Јачање потенцијала Дунавског региона кроз културну сарадњу“ кроз организовање заједничких културних догађаја, програма, фестивала, оживљавање традиција, усмеравање културно-историјских догађаја на места која представљају наслеђе, међународна сарадња, конференције, програми размене, тематска сарадња на оригиналним историјским локацијама на Дунаву.

Пример пројекта - „Обезбеђивање рестаурације и одржавања локација од историјског и културног значаја, очување и заштита материјалног и нематеријалног културног наслеђа и омогућавање приступа заједничком културном наслеђу“.

Пример пројекта - „Окончање IRPP/ SAAN пројекта у контексту Љубљанског процеса“, који заједнички спроводе Савет Европе и Европска Комисија. Овим пројектом се истиче интегрисани приступ управљања културним наслеђем, што представља подстицај за изградњу мостова између различитих етничких заједница из целог региона, што доприноси промовисању културне различитости и интеркултурног дијалога.

#### **2. Активност - „Унапређивање сарадње и контаката између људи различитог порекла, подршка креативности и обезбеђивање покретачке снаге за културне иновације и економски развој, заснован на наслеђу, традицији и туризму“.** Овакав

приступ може помоћи повећању привлачности региона за локално становништво и туристе, а укључује сарадњу у промовисању и информисању, размену у области културе и уметности, сарадњу у истраживању и иновацијама, и у области заштите споменика.

### **Активности у сфери развоја туризма:**

**1. Активност - „Развијање Дунавског региона као европског бренда“.** Стратегија би требало да искористи позитивну представу о региону. Регионални и локални догађаји којима се прославља Дан Дунава (29. јун) представља потврду овог потенцијала.

Пример пројекта - „Развијање ознаке квалитета за Дунавски туризам“ кроз подстицање конкурентности и одрживости туризма на Дунаву (дестинације, смештај, туриоператори, услуге као што су крстарења, излети и екскурзије, итд). Потребно је дефинисати критеријуме за туризам високог квалитета, а за то се могу искористити критеријуми одрживог туризма Генералног директората за предузетништво и индустрију. За смештај се може користити принцип еко-ознаке ЕУ („цвет“), специјални инструменти комуникације, резервације путем интернета, фото кампање и слично треба да нагласе квалитет туристичких производа.

**2. Активност - „Одређивање Дунавског региона за важну европску туристичку дестинацију“** кроз израду еколошки прихватљиве туристичке стратегије за цели регион (укључујући градове и заједнице, културну баштину, природу и економију). Посебно је интересантно израдити ознаку Дунавског региона (на основу „бренда“ који је израђен много уопштеније), што би могло отворити међународна туристичка тржишта, затим, заједничко управљање туристичким дестинацијама кроз заједнички пласман, заједничке догађаје и међународно прихваћене потврде квалитета.

Пример пројекта - „Стварање транснационалних туристичких пакета као што су комбинована путовања – возом-бициклом-бродом дуж Дунава“.

Пример пројекта - „Унапређивање одрживе мобилности кроз саобраћај и међуповезаност железничког, аутобуског и бродског превоза у подунавским земљама“. (Пројекат „Дунавски саобраћај“) кроз усвајање распореда и адекватне политике цена, узимајући у обзир потребе путника (посебно оних са посебним потребама). Циљ је стварање региона прихватљивог за саобраћај и клијенте, што би омогућило стратешко туристичко позиционирање Дунавског региона уз еколошки свесну мобилност.

Пример пројекта - „Мониторинг туризма у дестинацијама у развоју/осетљивим областима, посебно у области ушћа Дунава“. Развој методологија мониторинга и прикупљање података о туристичким статистикама, активностима, мотивима и другим појединостима, као и системи управљања посетиоцима.

Пример пројекта - „Одржавање и организација манифестације „Дани дунавске културе“ и туризма на годишњем нивоу у различитим местима у сливу Дунава, са циљем промовисања Дунава као туристичке дестинације и разматрања разних тема са релевантним стручњацима“.

**3. Активност - „Промоција туризма заснованог на кратким викенд посетама и рекреацији, као и дужим посетама“.**

**4. Активност - „Даљи развој система пловидбе и лука за дунавске бродове за речно крстарење и приватне јахте“** обезбеђивањем несметане и сигурне пловидбе са одређеним стандардима за луке и другу инфраструктуру у вези са пловидбом.

**5. Активност - „Даљи развој и интензификација активног туризма“** кроз формирање путних ланаца дуж Дунава са атрактивним станицама и предлозима туристичких планова путовања за седам дана (возом, аутом, бродом, бициклом и пешке).

**6. Активност - „Додатно јачање међусобне повезаности и сарадње у**

**образовању и научним и истраживачким активностима у области туризма**“ (модернизација плана и програма за стручно и универзитетско образовање за професије у области туризма, развој сарадње у размени предавача и студената у програмима образовања и обуке у области туризма).

**7. Активност - „Унапређивање планирања и инфраструктуре за туризам“** који подразумева објекте за смештај, лучку туристичку инфраструктуру, шеталишта и стазе, информативне центре, бицикличке стазе и њихово повезивање у Дунавској области, укључујући њихову повезаност са мрежом путева, пловних путева и других врста саобраћаја. При томе, требало би се ставити нагласак на заштићене области и локације које спадају у природно или културно наслеђе, као и тематске паркове, путеве вина, осматрачнице, терене и опрему за рекреацију.

Пример пројекта - „Унапређивање туристичког крстарења на Дунаву“ (усклађивање и координација реда возње за аутобусе, возове и бродове у туризму).

Пример пројекта - „Реализација Дунавског шеталишта, предложеног од стране Дунавске туристичке комисије“.

**8. Активност - „Подршка унапређивању квалитета туристичких производа“** односно ланца набавке, израдом регионалних стратегија одрживог туризма и утврђивањем критеријума квалитета, израдом еко-ознака и сертификације, као и оснивање туристичких асоцијација и покретање кампања.

**9. Активност - „Промовисање одрживог туризма“** кроз одређене пројекте чији је пример пројекат „Подршка еколошким путевима и бицикличком туризму“ који има за циљ да се искористи све већи значај бицикличког туризма дуж Дунавске бицикличке стазе и других бицикличких стаза унутар региона. Постоји већ велики број успешних регионалних и међународних бицикличких рута у региону, али постоји простор и за креирање нових програма.

**10. Активност - „Промовисање „wellness“ туризма у региону“;**

**11. Активност - „Прикупљање постојећих података о културним активностима и формирање опсежне базе података која даје преглед културних активности у Дунавском региону“.**

**12. Активност - „Промовисање културне размене и размене у области уметности“.** Културне активности као што су филмови, документарци, забавни програми у вези са Дунавским регионом могу допринети подизању свести о региону.

Пример пројекта - „Имплементација пројекта Дунав - пут културе“. Када је реч о заштити, обнови и коришћењу културног наслеђа у многим подунавским земљама делимично постоји недостатак свести, финансијских средстава, као и административног и законског оквира. Реконструкција, заштита, развој и промовисање културног наслеђа је потребно како би се развијао туризам. Потребно је подржавати заједничке културне пројекте (реконструкцију двораца и традиционалног грађевинског наслеђа, оживљавање старих заната, израда сувенира, оживљавање и покретање нових манифестација, промовисање духа заједништва међу становницима подунавске области).

Пример пројекта - „Реализација културне карте Дунава“ заснована на постојећим материјалима и проширењу тамо где је то могуће и потребно (ARGE Donauländer).

Пример пројекта - „Реализација Дунавске медијске мреже“ - медија-центри, радио и телевизијске станице, стручњаци, владине и невладине организације.

Пример пројекта - „Даљи развој Дунавског позоришног фестивала“ (чији део је постала манифестација „Тврђава Театар“ у Смедереву)

Пример пројекта - „Промовисање Дунавског лимеса као УНЕСКО-ве светске баштине“ (пројекат финансиран од стране ЕТС – Централноевропског програма и Дунавске комисије) ([www.dunavskastrategija.rs](http://www.dunavskastrategija.rs)).

**ПРОЈЕКАТ ФОРМИРАЊА КУЛТУРНЕ РУТЕ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“**

(Министарство културе Републике Србије, 2009 - 2010)

Један од покушаја туристичке активације тврђава на Дунаву представља и пројекат формирања културне руте „Тврђаве на Дунаву“, које спроводи Министарство културе Републике Србије, под покровитељством УНЕСКО-а. Након имплементације овог пројекта, очекује се побољшање укупне туристичке понуде Србије, а посебно као понуде Дунавског региона и комплементарних могућности за наутичаре и туристе на крстарењима Дунавом. Пројектом је предвиђено постављање информативних табли, организовање манифестација, а у први план је стављена промоција тврђава на Дунаву. Концепт културног итинерера на Дунаву је сагласан концепту културних коридора, који је подржан од стране државних вођа Југоисточне Европе и садржан у Декларацијама у Варни (2005. године) и Атини (2008. године). Основни циљ пројекта је подршка развоју културних ресурса са циљем повећања свести о њиховој вредности и промоција активности у вези са њиховим одрживим коришћењем. У оквиру овог пројекта се може говорити о:

- Реафирмисању улоге културног наслеђа и разноликости као агената узајамног разумевања и промоције иницијатива како би се ови ресурси што боље користили;
  - Подршци у дефинисању и спровођењу стратегија које ће омогућити да потенцијал културног наслеђа постане фактор економског развоја;
  - Побољшавању билатералне и међународне сарадње у оквиру културног наслеђа, на нивоу регионалних организација и иницијатива;
  - Доприносу развоју културног туризма, са сагледањем могућности његове интеграције са осталим облицима туризма и туристичким програмима.
- Активности предвиђене пројектом обухватају:
- Подршку умрежавању кроз организовање конференције „Тврђаве на Дунаву – Могућности и Изазови“ и стучне радионице;
  - Подизање свести локалних заједница кроз путујућу изложбу „Тврђаве на Дунаву – културни итинерер“;
  - Комуникацију културног наслеђа путем креирања веб презентације и информисање јавности са темом „Тврђаве на Дунаву“.

Очекивани резултати пројекта су:

- Омогућен приступ квалитетним информацијама о тврђавама на Дунаву, широј јавности, како националној тако и међународној;
- Достигнут договор свих кључних актера на заједничком раду и планирању развоја тврђава на Дунаву;
- Подигнута свест јавности о важности и вредности тврђава као културних споменика, као и о потенцијалима за њихов развој и коришћење (интерна документа Министарства културе Републике Србије).



Слика 44. Карта културне руте „Тврђаве на Дунаву“

Извор: [www.kultura.gov.rs](http://www.kultura.gov.rs)

### ПРЕДЛОГ ПРОЈЕКТА „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“

(Министарство економије и регионалног развоја Републике Србије, 2010)

Предлог пројекта је поднет фонду Европске Уније ради добијања финансијских средстава за реализацију пројекта формирања базне инфраструктуре и промоције тврђава на Дунаву у Србији. Иако је овај пројекат одбијен, он даје добру основу и представља иницијативу за развој будућих пројеката у циљу развоја културних рута.

Општи циљеви пројекта су :

- Позиционирање Србије на туристичко тржиште као препознатљиве туристичке дестинације;
- Укључивање тврђава на Дунаву на туристичко тржиште Србије и Дунавских земаља са њиховом економском валоризацијом;
- Маркетиншко позиционирање Србије као дестинације;
- Укључивање тврђава на Дунаву у Србији у туристичку понуду Европских туроператора.

Планиране активности у оквиру пројекта обухватају:

- Осмишљавање и постављање туристичке сигнализације и идентификационих ознака за тврђаве на Дунаву;
- Реконструкција и обнављање области које окружују тврђаве (чишћење);
- Осмишљавање и креирање оригиналних решења осветљавања и аудио система за тврђаве на Дунаву (осветљење и техничка опрема);
- Уређивање простора за туристичке посете и стварање информационог система (информативни центри на тврђавама), као и стварање промотивних елемената за тврђаве укључујући креирање лого-а и веб-сајта.

Реализацијом овог пројекта постигло би се формирање неопходне инфраструктурне и материјалне базе за формирање туристичке понуде на овим тврђавама. Дакле, створили би се неопходни предуслови за будуће пројекте и осмишљавање анимационих и културних програма на тврђавама, а моментално би се омогућила туристичка понуда тврђава на домаћем и иностраном туристичком тржишту. Међутим, с обзиром да је тек у последње време учињен напор за остваривањем кооперације међу установама културе надлежних за ове споменике, који до сада нису сарађивали у већој мери, те да је сарадња између различитих Министарстава у Србији у реалности сведена на минимум (као разлог се наводи политичка одређеност надлежних у институцијама), реализација пројекта се не одиграва на најбољи начин. Комбиновањем представљених пројекта, али такође и стварањем нових појединачних пројекта свих укључених тврђава и њиховом заједничком реализацијом у наредном периоду, добио би се адекватни туристички производ, који би се будућим пројектима и идејама могао континуирано унапређивати и пласирати на домаћем и међународном туристичком тржишту. Самим тим, не може се очекивати да ће у неком скоријем периоду заиста доћи до формирања и пласирања овако комплексног туристичког производа (интерна документа Министарства за економију и регионални развој Републике Србије, Сектор туризма).

## ПРОЈЕКАТ ДУНАВСКЕ БИЦИКЛИСТИЧКЕ РУТЕ „ЕУРО ВЕЛО 6“

Европска бициклистичка мрежа рута („EuroVelo“) је пројекат Европске бициклистичке федерације (ECF) којим је развијено 13 међународних бициклистичких рута кроз Европу. Укупна дужина рута је 60.000 km. Руте су креиране на постојећим бициклистичким стазама као и на путевима, заједно са предложеним и планираним бициклистичким рутама које су предвиђене да их повежу. Током септембра 2008. године Комисија Европске Уније за транспорт и туризам је предвидела чак 300.000 евра за потпору пројекта „EuroVelo“ (Реасе, 2008). „EuroVelo 6“ је речна рута, која креће од Нантеса на ушћу Лоаре у Француској, наставља се ка језеру Констанца у Швајцарској и затим током Дунава кроз Немачку, Аустрију, Словачку, Мађарску, Србију, Бугарску и



Румунију до Делте Дунава и завршава се у Констанци на Црном мору. Европска бициклистичка федерација (ECF) у 2007. години на предлог Србије, изменила је ранију трасу своје бициклистичке руте Атлант – Црно море на делу после Будимпеште, које је ишла главним путевима према Црном мору. Од тада је наведена траса бициклистичке руте која иде уз српски део Дунава у дужини од 667 km обележена ознаком „Euro Velo 6“. Систем ознаке и остала обележја Дунавске бициклистичке руте који води кроз Србију је по много чему оригинална у односу на друге Дунавске земље, а за сада је и једина интернационално призната.

Слика 45: Бициклистичка рута „EuroVelo 6“ кроз Србију

Извор: <http://www.toosd.com/slike/dunav-putokaz-sd.jpg>

Постављање путоказа у Србији би је део пројекта „Donauradweg“ који је покренула 2004. године Немачка владина агенција за техничку сарадњу (GTZ), са циљем да бициклистима дуж Дунава коначно омогући оптималан, веома сигуран пут уз све потребне информације на делу Дунава после Будимпеште. Тимови пасионираних љубитеља бициклизма истражили су најбоље руте кроз Мађарску, Хрватску, Србију, Румунију и Бугарску. Први велики резултат био је сет од осам штампаних карата којим је 2005. године представљена рута од Будимпеште до ушћа у Црно море ([www.dunavskastrategija.rs](http://www.dunavskastrategija.rs); [www.ciklonaut.com](http://www.ciklonaut.com)).

## ПРОЈЕКАТ СРЕБРНО ЈЕЗЕРО (SILVER LAKE RESORT)

Привредно друштво „Silver Lake Investment d.o.o.“ основана је 2006. године са циљем реализације и праћења извођења пројекта туристичко-конгресног центра Сребрно језеро, а оснивање друштва произашло је из „NCA Investment Group d.o.o.“ основаног годину дана раније. Основна делатност овог друштва су инвестициони послови. Пројекат „Сребрно језеро“ има за циљ да се у неколико фаза прилагођених општем развоју, у близини Београда, изгради туристички комплекс који ће преко целе године нудити најразличитије услуге на високом нивоу. Замисао је „туристички резорт“ који је у складу како са домаћим рекреационим и пословним тржиштем, тако и са међународним културним, здравственим и спортским туризмом Овај пројекат је јединствен по модерним захтевима у вези са одрживошћу инвестиција, јер од самог почетка подједнако води рачуна о економским, еколошким и социјалним аспектима. Пројекат је покренут захваљујући инвестицији једног од најуспешнијих привредника у Србији, Слободана Вучићевића, којим би се на самој обали Дунава, на преко 50.000 м<sup>2</sup> и површини од преко 315 хектара земљишта омогућило креирање јединствене туристичке понуде. Пројекат „Silver Lake Resort“ у свом садржају предвиђа хотеле високе категорије као што је „Danubia Park hotel“ са четири звездице и „Luxury Hotel“ са пет звездица, затим луксузне апартмане и виле, спортско-рекреативне објекте са теренима, Марином на обали Дунава, комерцијалну зону на језеру, шеталиште, уређену обалу, рибњаке и још пуно додатних садржаја. Овакав приступ несумњиво оправдава висину инвестиције и уједно инвеститора позиционира међу мали број оних који су препознали туризам Србије као индустрију и привредну грану која ће обезбедити бољу перспективу како за општину Велико Градиште, тако и за целу Србију. Први кораци у спровођењу пројекта довели су до темељних промена омиљеног излетишта локалног становништва и љубитеља природе, што је учињено опсежним сређивањем локације, од основних елемената инфраструктуре, струје, воде, канализације и расвете које је спроведено у успешној сарадњи Друштва „NCA Investment“ и локалне самоуправе Великог Градишта. Нови садржаји формиран у оквиру пројекта допринели су да Сребрно језеро постане омиљено и све посећеније туристичко одређиште. Предност локације Сребрног језера је и што се оно налази у региону са веома значајним археолошким налазиштима попут Виминацијума, Голубачког града, Лепенског Вира, Рамске тврђаве, итд. Година 2011. била је период највеће експанзије важних инвестиција у оквиру ових пројеката, а највећи подухват представља отварање хотела „Danubia park“ који је отворен у септембру месецу, а удаљен је само 200 метара од обале језера. Ове године је активиран и путнички брод „Silver Star“ чија је матична лука на Дунаву, уз Сребрно језеро, а брод капацитета 300 путника, намењен је превасходно панорамском разгледању Дунава и знаменитости дуж његових обала. Прва релација и стандардна понуда овог брода је пут од Сребрног језера до Голубачке тврђаве, а планира се и увођење линије до Ћердапског језера. Планови инвестиција на овом пројекту се настављају, те се очекује експанзија туризма на овом подручју ([www.silverlake.rs](http://www.silverlake.rs)).





**АНАЛИЗА ПОТЕНЦИЈАЛА ЗА РАЗВОЈ  
КУЛТУРНЕ РУТЕ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“**



## КУЛТУРНА РУТА „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“ - АНАЛИЗА ОКРУЖЕЊА („PESTEL“ АНАЛИЗА)

Простор у коме се креира туристички производ није изолован од екстерних утицаја који делују у њему. На развој производа утиче већи број спољних фактора попут политичког система, економског стања у земљи, друштвених проблема и технолошког напретка. Ради формирања стратешког туристичког производа и његовог адекватног позиционирања на тржишту потребно је размотрити ситуацију у земљи и на глобалном тржишту. PEST анализа даје оквир за сагледавање ситуације на тржишту, а може се користити и за креирање могућних стратегија. Ова анализа се најчешће користи за пословно и стратешко планирање, маркетинг планирање, развој производа и истраживања. Оквир ове анализе категорише екстерни утицај окружења у шест кључних фактора: политички/законски, економски, друштвени и технолошки фактор. Фактори PEST анализе су углавном екстерни, а спровођење саме анализе треба се извршити пре спровођења SWOT анализе. Варијације PEST анализе су: PESTEL, PESTLE, PESTELI, BPEST, STEP а укључују комбинацију следећих фактора: политички, економски, социјални, демографски, технолошки, еколошки, етички, законски и пословни ([www.our.com](http://www.our.com)). Овом приликом биће извршена анализа са комбинацијом појединих фактора, те је примењена PESTEL анализа са додатком фактора пословног окружења. Ова анализа најчешће мери ситуације на тржишту, а тржиште се дефинише на основу онога шта се на том тржишту нуди, било да је то производ, компанија, пословна јединица, предлог, идеја и слично. Из тог разлога је потребно бити што јаснији приликом дефинисања тржишта које ће се анализирати. Анализа може бити спроведена на основу оцењивања елемената према одређеној скали. Овакав начин анализирања користан је када се анализира више тржишта, како би се поређењем донела одлука које тржиште има већи потенцијал. Користи се за стратегијску анализу окружења која се заснива на анализи спољашњих утицаја у које спадају: пословни, политички, економски, социјални и технолошки. Резултати PEST анализе су кључне шансе (позитивни или погодни услови у постојећем окружењу) и опасности (негативни или непогодни услови). Екстерна анализа подразумева креирање листе шанси и претњи како би формулисала стратегију да се искористе шансе а минимизирају опасности из окружења (Williamson at all, 2003).

Нестабилна политичка ситуација која је означила последње декаде 20-тог века, при којој је бивша Југославија неколико пута мењала своје границе и име, те редуковала своју територију на територију данашње Републике Србије. Ове промене биле су праћене бројним ратовима, санкцијама (политичким и економским) и општом кризом у земљи (економска, социјална). Иако је бивша Југославија имала позитивни туристички имиџ у том периоду је потпуно нестала са туристичких мапа. Са демократским променама у 1999. години Србија је отпочела транзициони процес у коме још увек покушава да обликује своју туристичку понуду. Према „Стратегији туризма Републике Србије до 2015. године“ (Влада Републике Србије, 2005) један од основних облика туризма у Србији биће базиран на стратешким потенцијалнима Дунава као водеће дестинације европског крузинга. Према овом документима, позиционирање Србије требало би да укључи три система вредности - валоризацију концепта Балкана, валоризацију концепта Дунава и интегралну интерпретацију сета вредности српске нације.

Табела 20. PESTEL анализа, културна рута „Тврђаве на Дунаву“ у Србији

Шансе	Претње
<b>Политички фактори</b>	
<p>Мир у региону; Улазак у интеграционе процесе ка ЕУ; Кључни утицај међународне заједнице; Отварање граница ка Европи; Политичке партије су постигле договор о потребама економског развоја; Реформа државне управе на свим нивоима, али без праве децентрализације; Постоји свест међу водећим политичким странкама о значају развоја туризма на Дунаву.</p>	<p>Значајна централизација политичке моћи на државном нивоу; Недостатак стратешког планирања са циљем јачања тржишне конкуренције у туризму на Дунаву; Честе промене политичке власти утичу на стратегију развоја туризма, сталне ревизије и промене пројеката и планова; Изражена корупција и криминал; Слаба сарадња и подела надлежности између надлежних Министарстава.</p>
<b>Економски фактори</b>	
<p>Српска економија показује одређену стабилност и постепени раст (стабилна валута, раст страних инвестиција); Креирање економских регија, развојних агенција и стратегије регионалног развоја; Развој туризма, шансе у услужном сектору; Економски развој слабије развијених општина (дестинација) укључених у културну руту; Повећање запослености кроз отварање нових радних места; Квалификовани и специјализовани људски ресурси свесни трендова на тржишту; Развијена пољопривреда (комплементарна са туризмом); Повећане инвестиције у изградњу туристичких капацитета.</p>	<p>Раст сиромаштва, висока стопа незапослености, ниски животни стандард; Лоши економски резултати приватизације; Нестимулативно пословно окружење; Економска неефикасност привредних субјеката; Значајно учешће сиве економије; Недостатак јаких компанија које су конкурентне на тржишту; Слаба сарадња и подела надлежности у оквиру различитих привредних сектора; Помоција туризма на Дунаву тек у повоју; Фокусирање туризма на развијене дестинације и занемаривање културних атракција.</p>
<b>Социјални фактори</b>	
<p>Повећање животног стандарда становништва; Традиција и културно наслеђе; Гостопримство; Домаће становништво „жељно“ одмора и путовања - раст броја домаћих туриста; Посете туриста из иностранства и дијаспоре.</p>	<p>Негативни демографски трендови (старење популације, миграција у градове и иностранство); Значај туризма још увек није признат од стране свих социјалних структура; Инерција, недостатак иницијативе, пасивност локалног становништва.</p>

<b>Технолошки фактори</b>	
Србија је отпочела техничку и технолошку модернизацију како би се прикључила процесима интеграције у Европску Унију; Побољшање саобраћајне и туристичке инфраструктуре – предвиђен у плановима, посебно у региону Дунава; Нови управљачки стандарди и израда планова; Развој информационих технологија, интернета и електронског пословања.	Све веће технолошко заостајање; Слаба информисаност и намерно скривање података и пројектне документације од стране појединих јавних и приватних организација; Неопходна ревитализација регионалне и локалне путне инфраструктуре и њихово уклапање у међународне стандарде; Систем путне сигнализације је недовољан и неравномерно распоређен.
<b>Еколошки фактори</b>	
Израженији еколошки захтеви; Релативно очувана природа; Активности невладиних организација; Позитивне мере за заштиту природе; Већи број туристичких компанија са високим степеном свести о заштити природе.	Не постоји метод за праћење загађености природе у подручју Подунавља; Не постоји програм за заштиту водених путева и копна против загађења ваздуха; Дивље депоније и недовољни број програма за редукацију загађења; Не постоје законске санкционе мере.
<b>Законско – регулативни фактори</b>	
Отпочет процес усклађивања са нормативама по Европским стандардима; Мање комплексна процедура за радне дозволе и изградњу туристичких објеката; Једноставније процедуре за почињање бизниса; Закон о локалној аутономији је прихваћен, што је напредак старог законског система.	Неконсистентна примена закона и других регулатива; Централизација моћи (недовољне интеграције локалних власти у међународне договоре).
<b>Фактори пословног окружења</b>	
Ослањање на традиционална емитивна тржишта; Смањење административних баријера за бизнис; Иницијативе за развој бизниса у региону Дунава; Креирање нових туристичких производа; Презентација и пласман туристичких производа путем јаког маркетиншког система.	Нестимулативно финансијско окружење - високе каматне стопе, недовољне инвестиције; Проблеми настали поделом надлежности између различитих општина; Недовољна сарадња између јавног и приватног сектора у региону; Спровођење пројеката развоја дестинације без учешћа локалне иницијативе; Низак ниво директних страних улагања, слаб интерес иностраних инвеститора; Конкурентски однос између дестинација укључених у културну руту.

Према општем мишљењу стручњака влада став да би опција Дунава могла да обезбеди најбоље краткорочне ефекте, а валоризација Дунава се сматра „quick win“, опцијом за Србију. На основу приказа и примене PEST анализе могу се приметити бројни проблеми који негативно утичу на развој културне руте „Тврђаве на Дунаву“, а то

су пре свега политички и социјални проблеми који већ дуже време потресају Србију. Ипак, због све већег акцента који се ставља на развој туризма у Србији, као пре свега услужног, а не производног сектора привреде, јављају се изузетне могућности за развој различитих туристичких производа. Због уочавања изузетног потенцијала развоја туризма на Дунаву, што је скорашњи тренд у туристичкој индустрији Европе, формирање културне руте „Тврђаве на Дунаву“ се може посматрати као валоризовање најимпресивнијих културних атракција које се на овом сегменту Дунава кроз Србију могу афирмисати у туристичком смислу.

Међутим, приликом спровођења пројекта уочени су одређени проблеми. Као највећи проблем код реализације овог пројекта јавља се питање лошег општег стања туристичке инфра и супраструктуре на простору Србије, а самим тим и на простору Српског Подунавља, посебно на локалитетима који улазе у састав ове културне руте. Један од проблема је физичко стање културних ресурса, с обзиром на то да се већи број ових ресурса налази у прилично запуштеном стању, па су неопходне знатне инвестиције у њихову конзервацију и рестаурацију. Још један изузетно важан проблем представља слаба сарадња и проблем надлежности, с обзиром да се већина споменика који улазе у састав културне руте налази власништву општина у чијим оквирима се налази, под заштитом је Министарства културе, док је инфраструктура, просторно планирање и туристички развој у надлежности Министарства економије и регионалног развоја. Одређене ставке и објекти у оквиру културне руте, неопходне за њено креирање, налазе се у надлежности више страна, како јавних институција тако и приватних власника. Већи проблеми настају када се умешају различити политички правци који се веома често смењују, те се израђени пројекти и планови врло често мењају и бивају одобравани и поништавани у складу са мандатима политичких кандидата. Веома чест проблем је и недостатак у информисаности и међусобној размени информација на различитим нивоима, што је велика препрека приликом израде капиталних пројеката развоја туризма у Србији. Често се пројекти израђени од стране општинских органа санкционишу и обустављају због неусаглашености са принципима и смерницама одређеним на нивоу надлежних институција и министарстава, те се огроман део финансијских средстава и времена узалудно троши. Још један проблем је изражена корупција, те је одређеним „личностима“ дозвољена велика слобода и коришћење државног земљишта и неретко културних споменика у личне „комерцијалне“ сврхе, што често води ка уништењу одређених историјских и уметничких својстава самих споменика.

С обзиром да су уочени проблеми исказани у овој студији, те да је наглашен значај и неопходност формирања комплексне мреже сарадње приликом формирања оваквог туристичког производа, што се показало и практично кроз иницијативу Министарства културе приликом спровођења пројекта „Тврђаве на Дунаву“ који се фокусирао на умрежавању, иницијативи и презентацији споменика културе, па се може очекивати да у будућем периоду буду превазиђени наведени проблеми.

## КУЛТУРНА РУТА „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“ У СРБИЈИ - ТУРИСТИЧКА ВАЛОРИЗАЦИЈА

Културно-историјско наслеђе које поседује потенцијал да буде занимљиво како домаћим тако и страним туристима, претходно се мора рестаурирати, заштитити, валоризовати и на квалитетан начин промовисати. Многа културна добра имају потенцијал да постану туристички производ у културном туризму, пошто на јединствен начин рефлектују историју места, животни стил и окружење, промовишу етничке и етнолошке разноликости, приказују традицију народа и самим тим пружају могућности за разноврсне доживљаје (McKernel, Cros, 2002).

Валоризација туристичке дестинације је процес процене, верификовања и потврде да конкретна дестинација својим вредностима заслужује пажњу туриста. Уколико дестинација добије позитивне оцене током туристичке валоризације, повећавају се њене шансе да постане посећеније туристичко место. Предмет туристичке валоризације дестинације су сви објекти, појаве и простори настали природним процесом или делатношћу човека, који се налазе на подручју за које се врши туристичка валоризација и који поседују одређене атрактивности за посетиоце (Хаџић, 2005; Ромелић, 2006; Бесермењи, Пивац, 2008; Станојловић, Ћурчић, Павловић, 2010). Значај туристичке валоризације као индикативног метода при утврђивању вредности и значаја неког локалитета и његових садржаја је несумњив. У прилог томе иде чињеница да се приликом израде мастер планова и стратегије развоја туризма на некој дестинацији или локалитету као кључни део узима управо туристичка валоризација. У сваком планирању одрживог развоја културног туризма од посебног је значајна туристичка валоризација културних добара, односно процена њихове вредности са становишта туризма, што омогућава сагледавање могућности да се ова добра укључе у развој туризма, а њоме треба да буду обухваћена како опипљива тако и неопипљива културна добра на дестинацији (Хаџић, 2008). Ради туристичког афирмисања дестинације, односно, културне руте у овом случају, неопходно је извршити туристичку валоризацију свих њених кључних атракција (Савић, 2007). Након извршене туристичке валоризације субиндикатори указују на то да ли су објекти подесни за развој туризма на дестинацији, али искључиво уз адекватну промоцију (Ковјанић, 2003).

Приликом истраживања туристичког потенцијала формирања културне руте „Тврђаве на Дунаву“ коришћен је модел туристичке валоризације по Хилари ду Крос. На овај начин се добила опсежна евалуација сваког појединачног локалитета, али и културне руте као целина, чија је вредност установљена на основу збирне вредности атрактивности свих тврђава које у њен састав улазе. Крајњи резултат овог истраживања је постављање и реализација научно засноване туристичке валоризације која ће пружити програмске принципе у формирању туристичког производа базираног на атрактивности културно-историјских целина, односно валоризовати туристички потенцијал културне руте „Тврђаве на Дунаву“. Туристичка валоризација тврђава као културно-историјских целина, представља стуб развоја културног туризма појединих градова, што је одувек била основа њихових туристичких понуда. Туристичка валоризација културне руте „Тврђаве на Дунаву“, као културно-историјског комплекса је адекватан метод за процену туристичке атрактивности утврђења у Србији и неопходна је као почетна мера у планирању туристичког развоја овог региона.

Највећи проблем током спровођења туристичке валоризације је субјективност. Да би се избегла било каква врста субјективности, у овом истраживању примењен је специфичан упитник који је спроведен на узорку од 20 стручњака из различитих области

релевантних за ово истраживање (5 туризмолога, 3 географа, 3 историчара, 3 историчара уметности, 3 просторна планера, 1 археолог и 2 туристичка водича). Такође, испитани стручњаци потицали су из различитих региона. Приликом одабира репрезентативног узорка, водило се рачуна о томе да су сви испитаници упознати са локалитетом и да су барем једном у последњих 10 година посетили сваку од тврђава на Дунаву. На основу њихових одговора и оцена датих индикатора туристичке вредности дате су просечне оцене туристичке вредности комплекса, те се добила прилично реална оцена туристичке атрактивности ових локалитета. За класичну туристичку валоризацију од посебне важности су елементи евалуације културно-историјских споменика, посебно када се говори о комплексним целинама као што су тврђаве.

## МЕТОД ТУРИСТИЧКЕ ВАЛОРИЗАЦИЈЕ ХИЛАРИ ДУ КРОС

Хилари ду Крос (Н. du Cros, 2000) је увела у процес туристичке валоризације дестинације, културно - туристичке субиндикаторе и степен њиховог градуирања. Модел је комплексан и комплетан, будући да вреднује како туристички, тако и сектор управљања културним добрима, тј. могућности културног добра да прими посетиоце (Хаџић, 2005). Туристички сектор представљају два субиндикатора - тржишна привлачност културних добара и фактори од значаја при дизајнирању туристичког производа. Субиндикатори се оцењују оценом од 0 до 5, међутим поједини индикатори имају и мање распоне бодова. Бодови се након процене сваког индикатора сабирају и тржишна привлачност културних добара у туристичком сектору се оцењује. Након тога се број бодова подређује одређеној лествици на којој се културно добро рангира као слабо привлачно, средње привлачно или високо привлачно за развој туризма. Сектор менаџмента културних добара, такође, садржи два субиндикатора - културни значај и робусност. Субиндикатори сектора менаџмента културних добара се оцењују различитим бодовима, а закључак о субиндикаторима културног значаја/робусности се вреднује као осетљивост/мала културна вредност, средња вредност или висока вредност. На основу извршене анализе поставља се „матрица тржишне привлачности/робусности“ са 9 ћелија, које су означене са М (и, j) (и, j=1, 2, 3) и за свако културно добро се одређује којој ћелији припада, у зависности од оцене коју је добило у претходном поступку оцењивања (Хаџић, 2005; Хаџић, 2008; Бесермењи, Пивац, 2008). При формирању туристичког производа треба предвидети посету културном добру које је након вредновања придружено ћелијама М(2,3) и М(1,3). Посета добру са средњом и великом тржишном привлачношћу, али малом вредношћу индикатора културне значајности/робусности, може бити предвиђена али тек након што се обезбеди његово очување. Она културна добра која имају малу тржишну привлачност не могу бити кључне атракције. Културна добра са високом или осредњом вредношћу индикатора културне значајности/робусности и осредњом тржишном привлачношћу, треба да буду на квалитетан начин промовисана, али и предмет пажње конзерватора и менаџера у циљу одрживог развоја туризма (Хаџић, 2005; Станојловић, Ђурчић, Павловић, 2010).

С обзиром да се културна рута „Тврђаве на Дунаву“ не може посматрати као прости просек вредности културних добара који јој припадају и који представљају њене атракције, приступило се оцени културне руте као јединственог комплексног културног добра, те су на основу процена сваког од индикатора донесени закључци о туристичкој атрактивности и културној вредности руте, те је посебно дато образложење добијених резултата из Табеле 21, субиндикатора туристичког сектора за културну руту „Тврђаве на Дунаву“.

**Индикатори тржишне привлачности културне руте „Тврђаве на Дунаву“****Амбијент** (оцене: *слаб 0-1, адекватан 2-3, добар 4, одличан 5*)

Амбијентална вредност културне руте „Тврђаве на Дунаву“ као целине је висока с обзиром да културну руту чини скуп изузетно атрактивних локалитета, лоцираних на обали Дунава чији ток пролази кроз просторе са изузетним сценским пејзажом. С обзиром да је уређеност и локација појединих локалитета у оквиру руте различитог квалитета, постоје и одређени недостаци али они нису пресудни за општи утисак културне руте, па је дата оцена 5.

Тврђава у Бачу има потенцијал за креирање изузетног амбијента, с обзиром на локацију тврђаве, просторни обухват и стање очуваности објеката који се у оквиру овог комплекса налазе. Ипак, уређеност комплекса тренутно није на високом нивоу, као што је наведено у претходном поглављу, тако да је овај индикатор добио оцену 3.

Београдска тврђава има изузетну амбијенталну вредност, уређеност простора у оквиру тврђаве било да се ради о објектима или о парковским површинама, ова тврђава је у потпуности уређена и адекватно одржавана. Пејзажна вредност комплекса с обзиром на локацију на ушћу Саве и Дунава има такође изузетан значај, тако да је дата оцена 5.

Петроварадинска тврђава има изузетан просторни обухват и веома добро је уређена у складу са својим потенцијалима. Иако мањи број објекта и простора за сада није у потпуности туристички искоришћен и уређен, квалитет уређености Горњег града је на завидном нивоу, а у складу са тим је дата и оцена 5.

Смедеревска тврђава има такође добру туристичку уређеност. У последњих 5 година се доста ради на уређењу и активирању тврђаве у туристичке сврхе тако да је знатно подигнут квалитет амбијента тврђаве, те је дата оцена 5.

Рамска тврђава иако поседује одређену пејзажну вредност, због веома лоше уређености локалитета и непостојања основних инфраструктурних елемената дата је оцена 1.

Голубачка тврђава има изузетну пејзажну вредност и управо због своје репрезентативности и естетског елемента представља препознатљиви туристички маркер. Ипак уређеност локалитета није адекватна, тако да незнатно умањује амбијенталну вредност, тако да је дата оцена 4.

Тврђава Фетислам има најлошије стање уређености амбијента, те иако постоји одрђена пејзажна вредност, постојећи инфраструктурни објекти су у јако лошем стању, а општа запустеност локалитета умногоме наружује овај локалитет, тако да је дата оцена 1.

**Познато ван локалне средине** (не 0, унеколико 1-3, веома добро 4-5)

Културна рута, односно све појединачне тврђаве које улазе у састав руте су углавном добро познате ван локалне средине, поједине од њих спадају међу најатрактивније у региону (Београдска, Петроварадинска и Смедеревска тврђава) и њихова туристичка посећеност је за наше услове велика. Слабије познате тврђаве су Бачка и Голубачка тврђава, док су готово анонимне Рамска и Фетислам, код којих чак и локално становништво не придодаје већи значај овим локалитетима. Као целина фортификације на Дунаву су веома познате, па је дата оцена 5.

**Важан национални симбол** (не 0, има потенцијал 1-3, да 4-5)

Културна рута представља важан национални симбол када је у питању историјски значај локалитета који се налазе у њеном саставу, с обзиром да је чине културни споменици од изузетног и великог националног значаја, те представљају место значајних догађања у историји српског народа и народа који су на овом простору живели у



прошлости. Оцена индикатора је 4.

Београдска тврђава је веома важан национални симбол, јер презентује престоницу Србије и представља место одигравања важних догађаја везаних за историју нашег народа. Оцена је 5.

Петроварадинска тврђава је такође важан национални симбол, с обзиром да представља подручје одигравања битака које су имале важне последице за историју Србије, па је оцена 4.

Смедеревска тврђава као национални симбол има велику вредност, с обзиром да је у једном периоду Српске историје била престоница и да је падом Смедерева означен и крај постојања Српске средњовековне државе. Оцена је 4.

Бачка, Рамска, Голубачка и тврђава Фетислам играју одређену улогу у националној историји, али не представљају значајне националне симболе, из тог разлога дате су им ниже оцене овог индикатора (2 и 1).

**Евокативно место** (не 0, има изврстан потенцијал 1-3, да 4-5)

Тврђаве као културно-историјски споменици сведоче о бурној историји овог простора, која симболизује националну, али и историју Балкана. Све тврђаве на Дунаву су у периоду своје изградње имале одређени стратешки и културни значај, биле су место дешавања и борби за превласт различитих народа и цивилизација. На основу историјског и друштвеног значаја, бројност чињеница, прича, легенди и митова који се директно везују за тврђаве, али и околно подручје дате су оцене појединачних локалитета које се незнатно разликују у евокативном потенцијалу. Ипак, као целина, културна рута има изузетан евокативан потенцијал, тако да је оцена евокативности 5.

**Диференцираност од околних културних добара** (сиромашно 0, адекватно 2-3, добро 4, одлично 5)

Културна рута се састоји од већег броја атракција које су јасно диференциране од околних културних добара. С обзиром да су кључне атракције у оквиру руте тврђаве, које су специфичан вид архитектонског наслеђа и најпресивнији маркери дестинација, оне се јасно диференцирају од осталих културних добара на овом подручју. Ако упоређујемо међусобну диференцираност самих културних добара у оквиру културне руте може се закључити да је она прилично велика, с обзиром да су и саме тврђаве грађене у различитим епохама, тако да међу њима имамо примере римске, византијске, аустроугарске, српске и турске архитектуре. Поред тога, у културну руту могу бити укључени и друга културна добра у окружењу која се по свом карактеру диференцирају од кључних атракција, али употпуњавају садржај културне руте, тако да је оцена овог индикатора 5.

**Привлачно за специјалне потребе** (уопште не 0, има потенцијал 1-3, да 4-5)

С обзиром да тврђаве које улазе у оквир културне руте заузимају изузетно пространство, простор који оне обухватају показао се као адекватан за коришћење у различите сврхе. Дакле, коришћење простора свих наведених тврђава у потпуности одговара специјалним потребама, које могу значајно повећати број страних туриста. Културне, музичке и спортске манифестације су неке од активности које се уобичајено организују у оквиру тврђава па је зато дата оцена 5.

Тврђава у Бачу представља место одржавања неколико значајних манифестација, међу којима се истиче манифестација “Дани културне баштине“ која се сваке године овде одржава и током неколико дана простор тврђаве бива позорница богатог културно-уметничког програма, ипак због скромности уређења простора, нема капацитете за веће манифестације и прихват већег броја туриста па је оцена 4.

Београдска тврђава представља место одржавања великог броја културних програма, а због постојања већег броја културних установа – музеја, галерија, радионица, спортских објеката, зоолошког врта, као и угоститељских објеката, веома је

привлачна за специјалне потребе и представља најатрактивније место за одржавање разних манифестација, тако да је оцена овог индикатора 5.

Петроварадинска тврђава је такође место одржавање већег броја културних програма попут музичких фестивала (Егзит) али и одређених манифестација мањег обима (Ноћ музеја, Синема сити и годишњих изложби организованих од стране Музеја и уметничких атељеа). С обзиром на то да се у оквиру тврђаве налази и Академија уметности, постоји реална могућност да се на регуларној бази организују представе и уметнички програм од стране студената у оквиру студијског програма, што до сада није био случај. Такође су на одређеним деловима могући и рекреативни програми с обзиром да постоје коњички и стреличарски клуб на тврђави. Оцена је 5.

Смедеревска тврђава има потенцијал за одржавање културних манифестација, са посебим акцентом на драмску уметност (фестивал Тврђава театар који стиче све већу популарност и манифестација Смедеревска јесен). Оцена је 5.

Рамска, Голубачка и тврђава Фетислам такође имају одређени потенцијал за одржавање културних манифестација, али због недостатка инфраструктуре и лошег општег стања ових тврђава одржавање културних програма је отежан, и иако су се у прошлости овде одржавале неке манифестације данас су ти програми премештени на друге локације. С обзиром на постојећи потенцијал и изражену потребу за обогаћивањем културних програма у насељима која се налазе у окружењу, све ове тврђаве су добиле оцену 3.

**Комплементарно са другим културним добрима** (уопште не 0, има потенцијал 1-3, да 4-5)

Културна рута „Тврђаве на Дунаву“ поседује висок степен комплементарности са другим туристичким производима у региону, као што су културни, манифестациони, пословни и наутички туризам у односу на основне атракције и вредности које истиче, а то су пре свега архитектонско наслеђе, богата историја и култура разних цивилизација које су на овом простору живеле. С обзиром да се у свом једном делом ова културна рута преплиће и са формираном руту „Пут римских царева“, те да се културни споменици који на овом простору налазе могу у великој мери уклапати и повезивати на основу бројних културно-историјских веза, оцена комплементарности је 5. Наравно, с обзиром на своје карактеристике, степен комплементарности појединачних тврђава у оквиру руте се разликује, тако да је степен комплементарности већи код Београдске, Петроварадинске, Бачке и Смедеревске тврђаве, због постојања великог броја споменика културе са карактеристикама српске и аустро-угарске уметности, док је број споменика са елементима византијске (Голубачка тврђава) и турске уметности знатно мање заступљен на овом подручју (тврђаве Рам и Фетислам).

**Туристичка активност у региону** (никаква 0, у извесној мери 1-3, високо 4-5)

Туристичка активност у региону Подунавља је све већа, али је степен туристичке организованости релативно слаб, услед недостатка јасног лидерства у развоју туризма на нивоу дестинација. Туристичка активност кроз културне руте као целине у извесној мери постоји, а уочљиво је кроз кретање туриста овом трасом (Дунавски коридор), међутим поједине тврђаве које се налазе у оквиру руте као што су Београдска, Петроварадинска и Смедеревска тврђава, с обзиром на велику туристичку посећеност доприносе у знатној мери туристичкој активности региона, пошто представљају кључне атракције градова и региона у коме се налазе. Знатно слабије су посећене Бачка и Голубачка тврђава, док су готово туристички анонимне тврђаве Рам и Фетислам. Недостатак адекватне туристичке организованости на самој културној рути знатно умањује вредност индикатора, а да би се стање поправило потребно је повезивање туристичког и културног сектора, као и јавних и приватних предузетника, па је оцена 4.

**Везује се за културу** (уопште не 0, донекле 1-3, потпуно 4-5)

Културна рута „Тврђаве на Дунаву“ се у својој основи базира на културним атракцијама, пре свега историјским споменицима и културним манифестацијама које се на овом подручју организују. С обзиром да се кључне тачке ове руте ослањају на веће градове и културне центре – Београд, Нови Сад, Смедерево, Велико Градиште, Кладово, те да тврђаве које се у њима налазе представљају и место културних дешавања, може се закључити да се културна рута у потпуности везује за културу. Све тврђаве у оквиру руте су културни споменици од изузетног и великог националног значаја, те су директно везани за културу српског народа. Оцена овог индикатора је 5.

Табела 21. Оцена вредности индикатора туристичког сектора по моделу Х. ду Крос

ТУРИСТИЧКА ВАЛОРИЗАЦИЈА	Тврђава							Културна рута
	Бач	Петровградин	Београд	Смедерев	Голубац	Рам	Фетислам	
Индикатори								„Тврђаве на Дунаву“
Амбијент	3	5	5	5	4	1	1	5
Познато ван локалне средине	3	5	5	4	5	2	2	5
Важан национални симбол	2	3	5	4	3	1	1	4
Евокативно место	4	5	5	5	5	3	3	5
Локалитет диференциран од околних културних добара	4	5	5	5	5	3	3	5
Привлачно за специјалне потребе	4	5	5	5	3	3	3	5
Комплементарно другим ресурсима на дестинацији	4	4	4	4	4	3	3	5
Туристичка активност у региону	2	4	4	4	2	1	1	4
Везује се за културу	4	4	4	4	3	3	3	5
Проступ културном добру	2	4	4	4	1	2	3	3
Транспорт од популационог центра до културног добра	2	3	3	3	2	2	2	3
Близина других културних атракција	3	3	3	3	1	1	2	3
Услужне погодности	2	4	3	2	0	0	0	3
<b>Укупно бодова</b>	<b>39</b>	<b>54</b>	<b>55</b>	<b>52</b>	<b>38</b>	<b>25</b>	<b>27</b>	<b>55</b>

**Фактори од значаја при дизајнирању туристичког производа**

**Приступ културном добру** (није дозвољен 0, ограничен приступ 1-2, дозвољен приступ свим елементима културног добра 3-4)

Што се тиче приступа културне руте „Тврђаве на Дунаву“ у Србији, може се рећи да је одличан, с обзиром да се културна рута везује за Дунав као пловни пут, те

да су регионални и локални путеви који се везују за ову руту релативно доброг квалитета. Приступ тврђавама као кључним атракцијама се такође може оценити позитивно, с обзиром да је већина елемената који се у оквиру ових тврђава налази доступна посетиоцима. Код Петроварадинске, Београдске и Смедеревске тврђаве туристима је дозвољен приступ готово свим елементима културног добра (изузев подземних тунела и лагума, који се могу посетити искључиво уз пратњу стручног лица), међутим, код других тврђава приступ појединим објектима је ограничен или онемогућен због лошег степена конзервације и неуређености приступних стаза код појединих тврђава (Голубачка, Рамска и тврђава Фетислам), па је оцена индикатора за културну руту као целину 3.

**Транспорт од популационог центра до културног добра** (веома је удаљено/тежак приступ 0, олакшана је доступност 1-2, одлична доступност 3)

Транспорт од популационог центра до културних добара код културне руте се може оценити као одличан. Већина кључних атракција културне руте налази се у оквиру већих насеља или су позиционирани на важним саобраћајним правцима. До свих насеља на културној рути могуће је доћи и постоје регуларне аутобуске линије. Високу вредност квалитета транспорта и приступа културним добрима имају Бачка, Београдска, Петроварадинска и Смедеревска тврђава лоциране у оквиру центара градова у којима се налазе, повезане саобраћајним коридорима (друмским и железничким). С друге стране нешто лошији степен транспорта до културног добра имају Рамска, Голубачка и тврђава Фетислам до којих је приступ могућ у сопственој организацији, али не постоје посебне транспортне линије до ових културних добара, и незнатно су издвојене од урбаних центара насеља у чијим оквирима се налазе. Ипак, доступност свих локалитета је релативно добра, па је дата оцена је 3.

**Близина других споменика културе** (веома удаљено 0, олакшан приступ 1-2, растојање се може лако и брзо прећи пешке 3)

Културна рута „Тврђаве на Дунаву“ се налази у зони најатрактивнијих културних атракција Србије, те се у сваком центру на рути налази велики број културних добара до којих је врло лако доћи (римски логор Виминацијум, Лепенски вир, НП Ђердап). Високу вредност квалитета приступа другим културним добрима имају Бачка, Београдска, Смедеревска и Петроварадинска тврђава лоциране у оквиру градских центара, те се у њиховој близини налази велики број културних споменика и установа културе, до којих је могуће релативно брзо доћи и није неопходан организован превоз. Тврђаве Рам, Голубац и Фетислам, иако се налазе у подручју са бројним културним и природним атракцијама, потребно је прећи одређене дистанце између културних добара, али с обзиром да су повезане квалитетним саобраћајницама и да су лако доступне, приступ другим културним елементима је оцењен као олакшан. Из тог разлога, општа оцена овог индикатора за културну руту као целину је 3.

**Услугне погодности** (слабе 0, адекватне 1 - 2, добре 3 - 4, одличне 5)

Услугне погодности у оквиру руте које се односе на обележене путеве и одговарајуће услуге (ресторан, кафићи, сувенири) постоје на већини локација и атракција. Такође, систем информација о локалитетима на културној рути је релативно добар (посебно су бројни промотивни материјали који истичу Петроварадинску и Београдску тврђаву, као и подручје Ђердапа са природним вредностима и Голубачком тврђавом као изузетним пејзажним маркером). Ипак, на већини локалитета у оквиру ове културне руте (са изузетком Петроварадинске и Београдске тврђаве) недостаје адекватан паркинг простор, приступне стазе, информативни пунктови, информативне табле, тоалети, трговине и друго. Из тог разлога дата је оцена 3.

С обзиром да је културна рута комплексан систем културних добара за оцену система менаџмента на локалитетима који улазе у састав руте, на основу обављених разговора са експертима из Завода за заштиту споменика културе, надлежних Музеја који брину о овим културним споменицима и појединим стејкхолдерима са аспекта развоја туризма, као и на основу сопствених сазнања, дато је образложење добијених резултата из Табеле 22, субиндикатора сектора менаџмента за културну руту „Тврђаве на Дунаву“.

### **Индикатори културно-историјског значаја**

#### ***Естетска вредност*** (ниска 0, средња 1, висока 2)

Естетска вредност културне руте је оцењена као изузетно висока (оцена 2), с обзиром да се рута простире кроз изузетне пејзажне вредности, те да утврђења која улазе у састав културне руте имају изузетну архитектонску вредност као споменици војне архитектуре. Сва утврђења која улазе у састав културне руте регистрована су као културна добра од изузетног и великог националног значаја и као таква сама по себи имају изузетну вредност како естетску тако и историјску. С обзиром да се у оквиру појединих тврђава (Београдска и Петроварадинска) налазе и други културни споменици мањег опсега и друге врсте, те да они поседују одређене архитектонске и уметничке вредности, може се закључити да имају изузетну вредност овог индикатора. Голубачка тврђава има изузетну естетску вредност пејзажа који је уоквирује. Рамска и тврђава Фетислам имају одређену архитектонску вредност као представници турске војне архитектуре, али с обзиром на актуелно стање немају већу естетску вредност, али знатно не умањују генерални естетски утисак културне руте.

#### ***Историјска вредност*** (ниска 0, средња 1, висока 2)

Историјска вредност културне руте је огромна. Ова рута представља историјску стратешку одбрамбену линију почевши од Римског царства, преко Византије, турског и аустро-угарског царства. Она је више пута постајала позорница важних историјских догађаја, а посебан значај је имала током аустријско-турских ратова. Оно што је заједничко за све тврђаве на Дунаву у Србији је да све имају изузетно високу историјску вредност, како са аспекта националне историје, тако и са аспекта значаја за историју Балкана и генерално европску историју. Свака од тврђава на овој траси имала је у одређеној епохи посебан значај и била је поприште бројних историјских догађаја и битака. Наравно, одређене тврђаве су због своје позиције и величине имале посебан значај – Петроварадинска и Београдска тврђава, али тиме није умањен значај мањих утврђења на овој рути, па све тврђаве добијају највећу оцену. Самим тим и оцена историјске вредности културне руте као целине је 2.

#### ***Едукациона вредност*** (ниска 0, средња 1, висока 2)

Тврђаве на Дунаву у Србији имају изузетну едукативну вредност, с обзиром на своју богату историју. Едукациона вредност проистиче из историје простора, на коме се непрестано преплићу судбине различитих народа и држава. Ове фортификације на идеалан начин приказују историјски значај и архитектонске и културне одлике различитих народа, те имају изузетан едукативни значај. Наравно највећи едукативни значај имају већа утврђења, тј. она утврђења на рути која се састоје из више културно-историјских слојева и састоје се од већег комплекса објеката, те приказују дужи историјат и већи број едукативних садржаја који се презентују у оквиру музеја и других културних установа. Генерално, сви локалитети, а самим тим и рута као целина имају високу едукативну вредност па је зато дата оцена 2.

**Друштвена вредност** (ниска 0, средња 1, висока 2)

Друштвено-привредни и културни центри који се налазе на културној рути и њоме су обухваћени, као и саме тврђаве које се у оквиру ових центара налазе традиционално представљају средишта друштвеног живота, места окупљања, дружења и забаве грађана и туриста. Београдска и Петроварадинска тврђава представљају места свакодневног окупљања резидентног становништва, док то није случај и са осталим утврђењима на Дунаву. Друштвена вредност свих локалитета у оквиру руте је висока с обзиром да су у одређеном периоду представљала места живота становништва, места окупљања и одржавања битних догађаја. С обзиром да се на овом подручју налазе и угоститељски и културни објекти који се свакодневно користе од стране како локалног становништва тако и од стране посетилаца, оцена овог индикатора је 2.

**Научно-истраживачка вредност** (ниска 0, средња 1, висока 2)

Научно-истраживачка вредност тврђава на Дунаву сврстава културну руту у ред најзначајнијих целина на овом простору, посебно ако имамо у виду богату историјску подлогу овог простора и значај бројних археолошких локалитета који се овде налазе. Већина тврђава и историјских локалитета који се налазе у оквиру културне руте нису још увек у потпуности истражени, представљају археолошки богате локалитете и имају изузетан истраживачки потенцијал. Ове тврђаве су предмет интересовања бројних археолога, историчара, музеолога и културолога, као и генералне јавности, што указује на њихов научни значај. Посебан потенцијал представљају она налазишта која су слабије истражена, а налазе се у културолошки битним историјским подручјима као што је то случај са Бачком, Рамском, Голубачком и тврђавом Фетислам, тако да би се њиховим експедитивнијим истраживањем могла конкретније реконструисати историјска прошлост овог подручја, тако да је дата оцена 2.

**Реткост културног добра на дестинацију** (уобичајена културна добра 0, мање уобичајена добра 1, ретка културна добра 2, уникатно културно добро 3)

Утврђења на Дунаву у Србији представљају јединствена културна добра и примере војне архитектуре на овим просторима и подручју Балкана. Бачка тврђава је јединствен пример и остатак некада моћног угарског средњевековног утврђења у Војводини. Петроварадинска тврђава је репрезентативни представник фортификационе архитектуре аустријске монархије и једина тврђава која након своје изградње није освојена, те је проглашена „Гибралтаром на Дунаву“. Београдска тврђава представља интересантан склоп архитектонских целина из различитих периода од Римског царства, преко угарске и српске средњевековне владавине, периода аустро-угарског и турског превирања на овом подручју, па све до трајања савремене државе Србије. Смедеревска тврђава је јединствен и веома значајан пример очуване српске средњевековне уметности, док Голубачка тврђава представља пример римског и византијског градитељства са видљивим елементима аустроугарске и турске архитектуре. Рамска и тврђава Фетислам су значајни примери турске војне архитектуре на овом простору и као такви су веома ретки. Генерално, тврђаве као импресивни споменици културе на овим просторима су прилично ретки у односу на постојање културних добара другог типа. Оцена овог индикатора је 2.

**Репрезентативност културног добра за дестинацију** (слаба 1, добра 2-3, одлична 4)

Тврђаве на Дунаву су један од препознатљивих симбола Србије, која посебно истиче своју богату историју кроз истицање Београдске, Петроварадинске и Смедеревске тврђаве. Све тврђаве су најрепрезентативнији културни маркери, што је очигледно ако имамо у виду да свака од тврђава на рути представља јасан симбол града и подручја на коме се налази, а тиме утичу и на општу репрезентативност културне руте као целине. С

обзиром да представљају импресивне и јасно уочљиве пејзажне маркере подручје Дунава и тврђаве на Дунаву се налазе на готово свим промотивним материјалима и промотивним спотовима Србије као туристичке дестинације, а посебно су истакнути од стране локалних туристичких организација обавезно у своје туристичке програме укључују и посете тврђавама које се налазе у окружењу. Тако да је оцена 5.

***Осетљивост културног добра (велика 0, прилична 2-3, није осетљиво 4)***

Тврђаве као комплекси и просторне целине генерално немају висок степен осетљивости, с обзиром на издржљивост и у великој мери очуване делове фортификација. Међутим, с обзиром на тренутно лоше стање појединих тврђава на подручју Србије, те на основу чињенице да се ради о изузетно вредним споменицима културе, може се рећи да је културна рута, односно њене кључне атракције, прилично велике осетљивости. Међутим, с обзиром да су тврђаве у могућности да приме велики број посетилаца без значајнијег оштећења објеката, уз услов да се врши обезбеђивање адекватне заштите и едукације посетилаца о примереном понашању на овим локалитетима. Већи степен осетљивости имају тврђаве на простору Ћердапа (конкретно Рамска, Голубачка и тврђава Фетислам) због ниског степена репарације и неуређености приступних стаза, као и ниског степена информација које се на локалитетима пружају. Културна рута базирана на оваквим културним добрима има прилично висок степен осетљивости тако да је дата оцена 3.

***Стање репарације (слабо 0, делимично извршено 1, добро 2-3, одлично 4)***

Стање репарације на културној рути „Тврђаве на Дунаву“ у Србији, у знатној мери варира од атракције до атракције. Тако да док је код Београдске, Петроварадинске и Смедеревске тврђаве стање репарације оцењено као адекватно, с обзиром да су конзерваторски радови извршени и сви елементи културног добра се налазе у добром стању, остале тврђаве на културној рути захтевају знатне мере конзервације, опсежне реконструкције и општу ревитализацију споменика. Основна истраживања и конзервација археолошких остатака и зидина већег броја утврђења у Србији вршена је током 70-их и 80-их година, а континуирана брига и репарација споменика врши се у оквиру Београдске, Петроварадинске, Смедеревске и донекле Бачке тврђаве, док су остали локалитети на дефинисаној културној рути у јако лошем стању и на њима није вршена реконструкција и репарација више од 20 година, што је са аспекта бриге и заштите културног наслеђа недопустиво. Због недовољне реализације репарације на већем делу објеката у оквиру културне руте, али релативно доброг стања појединих тврђава, дата је генерална оцена 2.

***Постојање плана управљања културним добром (нема плана 0, у припреми је 1-4, постоји 5)***

План управљања културном рутом је још увек у припреми, док планови управљања појединачним тврђавама на рути постоје и одређени су генералним плановима развоја општина у чијим се оквирима налазе. Уобичајено је да су овим плановима постављене основне смернице развоја тврђава као јавних добара, предвиђене су рестаурације делова тврђаве, као и предвиђене будуће функције простора и објеката (обично формирање музеја и одржавање културно-образовних и забавних манифестација). Планови на већем броју локалитета постоје (Београдска, Петроварадинска, Бачка, Смедеревска и Голубачка тврђава), док су поједини планови управљања у припреми (Рамска и тврђава Фетислам).

Планови управљања културним добрима овог типа подељени су међу институцијама културе, те се као основни координатор спровођења планова управљања јавља Министарство културе Републике Србије и Републички завод за заштиту споменика културе, као и општинске и локалне власти које директно утичу на

спровођење планова управљања културним добрима у оквиру сопствених општина. Међутим, развојни планови када су тврђаве у Србији у питању нису спроведени у потпуности и подложни су честим ревизијама и дорадама, тако да је оцена овог индикатора 2.

**Регуларни мониторинг** (слабо 0, донекле 1 - 2, добро 3 - 4, одлично 5)

Сталан мониторинг и одржавање тврђава у оквиру културне руте је у надлежности Министарства културе и јавних предузећа (ЈП Београдска тврђава) и Завода за заштиту споменика културе, док се у појединим случајевима о локалитетима брину и локалне туристичке организације (Смедеревска тврђава). Мониторинг и одржавање ових културних споменика варирају. Регуларни мониторинг је на прилично високом нивоу код Петроварадинске, Београдске, Бачке и Смедеревске тврђаве, док је веома слаб код Голубачке, Рамске и тврђаве Фетислам, али су планирана знатна побољшања ових услова. С обзиром да су стални мониторинг и одржавање код већине локалитета присутни у недовољној мери дата је оцена 3.

Табела 22. Оцена вредности индикатора сектора менаџмента по моделу Х. ду Крос

ТУРИСТИЧКА ВАЛОРИЗАЦИЈА	Тврђава							Културна рута
	Бач	Петроварадин	Београд	Смедерев	Голубац	Рам	Фетислам	
Индикатори								„Тврђаве на Дунаву“
Естетска вредност	2	2	2	2	2	1	1	2
Историјска вредност	2	2	2	2	2	2	2	2
Едукациона вредност	2	2	2	2	2	1	1	2
Друштвена вредност	1	2	2	2	1	1	1	2
Научно-истраживачка вредност	2	2	2	2	2	2	2	2
Реткост културног добра на дестинацији	2	2	2	2	2	2	2	2
Репрезентативност за дестинацију	4	5	5	4	5	3	3	5
Осетљивост културног добра	3	2	3	3	3	3	3	3
Стање репарације	2	3	3	3	2	1	1	2
Постојање плана управљања	2	3	4	4	2	1	1	2
Регуларни мониторинг и одржавање	2	3	3	3	2	1	1	3
Могућност негативног утицаја посетилаца	4	4	4	4	4	3	3	4
Могућност негативног утицаја модификације	3	4	4	3	3	3	3	3
Потенцијал за инвестирање	4	5	5	5	5	3	3	4
<b>Укупно бодова</b>	<b>35</b>	<b>41</b>	<b>43</b>	<b>41</b>	<b>37</b>	<b>27</b>	<b>27</b>	<b>38</b>



**Потенцијал за инвестирање (слаб 0, адекватан 1-2, добар 3-4, одличан 5)**

Величина и очуваност тврђава на Дунаву у Србији, као културних добара које симболизују ову регију, као и њихова позиција на стратешки најзначајнијем туристичком правцу у Србији чине потенцијал за текуће инвестирање и консултацију са стејхолдерима. Културно-историјски значај тврђава и њихова репрезентативност представљају изузетан потенцијал за инвестиције. Планском организацијом туризма дестинације које улазе у састав културне руте могу успешно искористити могућности улагања у тврђаве и развој туризма на овом подручју. Ипак, консултације са стејхолдерима треба вршити у оквиру стратешког планирања и организовања туризма на свакој од дестинација. Чињеницу да је простор у оквиру тврђава често мултифункционалан и чини одређену амбијенталну целину указује се на потребу координирања акција ревитализације појединих делова и објеката у оквиру ових културних комплекса, што до сада није био случај. Након дугог периода у коме су овакви комплекси запостављани и нису предузимане значајне акције у домену инвестиција у тврђаве у Србији, уочен је позитиван тренд у коме ови комплекси побуђују значајнију пажњу јавности и потенцијалних инвеститора, уз тежњу да се ови простори обогате културним и забавним садржајима (интерес Турске амбасаде за ревитализацију тврђава у Раму и Кладову, као и програми финансирања програма ревитализације Голупца и Смедеревске тврђаве од стране Европске Уније, кроз међународне пројекте прекограничне сарадње и активности Савета Европе и УНЕСКО-а), из тог разлога дата је оцена 4.

**Могућност негативног утицаја великог посетилаца (велика могућност 1, средња могућност 2-4, мала могућност 5).**

С обзиром да се ради о споменицима од великог културно-историјског значаја, иако је њихова осетљивост знатно мања од осталих културних добара, одређена могућност негативних ефеката приликом масовније посете туриста постоји, што је посебно евидентно и објашњено на примеру Егзит фестивала на Петроварадинској тврђави. Сличне последице великог броја посетилаца су могуће код свих наведених тврђава, а посебно оних које се налазе у лошијем генералном стању и које нису адекватно контролисане и заштићене од негативних утицаја, те је неопходно одредити носеће капацитете ових културних добара ради њихове адекватније заштите и очувања. Из тог разлога дата је оцена 4.

**Могућност негативног утицаја модификације (велика могућност 1, средња могућност 2-4, мала могућност 5)**

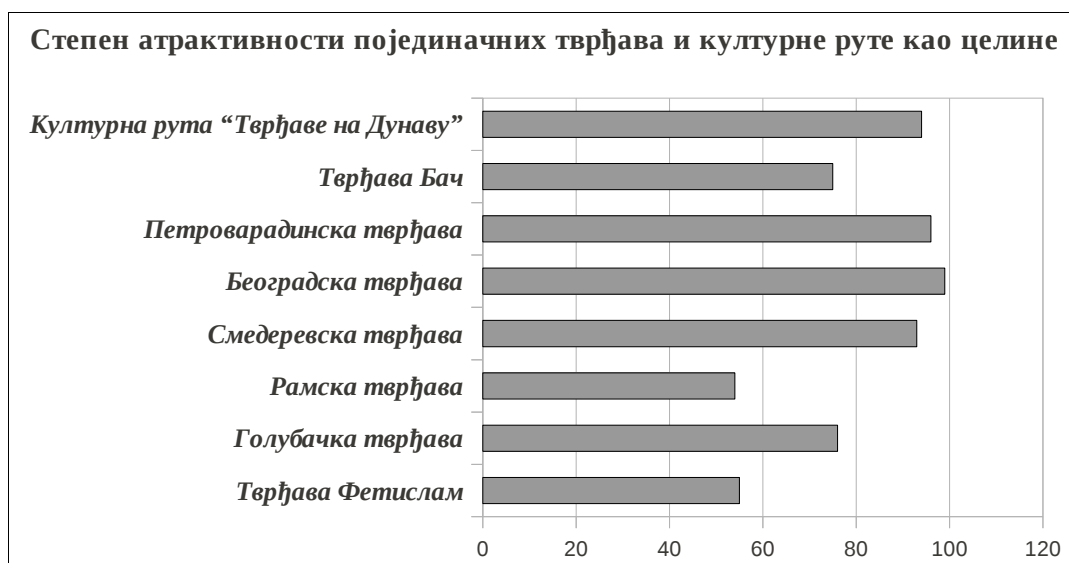
Могућност негативног утицаја модификације код тврђава које улазе у састав културне руте у циљу развоја туристичког производа је ограничена, а треба их спроводити на подручју очуваних елемената културног добра. Модификације су прописане законским актима о заштити споменика, с обзиром да се све тврђаве које улазе у састав руте налазе на списку културних споменика. Ипак, модификације које не би имале негативне утицаје на културне вредности објеката у оквиру комплекса тврђава су могуће и пожељне, посебно када се ради о уређењу зелених површина, пешачких стаза, постављању клупа, покретних тоалета, привремених бина и отварању мањих трговинско-услужних објеката. Тиме би се значајно повећао квалитет туристичких услуга и атракција на овом подручју. Значајнија модификација тврђава на току Дунава у Србији у скорој будућности није планирана, осим када је у питању Голубачка тврђава која чека на реализацију пројекта потпуне ревитализације и модификације свих својих делова, чиме би се ово културно добро од изузетног националног значаја претворило у својеврсни туристички центар на Дунаву. Иако је туристички развој и ревитализација споменика културе пожељна, овако опсежни планови доводе у питање оправданост и угрожавање аутентичности споменика креирањем нових туристичких објеката и

структура планираних у оквиру овог пројекта вредног 6 милиона еура. Поједини експерти истичу да постоји страх да се Голубачка тврђава у потпуности подреди туристичком коришћењу и тиме постане популарна туристичка атракција типа Дизниленда чиме би се угрозила културна вредност овог комплекса. С обзиром да значајније модификације могу изузетно негативно утицати на вредност културних добара овог типа, оцена овог индикатора је 3.

На основу Табеле 21. добија се да збир оцена субиндикатора туристичког сектора културне руте „Тврђаве на Дунаву“ као комплексне целине износи 55. На тој основи се доноси закључак да је степен тржишне привлачности руте **високе вредности** (слаба привлачност 0-20, средња привлачност 21-40, висока привлачност 41-60). Након извршене процене појединачних субиндикатора сектора менаџмента културних добара, добијена је укупна оцена сектора менаџмента културних добара, која износи 38 (Табела 22), што представља **осредњу вредност** (мала осетљивост/културна вредност 0-20, осредња вредност 21-40 и висока вредност 41-60).

На основу процене датих индикатора појединачних тврђава које се налазе у оквиру културне руте „Тврђаве на Дунаву“ на основу добијених резултата (Табеле 21 и 22) дошло се до закључка о туристичкој атрактивности сваке појединачне тврђаве: Бачка (39/35), Петроварадинска (54/41), Београдска (55/43), Смедеревска (52/41), Рамска (25/27), Голубачка (38/37) и тврђава Фетислам (27/27). Дакле у односу на матрице добија се да у категорију М (1,3) спадају Петроварадинска, Београдска и Смедеревска тврђава, категорији М (2,3) припадају Бачка и Голубачка тврђава, док категорији М (2,2) припадају Рамска и тврђава Фетислам.

График 2. Степен атрактивности ресурса на основу валоризације, Х. ду Крос метод



Сумирањем резултата туристичке валоризације могу се извести закључци о атрактивности појединих ресурса који су саставни део културне руте „Тврђаве на Дунаву“, што је приказано на Графику 1. Из графичког приказа се може уочити да највећи степен туристичке атрактивности имају Београдска, Петроварадинска и Смедеревска тврђава, следе их по атрактивности тврђава Бач и тврђава Фетислам, док најмању атрактивност има тврђава Рам, што је резултат пре свега очуваности и репрезентативности ресурса, али и доступности локалитета. На крајњу оцену ове културне руте и појединачних тврђава у њеном саставу, утичу ниске просечне вредности изграђености и опремљености простора, док највише вредности имају географски

положај, уклопљеност у туристичко богатство и вредност амбијента. На основу тенденција развоја ове културне руте, извесно је да ће њен туристички и културни значај расти у будућности, те да ће, укључивањем и суседних земаља и осталих Дунавских земаља у формирање културне руте, значај руте добити међународни карактер.

На основу спроведене валоризације могу се донети закључци о вредности културне руте „Тврђаве на Дунаву“ у Србији. Методом туристичке валоризације Х. ду Крос, културна рута као комплексна целина сврстава се у категорију М (2,3), осредње вредности индикатора културна значајност/робусност и високе тржишне привлачности. У односу на претходно наведено објашњење, може се закључити да се овај културна рута сматра великом атракцијом региона и да има изузетно велики потенцијал за формирање атрактивног туристичког производа. Уколико добијене резултате уклопимо у параметре квантитативно-квалитативне методе туристичке валоризације, оцена опште туристичке вредности комплекса културних добара сврставала би културну руту „Тврђаве на Дунаву“ у туристички производ од националног значаја, односно врло доброг квалитета, а самим тим и високе туристичке вредности.

## АНАЛИЗА СНАГА, СЛАБОСТИ, ШАНСИ И ПРЕТЊИ ЗА ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОД „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“ У СРБИЈИ („SWOT“ АНАЛИЗА)

Анализа снага, слабости, шанси и претњи се обично везује за истраживање тржишта и планирање маркетинга, с обзиром да даје одговоре на питање где се организација или производ тренутно налази. Претставља комбиновану анализу којом се истражују интерни и екстерни фактори и утицаји на организацију или аспекте производа, те се анализом омогућава да се сагледа сопствена будућа позиција. SWOT анализом се може утврдити стратешка позиција производа и сагледати које стратегије најбоље одговарају пласману производа, као и да ли се одређене стратегије организације могу применити на адекватан начин.

Снаге организације чине расположиви потенцијали и могући позитивни утицаји организације везани за конкуренцију и потрошаче. Слабости организације чине неповољне околности и различита ограничења предузећа у односу на конкурентске организације. Шансе су позитивни утицаји који делују или постоје у окружењу и које организација може искористити у своју корист ради постизања стратешких циљева. Претње су негативни утицаји из окружења који могу утицати на организацију и спровођење предвиђених стратешких циљева. Снаге и слабости представљају интерне факторе, а њихова идентификација се врши ради одређивања степена могућности постизања стратешких циљева. Интерна анализа испитује елементе везане за производе и тржиште, технику и технологију, организацију и управљање, као и стручне кадрове. Идентификација снага и слабости се врши анализом фактора или коришћењем научних метода – Делфи метода, анкета, „breinstorming“ метода, итд. Могућности и опасности представљају екстерни фактори који директно утичу на остварење планираних циљева. Екстерна анализа обухвата основне спољне факторе везане за тржиште, економски систем и политику земље, законске и друге услове, међународне утицаје и друго. Добра процена садашње позиције уз детаљне податке из прошлости је основ за предвиђање будућих ограничења и могућности, док предвиђени догађаји служе за правилно дефинисање стратешких циљева (Радновић, Илић, 2010).

С обзиром да је креирање туристичког производа културне руте „Тврђаве на Дунаву“ у процесу развоја, неопходно је извршити анализу снага, слабости, шанси и претњи, како би се снаге и шансе искористиле на најбољи начин, док би се слабости превазишле, а претње избегле. Како би се дала комплетна анализа снага, слабости, шанси и претњи у вези са развојем културних туристичких дестинација, неопходно је сагледати аспекте менаџмента конкретних културних атракција - тврђава. На овај начин, основне информације о снагама сваког од ових локалитета може бити идентификовано, а могуће слабости уочене. Анализа ових елемената може помоћи да се одреде кораци које треба предузети како би се изградиле снаге, исправила подручја слабости, нагласиле предности дефинисане као шансе, и осмислили планови како се супроставити могућим претњама на сваком од локалитета. Како су све тврђаве које се налазе на коридору Дунава у Србији усмерене на развој туризма у будућности, анализа ће омогућити истицање елемената који недостају, како би се добила неопходна основа за афирмацију туризма на овој културној рути. У овом случају, анализа није спроведена за сваки од локалитета појединачно, већ се базира на рути „Тврђаве на Дунаву“ као целини. Улазни параметри анализе добијени су на основу интервјуа са кључним стејкхолдерима у оквиру радионица организованих од стране Министарства културе Републике Србије, на којима је учествовало приближно 50 представника јавног и приватног сектора.

Табела 23. Анализа снага, слабости, шанси и претњи туристичког производа културне руте „Тврђаве на Дунаву“ у Србији

<b>СНАГЕ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Богата историја,</li> <li>• Културно наслеђе и уметност,</li> <li>• Природно окружење и пејзаж,</li> <li>• Погољна географска позиција,</li> <li>• Доступност током целе године,</li> <li>• Разноликост културних догађаја,</li> <li>• Постојећи угоститељски објекти на појединим локалитетима,</li> <li>• Представљају излетничке дестинације,</li> <li>• Могућност сензибилизације међународне стручне јавности када је реч о заштити споменика културе, посебно споменичких целина – тврђаве, лимес (УНЕСКО),</li> <li>• Могућност изградње међународних пројеката,</li> <li>• Погољан амбијент за инвестиције,</li> <li>• Мултиетична структура становништва,</li> <li>• Гостопримство локалног становништва,</li> <li>• Могућност ревитализације и уређења баштине и креирање прекограничног пута културе,</li> <li>• Покретање пројеката концепта интегрисања културне баштине – културни пејзажи и руте.</li> </ul>
<b>СЛАБОСТИ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Непрепознатљивост Србије као туристичке дестинације,</li> <li>• Међународно слабо познате као споменици културе,</li> <li>• Низак ниво свести у погледу свести о вредности и потреби заштите културне баштине,</li> <li>• Необједињена и неинтегрисана документација за целовито културно наслеђе,</li> <li>• Недовољна повезаност релевантних институција заштите (културе, природе, науке),</li> <li>• Незаинтересованост за заједничке акције у промоцији и заштити културне баштине,</li> <li>• Маргинилизација значаја адекватног управљања наслеђем,</li> <li>• Неискоришћеност реке Дунав као саобраћајнице (за редован путнички саобраћај),</li> <li>• Необележени и лоши прилази и необједињена инфо-сигнализација,</li> <li>• Низак животни стандард већег дела становништва, посебно у мањим насељима,</li> <li>• Неспремност и низак степен високо образованих кадрова,</li> <li>• Лоши инфра и супраструктурни капацитети,</li> <li>• Потребан дужи период за изградњу и прилагођавање туристичке инфраструктуре,</li> <li>• Ограничен приступ појединим атрактивним елементима на локалитетима,</li> <li>• Недостатак интерпретације и основних информација на локалитетима,</li> <li>• Недостатак угоститељских капацитета и интерног транспортног система,</li> <li>• Посетиоци оријентисани на рекреацију и фестивале, а не културно оријентисани,</li> <li>• Неинтегрисана туристичка понуда и изразита сезоналност туристичких посета,</li> <li>• Недостатак локалних покретача туристичког развоја.</li> </ul>

<b>ШАНСЕ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Потенцијал за креирање културних рута са различитом тематиком,</li> <li>• Раст тражње за понудом орјентисаном ка култури и крстарењима Дунавом,</li> <li>• Раст тражње за новим – неистраженим дестинацијама,</li> <li>• Регионално повезивање и удруживање у развоју туризма,</li> <li>• Приступање Европској Унији у будућности и могућност коришћења фондова за развој,</li> <li>• Иновација и специјализација туристичких производа,</li> <li>• Развој нових услуга (визиторски центар, сувенири, изнајмљивање бициклова, фијакера),</li> <li>• Интерпретација, едукативни програми, анимација и културни догађаји,</li> <li>• Унапређивање туристичких услуга,</li> <li>• Развој адекватног система менаџмента и маркетинга,</li> <li>• Активно укључивање локалне заједнице у стварање програма и услуга на локалитетима,</li> <li>• Провизије од смештаја, интерног транспорта, музеја и догађаја,</li> </ul>
<b>ПРЕТЊЕ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Пропадање локалитета услед деструктивног деловања природе и људских фактора,</li> <li>• Постепен и неповратан нестанак народне, традиционалне баштине,</li> <li>• Недостатак адекватног управљања културним добрима,</li> <li>• Неодговарајуће коришћење културних добара и неодговарајућа конзервација,</li> <li>• Недостатак конзервације и рестаурације,</li> <li>• Деградација и ерозија на локалитетима,</li> <li>• Недостатак финансирања,</li> <li>• Неодговорно понашање надлежних институција,</li> <li>• Подела надлежности између јавних и приватних организација и слаба сарадња,</li> <li>• Неспровођење мера заштите,</li> <li>• Непланска урбанизација,</li> <li>• Незаинтересованост локалне средине,</li> <li>• Вандализам,</li> <li>• Конфликти између резидената и страних туриста,</li> <li>• Проблеми у формирању имиџа културне руте кроз неодговарајући систем управљања на културној рути и локалитетима и лош маркетинг,</li> <li>• Јака конкуренција у суседним државама са сличним туристичким производима.</li> </ul>

Први корак је било дефинисање свих снага, шанси, слабости и претњи (Табела 23), да би затим у циљу идентификације истих фактора била анализирана следећа подручја: природни, социјални и економски профил подручја, перформансе дестинације, дестинацијски маркетинг, туристичке услуге на дестинацији, локална заједница и јавне услуге, интересни субјекти и партнерства, туристички развој. У циљу идентификације могућности и претњи анализирана су следећа подручја - трендови индустрије, конкуренти, правно/политичко окружење, економско окружење, животна средина и технологија. Након идентификације, релевантни елементи су евалуирани системом оцена како би се израчунао укупан и просечан интензитет дестинацијских снага, слабости, могућности и претњи. На бази укупног и просечног интензитета сваке компоненте SWOT анализе, формира се Полигон стратегија за производ „Тврђаве на Дунаву“ који служи као

оквир за дефинисање будућих туристичких развојних стратегија овог простора као туристичке дестинације. На основу чињеница наведених у Табели, чини се јасно да снаге за развој туризма на културној рути „Тврђаве на Дунаву“ деле бројне аспекте снага и других културних добара или атракција са сличним карактеристикама. Из тог разлога анализа се спроводи да би се испитале слабости и шансе. Претње, заузврат, могу бити сматране последицама игнорисања и неадекватног управљања слабостима и пропуштеним шансама. Као кључни аспект истраживања указује се на недостатак интерпретације на локалитетима, и то су области којима се треба посебно посветити пажња.

На основу дефинисаних снага и шанси код културне руте „Тврђаве на Дунаву“ у Србији може се закључити да регион Подунавља и културне атракције овог типа имају све предиспозиције за развој комплетне туристичке понуде, пре свега због природног, културног и историјског богатства. Кључне снаге се ослањају на локацију културне руте на Дунаву, богатству културно-историјских ресурса ширег подручја као снажне туристичке атрактиве, младом и образованом стручном кадру чија је иницијатива усмерена ка развоју туризма, нови трендови у туризму и стратегија развоја туризма на подручју Дунава. Међу слабостима овог туристичког производа уочава се непрепознатљивост Србије као туристичке дестинације, што је делимично ублажено препознатљивошћу Дунава као пловног пута и међународне европске реке. Јасно уочљив проблем је неафирмисаност културних туристичких атракција на овом простору, недостатак угоститељских капацитета и интерпретације, затим недовољан број стручних кадрова и недостатак локалних покретача туристичког развоја. Кључне слабости везују се за ограничен инвестициони прилив за туристичке пројекте, неразвијен дестинацијски маркетинг и менаџмент систем, те саобраћајни инфраструктурни предуслови ефикасне туристичке комерцијализације овог туристичког производа. Снажан интензитет слабости је запажен код дестинацијског маркетинга обзиром на недостатак препознатљивог позиционирања дестинација у оквиру културне руте, недовољне финансијске и људске ресурсе туристичких организација, те одсуство функције планирања, развоја производа и координације интегралне туристичке понуде. Иако је веома значајна примена планског приступа даљег развоја туризма од стране локалних власти, треба указати на недостатак снажног управљачког модела за процес развоја туризма.

Закључци изведени из анализе указују на стратегију деловања уз минимизирање слабости чији је интензитет већи од интензитета снага. На елиминисање постојећих слабости може се деловати изградњом јаког управљачког механизма развоја туризма и професионалним приступом развоју производа и изградњи комплексног ланца вредности. Слабости је могуће превазићи спровођењем планова развоја и изградом комплетних студија туристичког развоја на овом простору, уз неизбежну и неопходну сарадњу на свим нивоима, како између јавних институција тако и између приватног и јавног сектора. Са друге стране, динамика смањења и елиминисања постојећих слабости зависи и од расположивости финансијских средстава за изградњу базе инфра и супраструктуре на дестинацијама, што ће зависити од општег економског развоја земље и доступности страних инвестиционих фондова. Битно је да интензитет могућности буде већи од интензитета претњи, те да их дестинације у оквиру културне руте „Тврђаве на Дунаву“ морају уочити и искористити како би се диференцирале у односу на конкуренцију.

## ПРИМЕРИ УСПЕШНИХ КУЛТУРНИХ РУТА У ЕВРОПИ („BENCHMARK“ АНАЛИЗА)

Бенчмарк је анализа најбоље праксе у развоју, управљању и маркетингу туристичких дестинација у свету. Примарни циљ анализе је идентификовање критичних фактора успеха, правила у организацији и маркетингу, као и увид у ограничења постојеће праксе. Њен циљ је да отвара могућност инвентивног приступа како би се идентификовале неопходне активности како би одређени туристички производ постао успешан на туристичком тржишту (Штоковић, 2004). Бенчмарк анализа је вршена са аспекта најуспешнијих културних рута у Европи, конкурентских рута у окружењу и иницијативе Савета Европе у развоју културних рута. Због бројности реализованих програма, извршен је одабир неколицине примера развоја културних рута са тематиком релевантном за дефинисање најбоље праксе на чијим би основама требало усвојити смернице за развој културне руте „Тврђаве на Дунаву“. Посматране културне руте имају за своју основну тематику тврђаве, дворце, историјске периоде, путеве ходочашћа, манифестације и слично.

### 1. ПУТ ХОДОЧАШЋА „САНТЈАГО ДЕ КАМПОСТЕЛА“ (ШПАНИЈА, ФРАНЦУСКА, ПОРТУГАЛ)

Рута се простире кроз разне области Шпаније, Француске и Португалије, у дужни од око 800 km. Рута је 1987. године проглашена првом европском културном рутом, а 1993. године је уписана у УНЕСКО-ву Листу светске културне баштине. Рута је успешна претежно због раста популарности ходочашћа, спиритуализма и религије у Европи. Основне атракције руте су посете катедралама, црквама и споменицима, а основни мотиви су архитектура, уметност, пасторални предели и винска поља. Ходочашће подразумева долазак у катедралу у Сантијагу (Шпанија), а за добијање сертификата ходочашћа мора се прећи минимум 100 km пешице или 200 km бициклом.

У организацији ове руте присутно је снажно партнерство цркве, јавног и приватног сектора. Маркетинг руте врши Шпанска национална туристичка организација уз регионалне и локалне туристичке организације. Оснивање руте је довело до развоја инфраструктуре – путоказа, водича и смештајних капацитета за ходочаснике (хотели, преноћишта, уточишта, сеоских кућа и кампова). Раст популарности ове руте довео је до развоја и других рута у Шпанији и Француској ([www.santiago-compostela.net](http://www.santiago-compostela.net)).



Слика 46. Пут ходочашћа Сантијаго де Кампостела

Извор: [www.cellartours.com](http://www.cellartours.com)



## 2. ПУТ ДВОРАЦА („BURGENSTRASSE“) У НЕМАЧКОЈ И ЧЕШКОЈ

Рута је формирана 1954. године, када су немачки градови Манхајм, Хајделберг, Хејлброн, Ротербург, Таубер, Ансбах и Нуремберг одлучили да покрену заједничку групу у циљу промовисања туризма у атрактивним областима које леже уз тада једину руту која је ишла у правцу запад-исток у Немачкој, због великог броја двораца на том правцу. То је једна од првих туристичких тематских рута у Немачкој. Ова рута је проширена 1994. године на Праг у Чешкој, као и прикључивањем других немачких градова – Конбург, Кронах, Кулмбах, Бамберг (који се налазе на УНЕСКО-вој Листи светске културне баштине) и Бајројт. Тако је рута порасла са почетне дужине од 320 km на 1200 km. Године 2000. ова „joint venture“ група је прерасла у асоцијацију - „Burgenstrasse“ (Пут двораца). Пут је могуће прећи аутомобилом, бициклом или возом. Од



инфраструктуре обезбеђени су смештајни капацитети, ознаке руте, туристички водичи и места за одмор (Мастер план „Пут римских царева“). Координацију и маркетинг врши „Burgenstrasse“ асоцијација и Немачка национална туристичка организација. Основна тема руте су немачки дворци, а основне атракције руте чини преко 70 двораца, остатака двораца, палата и резиденција, као и око 100 музеја, затим панорамски путеви и пејзажи ([www.burgenstrasse.de](http://www.burgenstrasse.de)).

Слика 47. Пут двораца у Немачкој

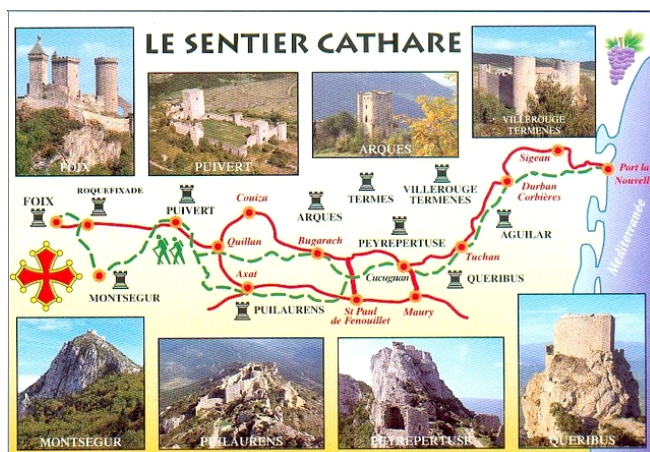
Извор: [www.burgenstrasse.de](http://www.burgenstrasse.de)

## 3. ИСТОРИЈСКА РУТА „ДВОРЦИ ЛОАРЕ“ У ФРАНЦУСКОЈ

Културна рута се формирала у централној области реке Лоаре, у дужини од 280 km, у региону Земља Лоаре (Pays de la Loire), укупне површине око 800 km<sup>2</sup>. Долина Лоаре је уписана 2000. године на УНЕСКО-ву Листу светске баштине. Ова културна рута обухвата 2 региона, 4 округа, 6 градова, 11 руралних дистрикта и 160 села. Карактер простора омогућио је да се овде формира једна од најпознатијих културних туристичких рута на свету. Основна тема руте су дворци, културно-историјско наслеђе и романтизам, а састоји се од 38 атракција које чине дворци, музеји и раскошни вртови. Ова рута је део система од 23 историјске руте у Француској чији концепт датира из 70-тих година прошлог века (УНЕСКО, 2010). У циљу менаџмента овог простора Светске баштине, 2002. године је формирана организација „Maison Val de Loire“. За координацију и маркетинг руте надлежни су Национална федерација културних рута, Асоцијација двораца Француске, „Maison de la France“ (НТО), регионалне и локалне ТО, асоцијације двораца Лоаре и Француске (<http://loirevalley-worldheritage.org>).

#### 4. РУТА „ЗЕМЉА КАТАРА“ У ФРАНЦУСКОЈ

Ова културна рута је настала са идејом презентације јединствене религије која је постојала у 12. и 13. веку на југу Француске - катаризам. Ова религија је настала из хришћанства, али на нематеријалистичким ставовима што је у супротности са католичким ставовима, тако да је катарство сматрано врстом јереса, иако је било симбол толеранције, слободе понашања и мишљења. Ова религија је оставила значајан траг у јужним деловима Француске. Рута „Земља Катара“ формирана је као кружна тура која се базира на тематици живота и обичаја Катара, а обухвата 19 локалитета, од чега 11 остатака двораца, 6 манастира и 2 музеја. Развијен је знак квалитета за различите производе – атракције, ресторани, занатске производе и водиче, чиме је створен имиџ целе области. Што се тиче координације и маркетинга ове руте, од 2000. године оформљена је асоцијација локалитета „Земље Катара“ која обухвата 18 локалитета, а придржава се 4 основна принципа - развоја економије на бази наслеђа, стварање синергије самих атракција, рад на већој циркулацији туриста и унапређења туристичких услуга ([www.catharcastles.info](http://www.catharcastles.info)).



Слика 48. Рута „Земља Катара“, Јужна Француска  
Извор: <http://www.catharcastles.info/>

#### 5. ТЕМАТСКА РУТА „ДРАКУЛА ТУРА“ У РУМУНИЈИ

Најпознатија тематска рута у Румунији је свакако „Пут Дракуле“ у Трансилванији. Прва рута је организована од стране Друштва Дракуле из Трансилваније, а постоји чак неколико рута са истом тематиком, а свака има поруку: „Нико не може ући у Трансилванију и отићи непромењен“. Судбину Влада Цепеша „Дракуле“ су писали његови непријатељи, а рута иде путевима једног изванредног човека и прати његов живот, од његовог детињства у Сигисоару, младости у тврђави Суцеава, борбе за трон у Брашову, Влад као краљ, изгнанство у тврђави Поенари и Тајне Владове гробнице. Рута се дели на:



- **Живот и дела Влада Цепеша „Дракуле“** – главна рута, траје 10 дана.
- **Продужени викенд са Дракулом**
- **Стазама бекства Принца Дракуле** – од тврђаве Поенари у Валахији, преко Карпата до Трансилваније, пешачка тура.
- **Ноћ вештица у Трансилванији**

Слика 49. Рута Дракуле у Румунији  
Извор: [www.eastadventures.com](http://www.eastadventures.com)

Ове руте су различитих дужина, а базирају се на замковима, тврђавама, митовима и легендама о Владу Цепешу. Постоји добра пропагандна активност кроз водиче, презентације, бројне веб-сајтове. Постоје уређена одморишта на рутама као и посебне ознаке руте. Највећу и најпосећенију руту је креирало Трансилванијско удружење Дракуле, са споственом туристичком агенцијом „Компанија Мистериозних путовања“. Популаризација рута са овом тематиком у Румунији допринела је процвату туризма у Трансилванији, пошто су економски ефекти више него видљиви то је допринело развоју локалних приватних бизниса на овом подручју ([www.romaniatourism.com](http://www.romaniatourism.com)).

## 6. ТЕМАТСКЕ РУТЕ У СЛОВЕНИЈИ

Словенија има изразито развијен систем туристичких рута промовисаних од стране словеначке националне туристичке организације (чак 186 рута пешачења и трекинга, 26 винских рута, 23 едукативних рута, 16 рута наслеђа, бициклистичке руте). Нема података о броју туриста на овим рутама, као ни о њиховој структури. Руте су конкретни туристички производи појединих словеначких туристичких оператера, па је цео систем промовисања производ партнерства приватног сектора и словеначке НТО (неке од познатих рута су: „Пут Соче“, рута „Путевима драгоцености наших цркава“, „Фабијанијев пут од Штањела до Кобдиља“, „Куће са традицијом на путевима наслеђа“, „Траговима змаја – легенде о пореклу Тржича“, „Великолашка културна рута Левстик–Стритар–Трубар“, рута „Где се чипке преплићу са сребром“) ([www.slovenia.info](http://www.slovenia.info)).

## 7. ТЕМАТСКЕ РУТЕ У ХРВАТСКОЈ

Хрватске културне руте промовисане су од стране Уреда за културни туризам Хрватске туристичке заједнице. Ради се о посебном пројекту стављања нагласка на културну понуду Хрватске. Не постоје подаци о броју туриста на појединачним рутама, као ни о структури самих рута, пошто су ове руте производи појединих хрватских туристичких агенција. Неке од рута су: „Путујте корацима УНЕСКО-а“ (УНЕСКО-во наслеђе у Хрватској), „Путевима баштине – Вучедолски Орион – најстарији индоевропски календар“, „Прошлост у садашњости – Барун Фрањо Тренк и његови пандури“, „Витез славонске равни – славонска свадба“, Програм „Потрага за Грчком вјештицом“, Програм „Упалите Горњи град“, „Траговима витезова и загорског сељака“, „Долином млинова“, „Златни трагови повјести“, „Еуровело“ и друге руте.

## 8. ТЕМАТСКЕ РУТЕ У СРБИЈИ

Тематске 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 културе), „Долина краљева у долини Ибра“ (Туристичка организација 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 региона – „Срећно време мира - путеви Сецесије“, „Неограничена

рекреација – здравствени туризам, велнес“, „Лутајући кроз шпајз монархије“ и „Укуси за уживање – Авантуристичке туре трагом кадарке, ракије и пива“ - гастрономске руте, „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“, „Салаша Војводине“, „Живот српског сељака“, итд.

Анализа успешних рута у нашем окружењу и у Европи омогућила је да се уоче специфични аспекти који су код свих рута присутни и самим тим се могу дефинисати као кључни за развој нових културних рута и програма. Све посматране руте су тематизоване, а јасно одређивање тематике се сматра обавезним како би се омогућило позиционирање културне руте на туристичком тржишту и креирање препознатљивог брэнда. Све наведене руте обухватају већи број тематски уклопљених атракција, али уводе се и друге нетематске атракције које допуњавају садржај и подижу квалитет и атрактивност руте. Може се уочити и да све успешне културне руте карактерише развијена туристичка инфраструктура и адекватни маркетинг, уз развијени систем означавања руте, креиран разноврсан промотивни материјал и слично. Такође се истиче неопходност постојања развијеног система управљања туристичком рутом и адекватан маркетинг руте, који је институционализован, тако да о рути брине организација формирана специјално за потребе развоја и промоције руте. 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, обезбеђивање квалитетне инфра и супраструктуре, партнерство и умрежавање стејкхолдера, потреба институционализованог система управљања и маркетинга руте, интерпретација и анимација на рути, стратешко

планирање, брэндирање и позиционирање руте. Ради формирања адекватног производа културне руте „Тврђаве на Дунаву“ базиране на тврђавама, у погледу садашњег стања ових ресурса, неопходно је детаљно истраживање постојеће туристичке понуде на самим локалитетима и у њиховој околини, као и плановима ревитализације ресурса и развијања нових програма интерпретације и анимације на овим локалитетима. Руте базиране на тематици културног наслеђа у Европи које су формиране у протекле две деценије, а које се све више пропагирају, захтевају да се изгради јединствена позиција одређене тематске руте у свести потенцијалних посетилаца као различите и пуне незаборавних доживљаја. Таквом идејом би требало да се руководе и организације укључене у процес формирања културне руте „Тврђаве на Дунаву“ у Србији, ради омогућавања адекватног позиционирања једног оваквог туристичког производа.



Слика 50: Културна рута „Пут римских царева“, Србија

Извор: <http://www.turizam.merr.gov.rs>

## ЕВАЛУАЦИЈА ТУРИСТИЧКОГ ЛАНЦА ВРЕДНОСТИ КУЛТУРНЕ РУТЕ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“

Јединственост туристичког производа или културне руте се односи на све што једну област чини различитом и атрактивном у односу на друге области, чиме она добија јединствену тржишну позицију. Ланац вредности има за циљ да на максимално ефикасан начин међусобно повеже туристичке производе, услуге и активности које се нуде на дестинацији, да дефинише све тренутне евентуалне слабости у целокупном туристичком систему дестинације, како би се могле увести адекватне мере и акције. Оцена ланца вредности базира се на оцени различитих активности које туриста обавља како током припрема за путовање, тако и током путовања, при чему се узимају у обзир сви позитивни и негативни аспекти ових активности. Припрема за пут обухвата доступност промотивног материјала, интернет промоцију, позиционирање туристичког производа, комуникацију са туристичким агентима, систем резервације, информације о дестинацији, производима и активностима које се на дестинацији нуде. На самој дестинацији у ланац вредности укључен је квантитет и квалитет угоститељских објеката, садржаја и програма забаве, рекреације и анимације, као и промотивни материјал, квалитет интерпретације, квалитет саобраћаја, доступност дестинације и слично. Сви елементи у туристичком ланцу вредности могу бити фактор различитости и допринети јединствености туристичког производа (аутентичност културних атракција, идентитет подручја, квалитет производа и услуга). Јединственост руте произилази из туристичких атракција на самој рути, тј. онога што представља основу привлачења посетилаца.

Евалуација туристичког ланца вредности је неопходан аспект приликом креирања туристичког производа и том приликом се врши анализа кључних елемената туристичког производа: доступност информација о дестинацији, туристичка понуда, инфраструктура, смештај, превоз, интерпретација и анимација, а ради обезбеђивања позитивног доживљаја дестинације код туриста (Скица 1).



Скица 1. Приказ система туристичког ланца вредности

Извор: А. Терзић

Када је у питању туристички производ „Тврђаве на Дунаву“ извршена је процена сваког појединачног елемента ланца вредности:

**Информације о дестинацији** - Приликом истраживања понуде информација о културној рути „Тврђаве на Дунаву“ и појединачних атракција и дестинација у оквиру руте уочена је недовољна понуда информација о самој рути и атракцијама, као и о туристичкој понуди на дестинацијама. Уочен је недостатак и слаба опремљеност информативних пуктова на дестинацијама у оквиру руте, као и непостојање адекватне дистрибутивне мреже за пропагандни материјал о дестинацијама. Промотивни материјал је представљен неколицином брошура и каталога туристичке понуде Дунава.

**Туристичка инфраструктура на културној рути** - Квалитет саобраћајне мреже, уређеност и одржавање простора уз путеве, стајалишта и одморишта су изузетно важан фактор у одлучивању туриста за посету некој дестинацији, као детерминанта квалитета доживљаја одређене руте. Из тог разлога је при формирању оваквог туристичког производа неопходно унапређивање инфраструктурних елемената – поправка путева, изградња прилазних стаза и одморишта, адекватна сигнализација, информативни панои и знаци који упућују на постојање овакве руте. Туристичка инфраструктура је на незадовољавајућем нивоу у Србији, недостаци на културној рути су посебно уочљиви у мањим насељима попут Бача, Рама, Голупца и Кладова, док су задовољавајући у Београду, Новом Саду и Смедереву. Од базе инфраструктуре постоје уређене пешачке стазе, осветљење, видиковци, клупе за одмор, инфо-табле (углавном оскудних информација).

**Туристичка понуда** - Истраживањем је уочено да не постоји конкретна туристичка понуда производа „Тврђаве на Дунаву“, већ се у оквиру понуде туристичких агенција и туроператора нуди посета појединим тврђавама у склопу туристичке понуде градова (дестинација) који су део културне руте. Радно време културних институција које управљају културним ресурсима (тврђавама) као туристичким атракцијама у оквиру дестинација је прихватљиво с обзиром да већина ради и викендом, док је радно време информативних бироа и туристичких организација неадекватно (не раде викендом, а осим промотивног материјала и оскудних информација не пружају друге услуге). Заостајање за водећим европским дестинацијама сличног типа у могућностима информисања, а посебно у могућности резервација услуга путем интернет портала. Постоје информације о рути на порталу туристичке организације Србије ([www.srbija.travel](http://www.srbija.travel)) који је доступан и тренутно је у процесу унапређења, док садржај портала доступан на шест страних језика (енглески, француски, италијански, шпански, руски и немачки). Промоција тврђава се врши учешћем на Међународним сајмовима туризма и фестивалима преко Туристичке организације Србије и Министарства културе. Специјализовани промотивни материјали су доступни у виду брошура, проспеката и мапа и дистрибуирају се преко националне туристичке организације и локалних туристичких организација.

**Превоз** - Саобраћајна инфраструктура и превоз у оквирима дестинација је на незадовољавајућем нивоу. Непостојање директне авио-саобраћајне повезаности смањује потенцијал за ефикасну интернационализацију туристичких производа кратких одмора, догађаја и пословног туризма, док позиција на саобраћајној артерији Е-75 омогућава повезаност са суседним државама, иако је квалитет магистралних путева испод међународних стандарда. Иако Дунав пружа изузетне могућности за развој транспортног система и крузинга, још увек је слабо транспортно искоришћен. Приметна је и слаба регионална повезаност (друмска и железничка), такође ниских стандарда и немодернизована. Постоји проблем у погледу приступа и паркинг простора у близини кључних атракција, док је такси служба (уколико постоји, на задовољавајућем нивоу).

**Смештајни капацитети** - Смештајни капацитети тренутно постоје и задовољавају тренутну потражњу на туристичком тржишту, иако квалитет услуга већине смештајних капацитета значајно одступа у погледу међународних стандарда квалитета. Већина смештајних капацитета је хотелског типа, средње и ниске категорије (са три или две звездице). Такође је приметан недовољан број додатних садржаја у смештајним објектима, с обзиром на то да се осим смештаја и ресторатерских услуга не пружају додатне услуге. Непостојање међународних брендова и ланаца у хотелијерству је такође приметно.

**Интерпретација и анимација** - Ови елементи су неопходни при креирању културне туристичке руте, а односе се на презентовање културно-историјског наслеђа и

атракција укључених у тематску руту. Презентација наслеђа мора бити извршена на разумљив и занимљив начин, конципирана тако да туристи могу истовремено учити и уживати у њему. Без адекватних програма интерпретације и анимације је веома тешко, такоређи немогуће, креирати интересантне програме и обезбедити незаборавне доживљаје код туриста. Програми интерпретације и анимације су недовољни и слабо заступљени на свим дестинацијама у оквиру културне руте „Тврђаве на Дунаву“, иако постоји неколико изузетно популарних фестивала и манифестација који се на овом подручју организују током године (фестивал Егзит, Међународни турнир „Свибор“, „Дани европске баштине“, бројни концерти, изложбе, итд). Уочљиво је слабо коришћење програма интерпретације и анимације иако постоји добра основа за креирање бројних и разноликих културних садржаја и програма на свим дестинацијама у оквиру културне руте. Овај елемент би требао бити кључна ставка приликом формирања туристичког производа јер не захтева квалитетну инфраструктуру и велика финансијска улагања, а има пресудан утицај на стварање позитивног туристичког доживљаја. Недостатак понуде и кључних елемената туристичког производа утиче највише на перцепцију дестинације, а још један од недостајућих елемената је непрепознатљивост идентитета подручја, недостатак сувенира, етно-елемената, гастрономског садржаја и слично.

Атракције које су релативно просторно „разбацане“ као што је то случај са већим бројем културних споменика, а које нису познати симболи и не производе импресивне ефекте, саме по себи нису довољне да привуку већи број посетилаца, пошто нису интересантне ширем сегменту туриста. Удруживањем и окупљањем већег броја атракција у јединствену понуду, што се остварује итинерерским повезивањем и умрежавањем, обезбеђује се да ове атракције постану довољно интересантне да привуку одређени број туриста, као и да користе погодности заједничких развојних смерница, стандарда и маркетинга. Такође је потребно креирање и додатних атрактивних елемената како би се употпунила туристичка понуда.

Кључни фактори успеха за стицање конкуретских предности дестинације се базирају управо на обезбеђивању квалитета свих елемената туристичког производа. Као кључни фактори успеха туристичког производа „Тврђаве на Дунаву“ дефинисани су следећи кораци:

- Решавање проблема саобраћајног приступа дестинацијама и паркинг-простора, популаризација и искоришћавање транспортних потенцијала Дунава и канала, као и унапређење саобраћајне мреже на регионалном нивоу;
- Неопходно је побољшање основних туристичких инфра и супраструктурних елемената како би се подигао квалитет атракција (посебно у мањим местима, где је базна инфраструктура на незадовољавајућем нивоу). Потребно је снабдевање водом, постављање тоалета, клупа, информативних табли, путоказа, означавање осетљивих ресурса, оснивање информативних пунктова, сувенирница, водичке службе и слично;
- Технолошко, логичко и визуелно прилагођавање интернет садржаја (веб-странице) за шири спектар јавности. Боље повезивање са друштвеним мрежама и активна партиципација кроз отварање страница корисника (форуми и блогови);
- Освежавање садржаја, континуирана активност и комуникација са потенцијалним корисницима, кроз интернет портал који треба да буде функционалан и усмерен подједнако на домаће и стране кориснике;
- Побољшање присутности на међународним сајмовима и фестивалима како би се обезбедила додатна промоција Србије као туристичке дестинације и културне руте као њеног производа;
- Усаглашавање квалитета смештаја са међународним стандардима;

• Унапређење интерпретативних и анимационих програма кроз додатну организацију културних програма, фестивала и других манифестација (програми „живе историје“);

• Формирање јасног идентитета кроз формирање брэнда базираног на националној свести, историји и култури.

Општи утисак и задовољство туриста културном рутом као туристичким производом зависи поред основних елемената понуде и од других елемената:

• тематски сувенири (разгледнице, кригле, оловке, капе, слике и модели споменика, едукативне игре и забавни сувенири),

• улазнице, карте и други штампани материјали морају бити дизајнирани истоветно како би указали на јединственост руте,

• коришћење мултимедијалних средстава интерпретације и анимације,

• стимулативни програми који привлаче туристе на културну руту (групне улазнице за посету већег броја локалитета, попусти за групе, албуми и пасоши руте),

• локални производи (домаћа радиност, локална храна, услуге).



## КОНКУРЕНТНОСТ СРБИЈЕ И ТОКА ДУНАВА У СРБИЈИ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ У ГЛОБАЛНИМ ТУРИСТИЧКИМ ТОКОВИМА

Индекс конкурентности у туризму (Travel&Tourism Competitiveness Index) је пројекат развијен од стране Светског економског форума. Циљ овог пројекта је да утврђеним методама истражи индикаторе конкурентности у туризму и политике које чине атрактивним развој туристичког сектора у различитим земљама. Пројекат је развијен под покровитељством Светске туристичке организације (Трбовић, 2009).



Скица 2: Модел конкурентности туристичке дестинације

Извор: Трбовић, 2009.

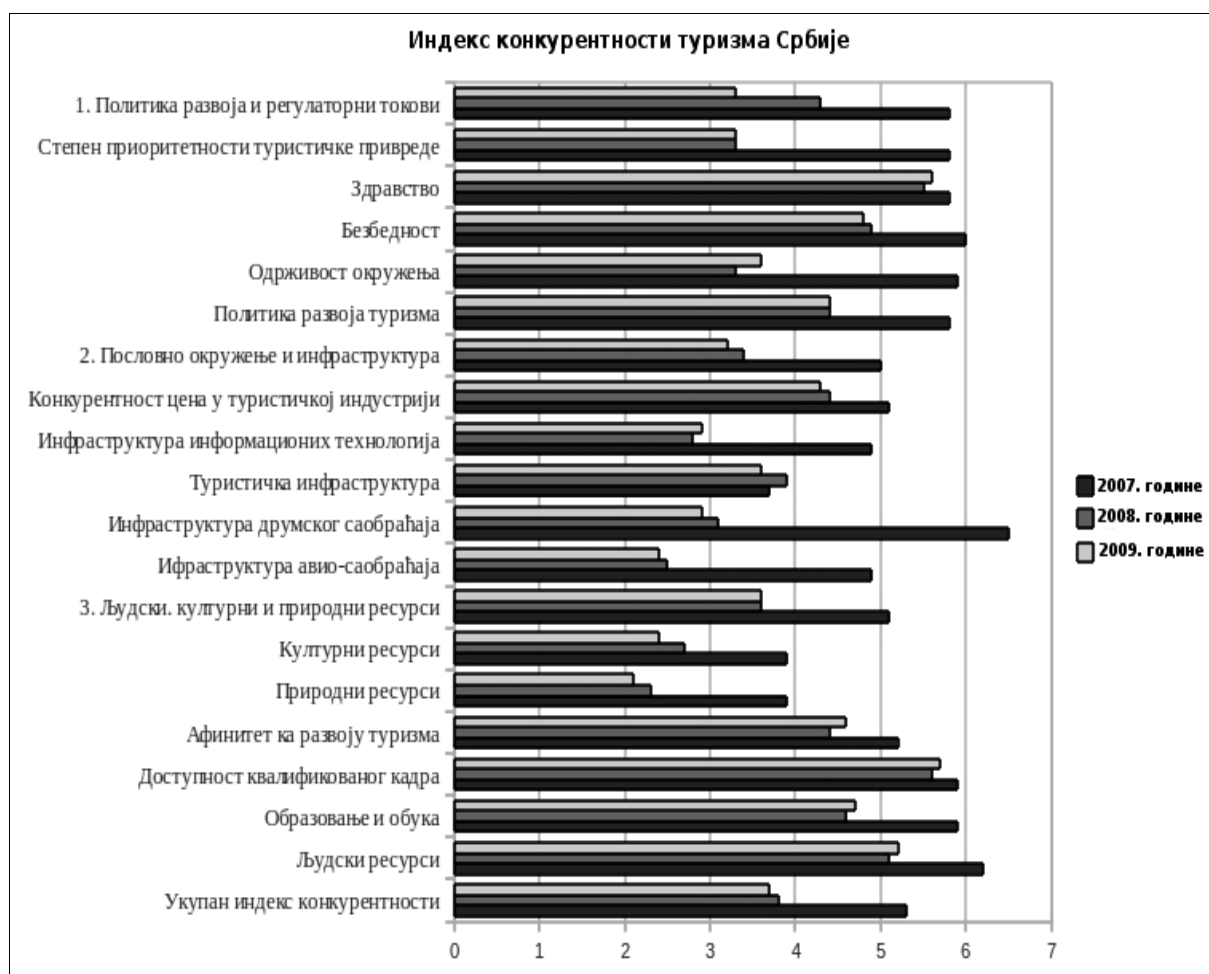
Индекс конкурентности је заснован на неколико ширих категорија чије варијабле утичу на конкурентност туризма одређене државе, односно у овом случају дестинације, или су њени носиоци (Скица 2). Ове категорије су сажете у три основна подиндекса:

- Подиндекс политике и регулаторних оквира,
- Подиндекс пословног окружења и инфраструктуре,
- Подиндекс људских, културних и природних ресурса.

Први подиндекс обухвата оне индикаторе који се односе на владину политику развоја туризма и њему комплементарних делатности, други подиндекс чине елементи пословног окружења и „тврда“ инфраструктура економије, док је трећи индекс носилац оних фактора које представљају „меку инфраструктуру“ дестинације, тј. основу за

стварање конкурентног туристичког производа. Сваки од ових подиндекса има неколико индикатора чијим мерењем се добија вредност за сваки подиндекс, а скупом свих вредности настаје укупан индекс конкурентности туризма једне земље (Richie, Crouch, 2003). Важно је нагласити да оваква врста истраживања има велики значај за усмеравање даљег развоја туризма дестинација, као и за укупан преглед активне туристичке политике конкурентских земаља. Сврха испитивања је одмерити снаге, минимизирати слабости и сагледати могућности, како би се на време идентификовали они тржишни сегменти који ће дестинацију учинити још конкурентнијом на тржишту (Трбовић, 2009). Србија се 2009. године налазила на 88. месту у свету по конкурентности од укупно 133 туристичке земље.

График 4. Конкурентност Србије на глобалном туристичком тржишту, 2007 - 2009.



Извор: World Economic Forum, *Travel&Tourism Competiveness Report*, 2009.

График 3 представља упоредну анализу индикативних података конкурентности у туризму за 2007., 2008. и 2009. годину. Према овим подацима конкурентност Србије према горе наведеним индикаторима значајно је опала у року од две године. У првој години поређења индекс конкурентности за Србију износио је 5,2 док за 2009. годину укупан индекс конкурентности Србије износи 3,4. Највећи пад вредности представља подиндекс политике развоја и драстичан пад вредности за подиндекс пословног окружења и инфраструктуре, посебно код индикатора друмског саобраћаја, чија је вредност за 2007. годину износила 6,2 што уједно представља и најконкурентнији индикатор у туризму, а већ 2009. године његова вредност износила је 2,9. Сличне

негативне тенденције могу се уочити и код авио-саобраћаја и информационих технологија, веома важних структура у постизању конкурентности. Важно је истаћи да ни један наведени индикатор од сва три подиндекса конкурентности није остварио позитиван тренд раста, односно, није повећана његова конкурентност у посматраном периоду. Уочљива је стагнација конкурентности, што је најочљивије посматрајући скалу вредности за 2008. и 2009. годину. Разматрање представљених вредности индекса конкурентности у туризму за Србију као туристичку дестинацију, доводи до закључка да се веома мали број индикатора може сматрати реалном конкурентском предношћу Србије, као што су људски ресурси и велика конкурентност неких индикатора који не играју пресудну улогу за развој туризма као што је здравство. Сама политика развоја туризма и ступањ развоја туристичке делатности на националном и регионалном нивоу може се сматрати конкурентским недостатком, као и ниска пословна конкурентност и модернизација саобраћајне инфраструктуре. Што се тиче природних и културних ресурса, скала показује изузетно ниске вредности, с обзиром на потенцијал који лежи управо у том сектору. Све ово упућује на то да опште стање српске туристичке привреде није на задовољавајућем нивоу према мерилима светских истраживања.

Конкурентност Србије као туристичке дестинације, на скали од један до шест, у првом фазном извештају Стратегије туризма Републике Србије који је урађен 2005. године, је на основу истраживања оцењена просечном оценом 3,1. Као најслабији елементи Србије наведени су речни туризам (са оценом 1,7), туристичка сигнализација (2,4), информације и презентације (2,6), туристички закони (2,6), доступност и превоз (2,8), комунална инфраструктура (2,9), док су најбољу просечну оцену добили социјални елементи и људски ресурси (3,9), ресторани (3,8), природна и културна баштина (3,7). У израђеној стратегији туризма, оцењивана је и снага туристичке понуде Србије (на скали од један до десет), а највећа оцена, додељена је људима у Србији због гостољубивости, отворености и хедонизма, док је са оценом девет оцењен пораст понуде манифестација попут „Егзита“ и „Сабора трубача у Гучи“, као и богатство термалних извора. Са осам је оцењена нетакнута природа, као и историјско интернационално туристичко искуство десетак значајнијих дестинација (Трбовић, 2009). Конкурентност Србије као туристичке дестинације у великој мери зависи од достигнутог нивоа квалитета њеног туристичког производа у односу на кључне факторе успеха.

Према Стратегији туризма Републике Србије, према плану конкурентности (Министарство трговине, туризма и услуга, 2006б) најочљивији недостаци туризма у Србији су низак ниво оперативности туристичких организација, низак ниво информисаности, недостатак регулативе у заштити основних права потрошача, непостојање имиџа дестинације, лоша маркетиншко-менаџерска активност, недостатак сувенира и рукотворина локалног становништва, слаба укљученост културних вредности у креирање туристичког производа, непостојање додатних туристичких производа који могу привући пажњу потенцијалних гостију, недостатак специјализације и лош квалитет угоститељске понуде, лоша туристичка сигнализација, недостатак система за заштиту и очување животне средине, као и слабо присутна свест локалног становништва о заштити и очувању природних и културних вредности и одлагању и рециклирању отпада, затим, недостатак стучних кадрова, низак ниво предузетништва, висок ниво бирократизације, низак ниво инвестиција, итд.

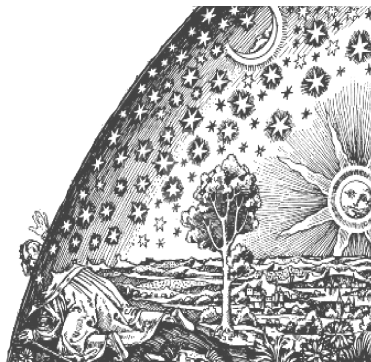
Туристичка дестинација конкурентна је онда када послује унутар привлачних сектора, тада инвестиције имају виши поврат у поређењу са осталим дестинацијама, те оне постају привлачне за инвеститоре, запослене и за локално становништво. На тај начин започиње се са просперитетом и повећањем квалитета живота локалног становништва у комбинацији са економским просперитетом и осећајем благостања. Управо такав приступ би требало применити и приликом развоја туризма у Србији како

би се створила адекватна основа за даље позиционирање и повећање конкурентности Србије као туристичке дестинације. Повећање конкурентности подупиरे се директним страним и домаћим улагањима (јавни и приватни сектор), адекватним маркетингом и менаџментом дестинације, спровођењем стратешког плана развоја туризма Србије и мониторингом. Побољшање конкурентности односи се на будуће програме и садржана је у потреби подизања квалитета смештаја и побољшања квалитета туристичког прозвода, затим, побољшања речног, копненог и авионског приступа дестинацији и увођења интегрисаног система повезивања туристичких региона, као и едукацији запослених у туризму, заштити и очувању природних и културних ресурса. Стратегија будућег профилисања конкурентности темељиће се на стварању јединственог идентитета и имица Србије као дестинације базиране на вредностима одрживог развоја и тоталног квалитета имплементираних у свим структурама туристичке дестинације (Стратегија развоја туризма Србије, 2006б). С обзиром на то да је тематика студије усмерена на развој туризма на простору Дунава у Србији, размотрени су недостаци у развоју туризма овог подручја, те су уочени су следећи недостаци:

- Недостатак речне инфраструктуре за развој производа наутичког туризма;
- Лимитирана доступност и недостатак привезишта и марина на рекама;
- Недостатак система пловидбене регулације и означавања;
- Недостатак развијеног речног транспорта путника;
- Недостатак смештајних капацитета у близини река, неопходних за смештај наутичара и других туриста;
- Угоститељска понуда није специјализована, углавном ниског и средњег квалитета;
- Недостатак сарадње јавног и приватног сектора у циљу координираног развоја;
- Недостатак информација везаних за активности и туристичке услуге на Дунаву;
- Недостатак специјализованих дестинацијских менаџмент организација (ДМО), као организатора, активности и туристичких пакета за домаћа и страна тржишта;
- Локални догађаји нису искоришћени у туристичке сврхе, уз недостатак стратешких смерница за њихову промоцију и даљи развој;
- Недостатак специјализованих водича за развој производа туризма;
- Недовољна употреба културних и природних ресурса у туристичке сврхе за развој производа посебних интереса на домаћем и међународном нивоу;
- Низак квалитет система за заштиту и очување културних и природних ресурса.

Ради превазилажења проблема који произилазе из уочених недостатака, планови будућих активности приликом развоја туризма на Дунаву у Србији треба да се односе на:

- Изградњу наутичких центара, које треба усмерити на већа урбана подручја (Београд, Нови Сад, Смедерево, Бачка Паланка, Доњи Милановац, Кладово),
- Успостављање јединственог регулационог модела пловидбе и инфраструктуре;
- Успостављање и координација развојних модела на току Дунава по систему јавно-приватног партнерства како би се обезбедио развој и промоција Дунава;
- Формирање и активирање домаћих или активирање страних туроператора;
- Интернационално финансирање и коришћење средстава помоћи;
- Развој стандарда изградње, заштите окружења и квалитета услуга у туризму;
- Израда посебне категоризације објеката и садржаја на подручју туризма;
- Израда плана и водича за изградњу туристичких центара;
- Обликовање и промоција комплементарних активности уз Дунав.



## **ИСТРАЖИВАЊЕ ТУРИСТИЧКОГ ТРЖИШТА**



## ТРЕНДОВИ У ТУРИЗМУ

Уласком у нови миленијум савремени туризам је наставио да расте, али нешто споријим темпом. Године 2008. у свету је остварено 924 милиона међународних туристичких долазака, што је за 2% више у односу на претходну годину. Притом је Европа и даље водећа туристичка регија са остварених 489 милиона долазака иностраних туриста и уделом од 53% у глобалним размерама (UNWTO, 2009). Иако је талас рецесије утицао на пад животног стандарда водећих емитивних туристичких тржишта, пре свега европског, туристички токови су се само преусмерили на сигурније регије, и тиме делимично успорили раст. Најновија истраживања спроведена на европском туристичком тржишту указују на наставак раније исказаног тренда старења популације, што предвиђа све веће укључивање старијих сегмената туриста у туристичка кретања – немачки, британски и француски туристи. Предвиђа се да ће због старења туристичке популације посебно расти интерес за превентивним здравственим путовањима, у комбинацији са туристичким производима који садрже аспекте културне понуде са нагласком на очувану природну средину. Предвиђа се да ће у Европи посебно динамично расти градски туризам, сеоски туризам, крстарења, кружне туре, авантуризам и слични туристички производи. Под утицајем глобалних промена на туристичком тржишту најизраженији су следећи трендови:

- Пораст путовања у блиске суседне дестинације;
- Смањење туристичке потрошње и скраћивање трајања путовања;
- У предности ће бити туристичке дестинације које ће нудити потрошачима; одговарајућу вредност за новац, и оне дестинације које ће имати повољније цене;
- Очекује се да ће доћи до све каснијих резервација путовања (тзв. late booking) где туристи бирају најповољнију понуду;
- Очекује се да ће туристичке дестинације више улагати у промоцију ради позиционирања на све конкурентнијем туристичком тржишту;
- Све више ће се нудити производи прилагођени индивидуалним захтевима туриста.

Глобалне промене у друштву утицаће на промене у понашању туриста. Све више је изражен индивидуализам на туристичком тржишту који узрокује све израженију сегментацију и диверзификацију туристичке понуде, при чему културни аспекти понуде (културне атракције и манифестације) имају врло важну улогу у дефинисању туристичких производа. Већина туристичких путовања још увек је примарно мотивисана одмором и разонодом, међутим, култура се јавља као додатни садржај тог производа. На туристичком тржишту и даље преовладавају класична одморишна путовања, док се традиционални туристички производ квалитативно мења, односно, обогаћује се и допуњује додатним садржајима – културним и природним елементима понуде, спортским и забавним активностима. Култура је постала саставни део туристичког доживљаја свих туриста, било да се ради о одморишном, пословном, здравственом или неком другом туристичком путовању. Најновија тржишна истраживања показују да је сваки други туриста одлучио да посети неку културну атракцију пре него што је и кренуо на путовање, а сваки четврти је то одлучио у току путовања. Из тог разлога, култура се етаблирала као саставни део туристичког производа. Она је укључена у традиционална туристичка путовања кроз спектар различитих активности и садржаја боравка, од посета угоститељском објекту до упознавања обичаја локалног становништва и сличних садржаја, али и као „прави културни производ“ кроз посете музејима, присуствовање

концертима, манифестацијама и сличним садржајима. Под утицајем глобалних друштвених, економских и других промена у друштву које снажно утичу на туризам, на туристичком тржишту се могу уочити неки трендови и у путовањима подстакнутим културом. Туристи мотивисани културом углавном се налазе на класичним одморишним путовањима (60%), следи посећивање културних атракција (18%), посета родбини и пријатељима (10%), посета културног догађаја (7%) и други мотиви - куповина, посао, спорт, према резултатима ATLAS истраживања која су спроведена средином 2007. године (Richards, 2007). Најизраженији мотиви путовања културних туриста остаје учење и забава. Данашњи културни туристи више су подстакнути жељом да виде занимљиве ствари, а мање им је важна атмосфера, што је раније био главни мотив путовања. Главна предност културом инспирисаних путовања је да се она одвијају током целе године и нису строго везана за туристичку сезону. Од културних садржаја савремени туристи најчешће посећују музеје, верске и историјске локалитете, фестивале, уметничке галерије и изложбе, разгледају градове, историјску баштину и археолошка налазишта (Richards, 2007). Старосна структура има пресудан утицај на одабир културног садржаја, тако да млађи туристи путују углавном ради забаве на фестивале и карневале, боље образовани и богатији туристи средње животне доби више посећују музеје, галерије, позоришта, док најстарији путници више посећују знаменита историјска места и археолошке локалитете. Веће интересовање за путовања мотивисана културом није резултат само општег раста занимања за културну понуду, већ је и последица још наглашеније сегментације туристичке потражње.

Међу путовањима мотивисаних културом разликују се:

- **Путовања мотивисана упознавањем културне баштине (*heritage tourism*)** – односе се на прошлост и обухватају културне манифестације и атракције тзв. „високе,, односно „праве,, културе, као и традицијске културе (фолклор). Могу се пласирати као посебни туристички производи;
- **Путовања мотивисана присуствовањем културом догађају** – односе се на догађања која приказују одређене моменте из прошлости или су савременог карактера те обухватају културне догађаје као атракције „високе,, али и „популарне,, културе. Могу се пласирати као посебан туристички производ, али могу бити и елемент другог туристичког производа;
- **Путовања мотивисана креативним културним активностима** – односе се на активности очуване из прошлости, као што су традиционалне вештине, учење језика, савремена пракса културе живота и рада и савремена уметничка продукција. Зависно од профила активности, могу се приказати широком спектру тржишта, али и специјализованим културним туристима (Prentice, 1994; Richards, 2000).

Овај помак туризма културне баштине одраз је потражње за културним производом који креирају сами потрошачи према сопственим склоностима. Међутим, треба имати у виду да је туризам баштине, утемељен у квалитетној заштити, презентацији и интерпретацији, те савременој културној продукцији, поред развијеног уметничког и културног живота, предуслов за развој производа креативног туризма и његово тржишно позиционирање. Културне руте представљају комплексни производ који може садржати све ове елементе и учинити да дестинација на којој се културна рута формира постане атрактивна широком спектру туриста различитих по мотивацији и интересовањима. Формирање културних рута се уклапа у великој мери са савременим туристичким трендовима, како у специјализацији туристичких производа, тако и у диверзификацији садржаја које се на таквим рутама нуди.

## ТУРИСТИЧКИ ТОКОВИ У СРБИЈИ И РЕГИОНУ ПОДУНАВЉА

Туристички промет је квантитативни и квалитативни показатељ атрактивности дестинације, што је могуће приметити код одређених туристичких дестинација. Туристички промет је често готово немогуће прецизно одредити, што је последица тога да се током свог боравка у једној земљи туристи веома често крећу и бораве на више дестинација. У том случају, туристи плаћају боравишну таксу приликом сваке промене места и тиме бивају регистровани неколико пута у статистичкој документацији.

Табела 24. Туристички промет у Србији и Подунављу по општинама, 2001 – 2009.

Место	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.
Република Србија	1.886.603	2.209.675	1.997.947	1.971.683	1.988.469	2.006.488	2.306.558	2.266.166	2.018.466
Подунавље	963.120	991.090	899.589	856.670	841.766	881.005	976.245	926.245	790.026
Апатин	5.901	8.301	6.932	7.253	7.025	6.750	10.636	10.851	9.360
Сомбор	9.896	11.953	10.297	11.074	10.814	12.041	12.770	10.824	7.366
Бач	190	220	147	148	181	193	200	-	-
Бачка Паланка	2.148	2.724	2.438	1.500	3.292	3.639	3.385	3.874	2.585
Нови Сад	99.272	92.492	73.313	65.779	69.379	74.568	97.008	104.027	86.920
Београд	770.437	788.904	728.087	692.933	674.785	705.439	764.466	705.574	602.034
Смедерево	5.888	5.487	4.689	4.457	2.159	4.689	1.051	2.922	3.309
Велико Градиште	6.132	8.847	7.929	9.817	9.919	7.929	17.383	21.555	15.784
Голубац	7.070	5.600	4.530	4.005	5.386	4.530	4.600	8.226	4.818
Мајданпек	25.054	30.771	31.108	29.931	30.095	31.108	36.370	31.743	25.882
Кладово	28.410	30.897	25.043	24.062	23.183	25.043	22.517	23.120	27.199
Неготин	2.720	4.894	5.076	5.711	5.548	5.076	5.859	3.529	4.77

Извор: Статистички годишњак, Републички Завод за Статистику (2000 – 2009)

На основу података из Табеле 24 може се уочити да у посматраном периоду од 2001- 2009. године туризам у Србији је бележио константан раст до 2007. године, када је због економске кризе уследио пад у туристичком промету, пре свега од стране домаћих туриста. Ако се посматра регион Подунавља у Србији може се уочити да овај регион генерише око половине свих туристичких посета Србији, обзиром да се у њему налазе главни градови земље и региона. Највећи број туристичких посета имају Београд и Нови Сад, а затим следе општине Кладово и Мајданпек (Доњи Милановац) у коме се налази седиште НП Ћердап, док су остали градови на подручју Подунавља знатно слабије посећени. С обзиром да је реч о подручју које се директно ослања на ток Дунава, потребно је размотрити туристички промет који генерише научички туризам кроз крстарења Дунавом. Крстарења имају тренд раста у популарности широм света, с обзиром да представљају атрактивну форму модерног туристичког кретања. Током последње деценије, крстарења су постала туристичка ниша са најбржим стопом раста.



Туризам базиран на речним крстарењима такође бележи високе стопе раста, а најбржи развој овог вида туризма се очекује у новим европским дестинацијама (Мађарској, Румунији, Словачкој и Србији), пре свега због Дунава као објекта тражње у туристичким крстарењима (Драгин, 2006). Овај тренд се потврђује чињеницом да је у 2003. години готово 393.000 туриста крстарило Дунавом (Влада Републике Србије, 2006). Истраживана област је Пан-европски Коридор 7, док тежишна истраживана област обухвата магистралу крузева у нашој земљи – део тока Дунава који протиче кроз Србију, односно деоницу од Бездана ( на 1.425. речног километра, на граници са Хрватском) до ушће Тимока у Дунав (846. речног километра, на граници са Румунијом и Бугарском). Једини пунктови са пристаништима у Србији за међународна туристичка крстарења су Нови Сад и Београд (Драгин, Ђурђевић, Арменски, 2008). У понуди су различити туристички аранжмани бројних туроператора, у трајању од десетак дана до четири недеље.

Табела 25. Укупни годишњи број туриста на Дунаву (Коридору 7) у Србији

Година	Београд	Нови Сад	Ђердап (Доњи Милановац)	Укупно у Србији
2002.	4.316	7.870	-	12.185
2003.	17.441	13.029	-	30.470
2004.	36.580	26.445	-	63.025
2005.	46.895	49.278	-	96.175
2006.	44.952	40.635	450	86.037
2007.	66.221	50.857	2.800	119.878
2008.	56.380	52.027	3.500	111.907
2009.	58.096	49.670	7.600	115.366

Извор: Драгин, 2008; Статистика Дунавске комисије, [www.danubecommission.org](http://www.danubecommission.org)

Статистички је покривен регион Србије који покрива секцију Дунава од Бездана (граница са Републиком Хрватском) до ушћа реке Тимок (гранични троугао између Србије, Румуније и Бугарске). Сезона крстарења Дунавом траје у периоду од марта до новембра (Dragin, Ivkov, Maletin, 2004). С обзиром да већина бродова на турама Дунавом кроз Србију, зауставља се у Новом Саду и Београду, као и на Ђердапу (Доњи Милановац), свако пристајање брода на неку дестинацију (луку) бележи се као нови статистички податак, тако да уколико се исти брод током туре заустави у две луке, он се статистички бележи као два брода, а самим тим и путници тог брода као туристи. Из тог разлога се приказ броја туриста на крстарењима Дунавом кроз Србију у периоду 2002-2009. године узима као сума квантитета регистрованих туриста Новом Саду и Београду (Табела 25). На основу Табеле се може уочити да се број туриста на Коридору 7 повећава сваке године, са изузетком у годинама са изузетно великим водостајем (2006). Последњих година међународна туристичка крстарења Коридором 7 доживљавају експанзију. У 2002. години инострани туристички промет у Србији (у Новом Саду и Београду) износио је 12.185 туриста, у 2003. години 30.470 туриста, у 2004. години 63.025, а наредне године 96.173 туриста. Затим је 2006. због екстремно високог водостаја Дунава у пролећним месецима опао на 85.587, да би наредне сезоне, 2007. године постигао рекордних 117.078 туриста. Овај сегмент туризма бележи из године у годину значајан раст у промету туриста. Код приказаног укупног туристичког промета

међународних туристичких крстарења Коридором 7, израженог бројем присталих бродова на годишњем нивоу у Београду и Новом Саду, примећује се да је остварен перманентан пораст. Анализама структуре туриста према држављанству и старосној структури дошло се до податка да су 2007. године, на крстарењима Дунавом у Србији, забележени туристи из чак 37 држава, док око 80% од укупог броја туриста чине Немци (30%), Американци (26%), Британци (10%), Французи (9,8%) и Швајцарци (3,9%). У погледу старосне структуре учесника међународних крстарења Коридором 7, 2007. године, чине их туристи свих старосних група, али просечна старост туристе на крстарењу Дунавом износи 69,4 година, што је знатно више од светског просека старости учесника туристичких крстарења (Драгин, 2008).

Када је у питању посета туриста културним атракцијама у Србији, не постоји документација о посети ових локалитета, посебно када су у питању дестинације попут тврђава. Евиденција о посети се врши искључиво у музејима и галеријама, на основу броја продатих карата, што није релевантан податак, с обзиром да поједине тврђаве садрже у својим оквирима више културних садржаја, те да се туристи могу одлучити за једну или неколико програма, као и чињеница да највећи број посетилаца представљају резиденти који ове просторе користе као излетишта и шеталишна подручја у свакодневном животу.

## ПЕРЦЕПЦИЈЕ И СТАВОВИ ПОТЕНЦИЈАЛНИХ ТУРИСТА И РЕЗИДЕНАТА О АТРАКТИВНОСТИ КУЛТУРНЕ РУТЕ (АНКЕТНО ИСТРАЖИВАЊЕ)

Разлог због којег се бројни туристи одлучују да посете дестинацију, а мотивисани су интересом за културу и културне атракције, је према више истраживања, управо доживљај атмосфере неког места. Детаљнији показатељи указују на сложена мотивацију која се састоји од угођаја, локалне културе и историје, жеље да се искусе и науче нове ствари. Посетиоци су, мање него раније мотивисани културном вредношћу неке атракције у ужем смислу, а више заинтересовани за сложена значења атракција, при чему желе остварити лично искуство. Самим тим културни туризам постаје све сложенији туристички производ. Све више се туризам схвата као комбинација разгледања, забаве, куповине, конзумирања хране и других активности у циљу доживљавања идентитета посећеног места и усвајања његове културе (Никочевих, 2007).

Туризам на Дунаву, поред пловидбе и уживања у природним вредностима везаним за воду и њено непосредно окружење, такође подразумева посету насељима и културно-историјским споменицима. Самим тим, мора се навести проблематично стање ових споменика у Србији, као и проблем неактивирања културног богатства Србије у туристичке сврхе уопште. Стање у коме се налазе тврђаве у Србији, као и тврђаве на Дунаву је алармантно. Према изјавама надлежних за одржавање и функционисање ових тврђава, као и локалних туристичких организација ове тврђаве не искоришћавају своје потенцијале. Пловидба Дунавом је сама по себи велика атракција, а у аранжманима крузинга Дунавом обавезно су укључене посете појединим урбаним центрима и музејима, као и појединим тврђавама и дворцима на Дунаву. Проучавањем туристичких аранжмана на туристичког туризма на Дунаву дошло се до закључка да понуда Србије посустаје за својим суседима. Многи туристички аранжмани крузинга Дунавом, у итинерерима подразумевају прстајање бродова у Новом Саду и Београду, при чему се нуди факултативни обилазак Новог Сада, односно Београда. Посете наутичара у Србији се дакле ограничавају на посете урбаних језгара Новог Сада и Београда, уз ограничене могућности избора туристичких програма у овим градовима. Иако поједини посетиоци показују интересовање, и неколицина њих посети и Калемегданску и Петроварадинску тврђаву, може се рећи да ли је то ретка појава и да тврђаве као атракције нису у довољној мери укључене у туристичку понуду Србије.

Ради прикупљања ставова и перцепција туриста и резидентног становништва о потенцијалима и атрактивности културне руте „Тврђаве на Дунаву“ спроведена су истраживања на три начина: упитник спроведен међу локалним становништвом (Београд, Нови Сад, Бач, Смедерево, Рам, Голубац и Кладово), анкета спроведена у већим градовима (главна емитивна подручја) и интернет-анкета у оквиру Србије, анкета међу страним туристима у Србији (Нови Сад, Београд, Доњи Милановац). Испитан је узорак од 103 резидената дестинација дефинисаних рутом (упитник/интервју), анкетним истраживањем испитано је 303 домаћих туриста и 111 страних туриста. Анализом добијених резултата приказана је структура испитаника, као и њихови ставови и перцепције о атрактивности Дунава и културне руте, као и преференције у односу на аспекте туристичког производа.

## СТАВОВИ И ПЕРЦЕПЦИЈЕ ЛОКАЛНОГ СТАНОВНИШТВА

У мноштву истраживања, пажња се усмерава на мерење реакција локалног становништва када се почиње туристички развој. Постоје све већи напори да се измери и окарактерише став домаћина према туристима на шта указују бројна истраживања на ову тему. Постоји и изванредан број истраживања о факторима који утичу на реакције локалних становника на развој туризма, укључујући економску потпору, дужину боравка у локалној заједници, квалитет живота и друга питања. Ова истраживања теже да идентификују социјалне, политичке, економске и еколошке импликације развоја туризма, узимајући у обзир начин на које се реакције локалног становништва могу разумети и узети у обзир како би допринеле што већој подршци одрживијем туристичком развоју дестинације. Многи аутори указују на то да не само да је значајно да се заједница укључи да би се добила подршка туристичке индустрије, него и њена одрживост остаје циљ, а мере морају бити пажљиво уведене да би се локалном становништву омогућило искоришћавање указаних могућности у оквиру развоја туризма. Без прихватања и примене оваквих мера, туристичка индустрија може постепено изгубити подршку локалне заједнице, чиме би се угрозила одрживост развоја дестинације у будућности. Уочено је да негативне перцепције становништва у вези са развојем туризма, почевши са ограниченим и непостојећим могућностима партиципације, могу довести до незадовољства међу туристима и коначно до смањења броја посета.

Табела 26. Структура испитаника (резидентно становништво)

место	Бач	Нови Сад	Београд	Смедерево	Рам/Велико Градиште	Голубац	Кладово	Укупно	%
Број испитаника	9	24	27	16	8	7	12	103	100
Полна структура									
мушкарци	6	10	11	7	5	3	8	50	48,5
жене	3	14	16	9	3	4	4	53	51,5
Старосна структура									
До 20 год	0	2	1	0	1	0	3	7	6,8
21-30 год	3	11	12	3	3	1	2	35	33,9
31 -50 год	4	7	9	6	2	3	2	33	32,1
51 - 65 год	1	2	1	4	1	2	3	14	13,6
Преко 65 год	1	2	4	3	1	1	2	14	13,6
Образовна структура									
Високо образовање	5	17	16	7	1	2	3	51	49,5
Средње образовање	3	5	8	5	5	4	7	37	36,0
Основно образовање	1	2	3	4	2	1	2	15	14,5

На основу упитника спроведеног са 103 резидената на дестинацијама дефинисаних културном рутом добијени су ставови у вези развоја туризма на дестинацијама, односу према културним добрима, као и о потенцијалима формирања културне руте „Тврђаве на Дунаву“ у Србији. Упитник је попуњаван на основу директног разговора (интервјуа) са испитаницима. Ставови становништва добијени на основу упитника знатно се разликују од града до града, при чему су позитивне ставове изразили становници већих насеља, посебно Београда, Новог Сада и Смедерева, док су становници мањих насеља мање оптимистични.

У истраживаним општинама већински део испитаника био је из категорије радно активног становништва од 20-65 година старости (79,6%), према полној структури готово подједнако су заступљени и мушки (48,5%) и женски (51,5%) испитаници међу којима је доминирало образовано становништво са високим (49,5%) и средњим образовањем (36%).

Табела 27. Атрактивност тока Дунава у Србији, на основу ставова резидената

Одговори	Бач	Нови Сад	Београд	Смедерево	Рам/Велико Градиште	Голубац	Кладово	Укупно	%
ДА	8	22	27	14	4	6	9	90	87,4
МОЖДА	1	2	0	1	2	0	3	9	8,8
НЕ	0	0	0	1	2	1	1	5	4,8

На основу датих одговора о туристичкој атрактивности Дунава у Србији, може се закључити да највећи број испитаника, чак 87,4% сматра да је ток Дунава атрактиван, при чему су испитаници из свих општина имали сличан став по овом питању.

Табела 28. Туристичка атрактивност резидентне општине/места

Одговори	Бач	Нови Сад	Београд	Смедерево	Рам/Велико Градиште	Голубац	Кладово	Укупно	%
ДА	5	24	25	9	1	5	8	77	74,7
МОЖДА	1	0	1	4	2	1	1	10	9,7
НЕ	3	0	1	3	5	1	3	16	15,6

Што се тиче туристичке атрактивности општине, односно места живота испитаника, већи број испитаника, 74,7% је дао позитиван одговор о атрактивности сопствене општине када се посматра целокупно подручје, док је већи број негативних одговора имало само становништво места Рам (62,5% испитаника са подручја насеља Рам). Дакле, већина резидентног становништва сматра сопствену општину атрактивном за развој туризма.

Табела 29. Туристичка атрактивност тврђаве у оквиру резидентне општине/места

Одговори	Бач	Нови Сад	Београд	Смедерево	Рам/Велико Градиште	Голубац	Кладово	Укупно	%
ДА	7	23	25	16	6	7	4	88	85,4
МОЖДА	2	1	2	0	0	0	3	8	7,8
НЕ	0	0	0	0	2	0	5	7	6,8

Када је у питању атрактивност тврђава у оквиру испитиваних општина (Табела 29) ставови резидената се такође прилично преклапају, тако да већи број испитаника (85,4%) сматра тврђаву на подручју сопствене општине туристички атрактивном, при чему се разликују одговори у погледу нивоа атрактивности појединих тврђава.

Табела 30. У којој мери је тврђава у оквиру општине/места туристички атрактивна

Одговори	Бач	Нови Сад	Београд	Смедерево	Велико Градиште	Голубац	Кладово	Укупно	%
Највећа атракција у региону	0	4	10	0	0	1	0	15	14,6
Највећа атракција у општини/месту	7	20	17	14	7	6	3	74	71,8
Средње атрактивна	2	0	0	2	1	0	5	10	9,7
Уопште није атрактивна	0	0	0	0	0	0	2	2	1,9

Међу највеће атракције у региону сврставају се Петроварадинска тврђава и Београдска тврђава, док се као највеће атракције у оквиру општине/места сматрају тврђава Бач, Петроварадинска, Београдска, Смедеревска, Рамска и Голубачка тврђава, док се као средње атрактивна сматра Кладовска тврђава (Фетислам) (Табела 30). На основу добијених одговора добијених из Табеле 31 може се закључити да је перцепција тренутног стања тврђава одлично у општинама Нови Сад и Београд, врло добро у Бачу и Смедереву, док је лоше и врло лоше стање тврђава у општинама Рам, Голубац и Кладово.

Табела 31. Перцепција тренутног стања тврђава у оквиру општине/места

Одговори	Бач	Нови Сад	Београд	Смедерево	Велико Градиште	Голубац	Кладово	Укупно	%
Одлично	0	14	21	6	0	0	0	41	39,8
Врло добро	6	8	5	7	0	0	0	26	25,2
Добро	2	2	1	2	2	2	2	13	12,6
Лоше	1	0	0	1	4	3	6	15	14,6
Врло лоше	0	0	0	0	2	2	4	8	7,8

Сличне резултате је дало и питање о тренутном стању културних споменика на подручју резидентне општине, при чему је стање споменика културе одлично и врло добро у општинама Нови Сад, Београд и Смедерево, стање споменика у Бачу је перципирано као релативно добро, док је стање генерално лоше и врло лоше у општинама Рам, Голубац и Кладово (Табела 33).

Табела 32. Перцепција стања културних споменика на подручју општине/места

Одговори	Бач	Нови Сад	Београд	Смедерево	Велико Градиште	Голубац	Кладово	Укупно	%
Одлично	0	5	7	1	0	1	0	14	13,6
Врло добро	4	14	18	5	0	1	2	44	42,7
Добро	5	4	2	7	2	3	5	28	27,2
Лоше	0	0	0	3	5	1	4	13	12,6
Врло лоше	0	1	0	0	1	1	1	4	3,9

Једно од веома важних питања је одређивање улоге културних споменика, пре свега тврђава, у свакодневном животу локалног становништва (Табела 34).

Табела 33. Улога тврђаве у свакодневном животу локалног становништва\*

Одговори	Бач	Нови Сад	Београд	Смедерево	Велико Градиште	Голубац	Кладово	Укупно	%
Место живота и рада резидената	0	4	7	0	0	0	1	12	7,9
Излетиште и атракција	3	11	13	14	2	7	5	55	36,2
Место окупљања	2	12	16	8	2	0	3	43	28,3
Место одржавања манифестација	4	8	10	6	0	0	3	31	20,4
Проблем за локално становништво	0	0	0	0	3	2	4	9	5,9
Друго	0	1	0	0	0	1	0	2	1,3

Испитаници су упитани да се одреде за неколико категорија које карактеришу улогу тврђаве у животу локалне заједнице, при чему су добијени следећи одговори: 7,9% испитаника сматра тврђаву у оквиру сопствене општине местом живота и рада резидената, 36,2% испитаника сматра тврђаву излетиштем и туристичком атракцијом, 28,3% местом окупљања, 20,4% местом одржавања манифестација, 5,9% их сматра проблемом за локалну заједницу (у општинама Рам, Голубац и Кладово), док је 1,3% испитаника дало неодређени одговор.

\* На питање је било могуће дати већи број одговора.

Табела 34. Главни проблеми културних споменика и ресурса у оквиру општине/места\*

Одговори	Бач	Нови Сад	Београд	Смедерево	Рам	Голубац	Кладово	Укупно	%
Недостатак инфраструктуре	7	3	2	4	6	4	3	29	14,8
Недостатак конзервације и управљања	6	17	4	14	7	6	8	62	31,6
Недостатак угоститељских услуга	3	0	12	11	3	3	4	36	18,4
Недостатак анимације и интерпретације	3	8	11	6	4	3	2	37	18,9
Недостатак маркетинга и промоције	1	9	13	4	1	3	1	32	16,3

Као највећи проблем код културних споменика и туристичких ресурса резултати су показали сличне проблеме, при томе је најчешћи одговор био: недостатак инфраструктуре и сигнализације (14,8%), недостатак конзервације и управљања (31,6%), недостатак угоститељских капацитета и услуга (18,4%), недостатак интерпретације и анимације (18,9%), недостатак маркетинга и промоције (16,3%).

Табела 35. Главни разлози стања културних споменика на подручју општине/места\*

Одговори	Бач	Нови Сад	Београд	Смедерево	Велико Градиште	Голубац	Кладово	Укупно	%
Недостатак бриге јавних институција	3	3	4	4	6	7	9	36	18,1
Недостатак бриге локалних власти	4	2	6	4	5	4	7	32	16,1
Недостатак бриге становништва	1	5	2	1	3	2	4	18	9,0
Недостатак финансија	6	11	17	8	7	6	9	64	32,2
Недостатак стручних кадрова	2	1	3	4	4	3	4	21	10,5
Непостојање плана управљања	3	5	3	6	4	2	4	27	13,6
Друго	0	0	0	0	1	0	0	1	0,5

На основу добијених резултата из Табеле 35 као главни разлози тренутног стања културних споменика испитаници су дали своја мишљења при чему су као главни проблеми наведени: недостатак финансијских средстава (32,2% испитаника), недостатак бриге државе и јавних институција (18,1%), недостатак бриге локалних власти (16,1%), непостојање планова управљања (13,6%), недостатак стручних кадрова (10,5%), недостатак свести и бриге локалног становништва (9%) и друго (0,5%). Код питања „На који начин би, по Вашем

\* На питање је било могуће дати већи број одговора.



мишљењу, требало побољшати тренутно стање ових културних ресурса?“ испитаницима је дата могућност да се сами изјасне и дају своје предлоге, при чему је су најзаступљенији одговори били: обнављање зидина, постављање осветљења, постављање клупа и канти за смеће, организација манифестација, постављање инфо табли и путоказа, отварање сувенирница и продајних тезги, паркинг и друго.

Табела 36. Информисаност о развојним пројектима на подручју општине или региона

Одговори	Бач	Нови Сад	Београд	Смедерево	Рам/Велико Градиште	Голубац	Кладово	Укупно	%
ДА	2	8	7	3	1	2	0	23	22,3
Делимично	1	1	6	2	0	0	3	13	12,6
НЕ	6	13	14	11	7	5	9	65	63,1

Што се тиче информисаности локалног становништва о пројектима развоја туризма на подручју њихове општине или ширег региона, може се уочити изразито мали степен информисаности, при чему чак 63,1% локалног становништва није упознато са постојећим пројектима развоја који се реализују на подручју њихове општине, 12,6% је делимично упознато, док само 22,3% испитаника има знања о постојању оваквих пројеката, међутим, само мали број резидената директно учествује у овим пројектима.

Табела 37. Очекивања доприноса пројекта „Тврђаве на Дунаву“ побољшању стања тврђава и развоја туризма на подручју општине/места

Одговори	Бач	Нови Сад	Београд	Смедерево	Рам/Велико Градиште	Голубац	Кладово	Укупно	%
ДА	4	19	23	14	4	5	5	74	71,8
Можда	3	2	2	0	1	2	5	15	14,6
НЕ	2	1	2	2	3	0	2	12	11,6

На питање „Шта очекујете од оваквих пројеката када је у питању Ваша општина и локална заједница?“ добијени су следећи одговори: нова радна места, већа посећеност општине, изградња хотела и ресторана, економска добит, побољшање стања туристичких ресурса, нова догађања у граду, велике гужве и бука, високе цене по ресторанима и продавницама, итд. Уочено је да су претежно заступљена позитивна очекивања локалног становништва и користи које се могу очекивати од развоја туризма, мада се очекују и неке негативне појаве. Планским приступом приликом развоја туристичке дестинације овакве проблеме је могуће избећи.

Табела 38. Очекивања доприноса различитих пројекта из области туризма и културе условима живота локалне заједнице

Одговори	Бач	Нови Сад	Београд	Смедерево	Рам/Велико Градиште	Голубац	Кладово	Укупно	%
ДА	1	11	7	6	1	2	2	30	29,1
Можда	2	4	8	6	2	1	2	25	24,3
НЕ	6	9	12	4	5	4	8	48	46,6

На питање да ли сматрају да овакви пројекти доприносе бољим условима живота локалне заједнице добијени су знатно различити одговори, међутим генерални став резидената је подељен, тако да 46,6% испитаника сматра да овакви пројекти немају допринос за локалну заједницу, 24,3% испитаника сматра да пројекти можда имају одређени допринос за заједницу, док 29,1% испитаника сматра да пројекти дефинитивно имају допринос за локалну заједницу.

Резултати истраживања јавног мњења о позицији тврђава и развоја туризма у општинама на подручју пружања културне руте указују на релативно позитивне ставове о ресурсима и потенцијалима за развој туризма, док се истиче лоше стање културних споменика у појединим општинама и недостатак акција и финансијских средстава за побољшање стања ових ресурса, док се као главни актери на подручју заштите културних ресурса и развоја туризма сматрају државне институције. Истраживање је указало на свест и бригу локалног становништва о културним споменицима, али истовремено и незнање и немоћ да било шта ураде како би побољшали тренутно стање. На основу тога се може закључити да локално становништво има позитивна очекивања и почетни ентузијазам када је у питању туризам, те да се може покренути иницијатива за активним учешћем у пројектима развоја туризма. Међутим, уочени су и неки негативни ставови који се односе пре свега на начин развоја туризма и поделу одговорности, с обзиром да је туристичко планирање и развој веома централизовано, без значајнијег учешћа локалне заједнице. Уочава се и да је развој туризма организован од стране неколицине доминантних предузетника, а идентификован је и одређени степен фрустрација локалног становништва насталих под утицајем развоја туризма (смеће, бука, загађеност).

## СТАВОВИ И ПЕРЦЕПЦИЈЕ ДОМАЋИХ ТУРИСТА

Анкетом је испитано укупно 306 домаћих туриста, приликом чега је обрађена пажња на то да анкете буду дистрибуиране у веће центре широм Србије (Нови Сад, Београд, Суботица, Ниш, Крагујевац и друга места – интернет анкета). Прва група питања у анкети односила се на опште карактеристике испитаника, друга група се односила на општи став о атрактивности ресурса у оквиру културне руте „Тврђаве на Дунаву”, док је последња група питања испитивала однос туристичког тржишта према потенцијалном туристичком производу који произилази из формирања ове културне руте. На основу података из Табеле 39 можемо уочити да су од укупног броја испитаника 56,9% чиниле жене, а 43,1% мушкараци. Највећи број испитаника (50,9%) чиниле су особе од 21 до 30 година старости, из групе 31 - 50 година старости испитано је 30% испитаника, 10,1% испитаника било је из групе 51 – 65 година старости, док су по 2% испитаника биле особе из групе до 20 година и преко 65 година старости. Према степену образовања најбројније у групи испитаника биле су особе са високом стручном спремом (57,8%) и средњим образовањем (38,9%), док је само 3,3% испитаника имало основно образовање.

Табела 39. Структура узорка (домаћи туристи)

	Укупно	%
Полна структура		
мушкараци	132	43,1
жене	174	56,9
Старосна структура		
До 20 год	6	1,9
21- 30 год	156	50,9
31 - 50 год	92	30,0
51 - 65 год	31	10,1
Преко 65 год	6	1,9
Образовна структура		
Високо образовање	177	57,8
Средње образовање	119	38,9
Основно образовање	10	3,3

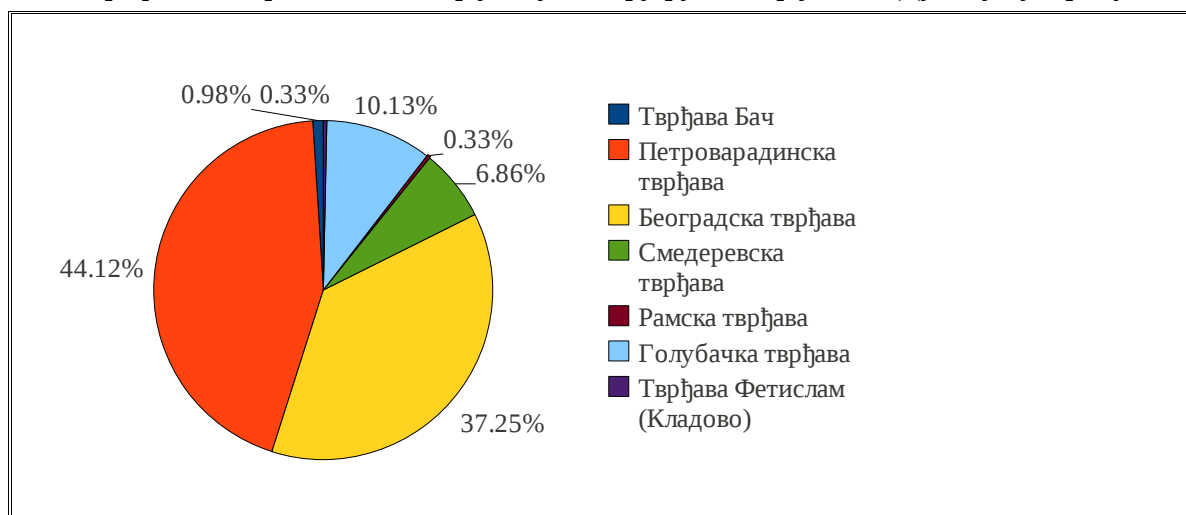
На питање „Колико често путујете из туристичких разлога?” највећи број испитаника је одговорио да путује „два или три пута годишње” - 32% испитаника, „једном годишње” путује 30,1% испитаника, „ретко – мање од једном годишње” путује 23,8% испитаника, и „често – више од три пута годишње” путује 14,1% испитаника. Највећи број испитаника путује породично (27,1%,) у пару путује 26,1% испитаника, у друштву пријатеља се изјаснило да путује 22,8% испитаника, док индивидуално путује само 9% испитаника, док у групи путује око 15% испитаника. Чак 54,2% испитаника, обично путује у аранжману туристичке агенције, а у самосталној организацији 45,7% испитаника.

Табела 40. Облици укључивања потенцијалних домаћих туриста у тур. кретања

Одговори	Укупно	%
Честина путовања током године		
Ретко – мање од једном годишње	73	23,8
Једном годишње	92	30,1
Два - три пута годишње	98	32,0
Често – више од три пута годишње	43	14,1
Облик путовања		
Индивидуално	28	9,0
У пару	80	26,1
Породично	83	27,1
У друштву пријатеља	70	22,8
У групи	46	15,0
Облик организације путовања		
У аранжману туристичке агенције	165	54,2
У самосталној организацији	140	45,7

На основу Табеле 42 добијени су одговори који се тичу атрактивности појединих ресурса који улазе у састав културне руте. Велики број испитаника сматра Дунав туристичким потенцијалом Србије, чак 90,8% испитаника, преосталих 9,2% испитаника изјаснило се са „можда”, док негативних одговора није било. Код питања о атрактивности тврђава на Дунаву у Србији као туристичког потенцијала, чак 91,8% испитаника је дало позитиван одговор, док је преосталих 7,2% одговорило са „можда”, док негативних одговора такође није било.

График 5. Атрактивност тврђава у оквиру руте „Тврђаве на Дунаву” у Србији

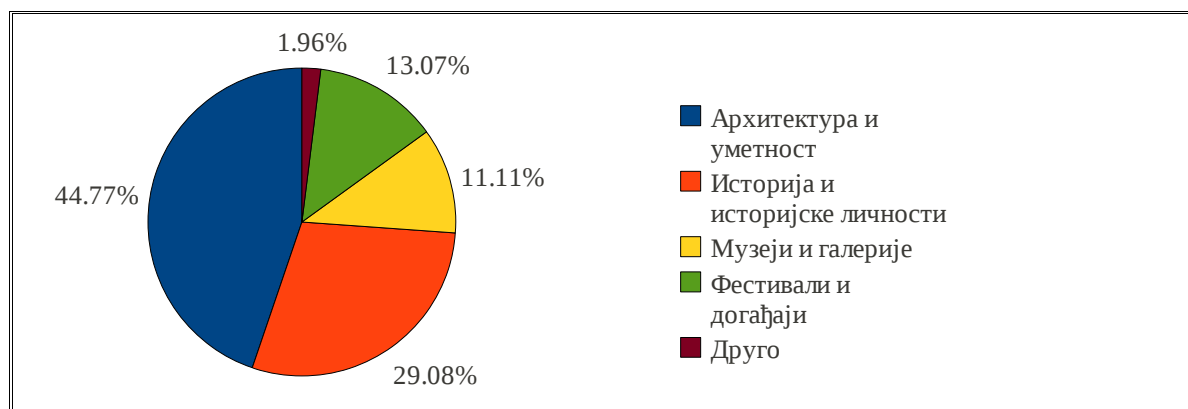


Табела 41. Атрактивност ресурса у оквиру културне руте „Тврђаве на Дунаву“

Одговори	Укупно	%
Атрактивност Дунава		
ДА	278	90,8
Можда	28	9,2
НЕ	0	0
Атрактивност тврђава на Дунаву у Србији		
ДА	281	91,8
Можда	22	7,2
НЕ	3	1,0
Најатрактивнија тврђава на току Дунава у Србији		
Тврђава Бач	3	0,9
Петроварадинска тврђава	135	44,1
Београдска тврђава	114	37,3
Смедеревска тврђава	21	6,9
Рамска тврђава	1	0,3
Голубачка тврђава	31	10,1
Тврђава Фетислам (Кладово)	1	0,3

На питање „Да ли сматрате формирање културне руте „Тврђаве на Дунаву“ у Србији адекватним начином за оживљавање и активирање тврђава у туристичке сврхе“, већина испитаника је одговорила са „ДА“ (90,5%), „Можда“ (7,2%), и „НЕ“ (1%). На питање која је најатрактивнија тврђава на Дунаву у Србији, чак 44,1% испитаника сматра најатрактивнијом Петроварадинску тврђаву, 37,3% Београдску тврђаву, 10,1% Голубачку тврђаву, 6,9% Смедеревску тврђаву, док је 0,9% гласова добила Бачка тврђава, а по 0,3% Рамска и тврђава Фетислам.

График 6. Однос атрактивних аспеката културне руте „Тврђаве на Дунаву“



Табела 42. Перцепција о аспектима и потенцијалу руте „Тврђаве на Дунаву” у Србији

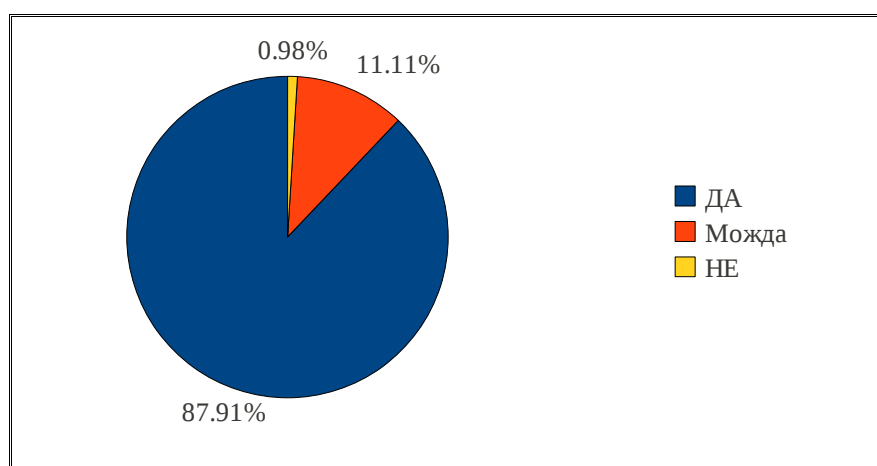
	Укупно	%
Најатрактивнији аспекти културне руте		
Архитектура и уметност	137	44,8
Историја и историјске личности	89	29,1
Музеји и галерије	34	11,1
Фестивали и догађаји	40	13,1
Друго	6	1,9
Уочени главни проблеми на културној рути		
Лоше стање конзервације	92	30,0
Лоша инфраструктура сигнализација	86	28,1
Лоша презентација локалитета	46	15,0
Лоша туристичка понуда	15	4,9
Мали број манифестација	18	5,9
Друго	49	16,0
Да ли је формирање културне руте адекватан начин за активирање тврђава у туристичке сврхе?		
ДА	277	90,5
Можда	22	7,2
НЕ	4	1,3
Да ли бисте посетили културну руту „Тврђаве на Дунаву”?		
ДА	269	87,9
Можда	34	11,1
НЕ	3	1,0
Преферирани начин обиласка културне руте „Тврђаве на Дунаву”		
У самосталној организацији	119	38,9
У аранжману туристичке агенције	181	59,2
Преферирано превозно средство		
Брод или чамац	202	66,0
Аутомобил	73	23,8
Аутобус	22	7,2
Мотор или бицикл	9	3,0
Друго превозно средство	0	0

Као најатрактивнији аспекти културне руте и самих тврђава наведени су архитектура и уметност (44,8%), историја и историјске личности (29,1%), музеји и

галерије (11,1%), фестивали и догађаји (13,1%) и друго (1,9%), док се као највећи проблеми истичу лоше стање конзервације тврђава (30%), лоша инфраструктура и сигнализација (28,1%), лоша презентација локалитета (15%), лоша туристичка понуда (4,9%), мали број манифестација (5,9%), друго (16%).

На основу резултата анкете добијено је да је чак 87,9% домаћих туриста заинтересовано да посети културну руту, при чему би претежно користили већ формиране туристичке аранжмане (59,2%), а мањи број туриста би се упустио у самостално организовање путовања (38,9%). Испитаници су се такође изјаснили и о превозном средству које би најрадије користили приликом обиласка културне руте „Тврђаве на Дунаву”, при чему највећи број испитаника преферира „брод или чамац” (66%), аутомобил (23,8%), аутобус (7,2%), мотор или бицикл (3%).

График 6. Заинтересованост за посету културној руту „Тврђаве на Дунаву” у Србији



На основу добијених резултата може се извести закључак да постоји реална заинтересованост домаћих туриста за оваквим туристичким производом. Већински део испитаника сматра Дунав и тврђаве на Дунаву атрактивним туристичким потенцијалом Србије, а као најатрактивније издвајају Петроварадинску и Београдску тврђаву. За најатрактивније аспекте руте сматрају архитектуру и уметност, историју и манифестације, док као највеће проблеме уочавају недостатак конзервације, инфраструктуре и презентације локалитета у оквиру руте. Највећи број испитаника би посетио културну руту „Тврђаве на Дунаву” у будућности, чак 87% испитаника, пре свега би се определили за већ формиран туристички аранжман, а као превозно средство највећи број је одабрао брод или чамац (односно путовање Дунавом). Овакво стање на домаћем туристичком тржишту је одраз недостатка атрактивних туристичких програма који нуде нове домаће дестинације и које комбинују наутички и културни туризам. Такође овако велика заинтересованост домаћег тржишта за овим производом показује zasiћеност постојећим туристичким аранжманима агенција које углавном нуде „далеке” дестинације и пре свега „Sun&Sea” аранжмане (Грчка, Турска, Бугарска).

## СТАВОВИ И ПЕРЦЕПЦИЈЕ СТРАНИХ ТУРИСТА

На основу ранијих истраживања о ставовима страних туриста приликом крстарења Дунавом (Драгин, 2008) могу се стећи неки закључци о атрактивности Дунава и ресурса на подручју Србије. Приликом истраживања наутичког туризма на Дунаву, обухваћена је мотивисаност туриста и задовољство туристичким производом крстарења Дунавом, посебно у Србији. Према овом истраживању, главну мотивацију за чак 14% испитаника је културна баштина, за 18% природна баштина, за 18,6% државе итинерера, за 25,6% целокупан аранжман. Испитаницима су се у Србији највише свидели архитектура, природа, фолклор, гостопримство, људи и тврђаве. Наведено је да је у туристичкој понуди Србије недостајало више музеја, фолклора и других елемената културног садржаја, при чему је посебан акценат стављен на интересантну историју Србије. На основу истраживања преференција овог сегмента туриста дошло се до закључка да крузери приликом пловидбе Дунавом очекују културне садржаје, а посебно интересовање је усмерено ка посетама археолошким локалитетима и утврђењима, као и културним догађајима. Међутим, веома мали број наутичара, посећује ове атракције у Србији, а разлог томе је оскудна туристичка понуда, стање локалитета, недостатак информација, лоша инфраструктура, итд (Драгин, 2008).

Анкетно истраживање спроведено међу страним туристима у Србији у периоду јул 2010 — септембар 2011. године дало је сличне резултате. Анкетирано је укупно 111 страних туриста који су се нашли у Србији (на крузерима, на бициклическој траси дуж Дунава, посетиоци фестивала Егзит и други туристи у Београду, Новом Саду и Доњем Милановцу).

Табела 43. Структура узорка (страни туристи)

	Укупно	%
Број испитаника	111	100
Полна структура		
мушкарци	53	47,7
жене	58	52,3
Старосна структура		
До 20 год	3	2,7
21-30 год	46	41,4
31 -50 год	40	36,0
51 - 65 год	14	12,7
Преко 65 год	8	7,2
Образовна структура		
Високо образовање	87	78,4
Средње образовање	25	22,6
Основно образовање	0	0



Од укупног броја иностраних посетиоца који су анкетирани 52,3% су чиниле жене, а 47,7% мушкараци. Највећи број испитаника 41,4% чиниле су особе од 21 до 30 година старости, из групе од 31 – 50 година старости испитано је 36% испитаника, 12,7% испитаника било је из групе 51 – 65 година, док су 2,7% чиниле особе из групе до 20 година, и 7,2% преко 65 година старости. Према степену образовања најбројније у групи испитаника биле су особе са високом стручном спремом (78,4%), са средњим образовањем (22,6%) и са основним образовањем (0%). Што се тиче националне структуре страних туриста највећи број испитаника чинили су Немци (32%), Енглези (23%), Аустријанци (11%), САД (7%), Холанђани (6%), Французи (6%), Мађари (5%), Румуни (5%), Италијани (3%), Грци (2%).

Табела 44. Облици укључивања страних туриста у туристичка путовања

	Укупно	%
Честина путовања током године		
Ретко – мање од једном годишње	0	0,0
Једном годишње	11	9,9
Два - три пута годишње	58	52,3
Често – више од три пута годишње	42	37,8
Облик путовања		
Индивидуално	22	19,8
У пару	29	26,1
Породично	32	28,8
У друштву пријатеља	25	22,5
У групи	3	2,7
Облик организације путовања		
У аранжману туристичке агенције	49	44,1
У самосталној организацији	62	56,9

На питање „Колико често путујете из туристичких разлога?” највећи број испитаника је одговорио „два или три пута годишње” (52,3%), „једном годишње” (9,9%), „ретко – мање од једном годишње” (0%), и „често – више од три пута годишње” (37,8%). На питање „У ком саставу најчешће путујете?” одговори су били следећи: „индивидуално” (19,8%), „у пару” (26%), „породично” (28,8%), „у друштву пријатеља” (22,5%), „у групи” (2,7%). Број испитаника који путује у аранжману туристичке агенције је 44,1%, док око 56,9% испитаника путује у самосталној организацији.

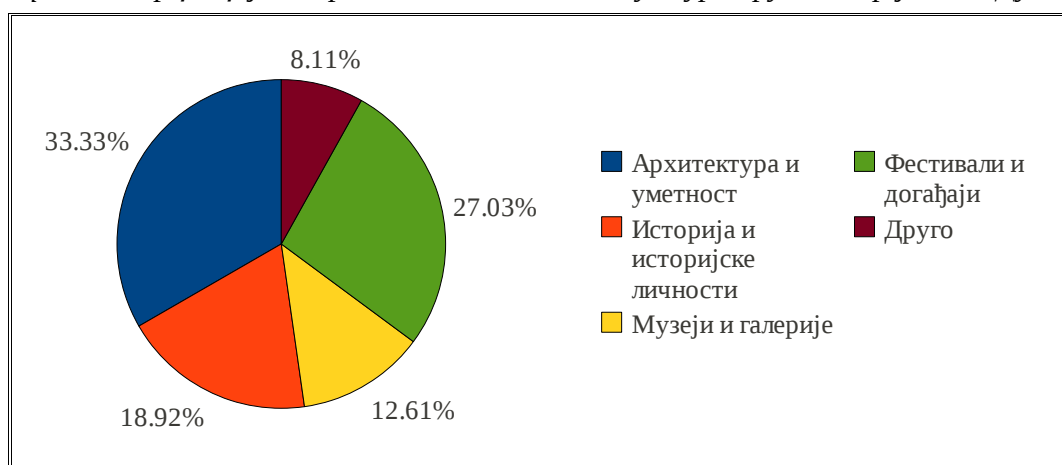
На питање „Да ли сматрате Дунав туристичким потенцијалом Србије?” добијени су следећи одговори: са „ДА” је одговорило чак 84,7% испитаника, док се преосталих 14% испитаника изјаснило са одговором „Можда”, док је забележен само један негативан одговор.

Табела 45. Атрактивност ресурса у оквиру културне руте „Тврђаве на Дунаву“

	Укупно	%
Атрактивност Дунава		
ДА	94	84,7
Можда	17	15,3
НЕ	0	0
Атрактивност тврђава на Дунаву у Србији		
ДА	85	76,6
Можда	23	20,7
НЕ	3	2,7
Најатрактивнија тврђава на току Дунава у Србији		
Тврђава Бач	0	0
Петроварадинска тврђава	70	63,0
Београдска тврђава	31	27,9
Смедеревска тврђава	2	1,8
Рамска тврђава	0	0
Голубачка тврђава	8	7,2
Тврђава Фетислам (Кладово)	0	0

Код питања „Да ли сматрате тврђаве на Дунаву атрактивним туристичким потенцијалом Србије?“, чак 76,6% испитаника је дало позитиван одговор, док је 21% заокружило одговор „Можда“, док је 2,7% испитаника дало негативан одговор.

График 6. Перцепција атрактивних аспеката културне руте „Тврђаве на Дунаву“



Чак 63% испитаника сматра најатрактивнијом Петроварадинску тврђаву, 27,9% Београдску тврђаву, 7,2% Голубачку тврђаву, 1,8% Смедеревску тврђаву, док су без гласова биле Бачка тврђава, Рамска тврђава и тврђава Фетислам. Када су у питању

атрактивни аспекти културне руте најчешћи одговори били су: архитектура и уметност (33,3%), историја и историјске личности (18,9%), музеји и галерије (12,6%), фестивали и догађаји (27%) и друго (8%).

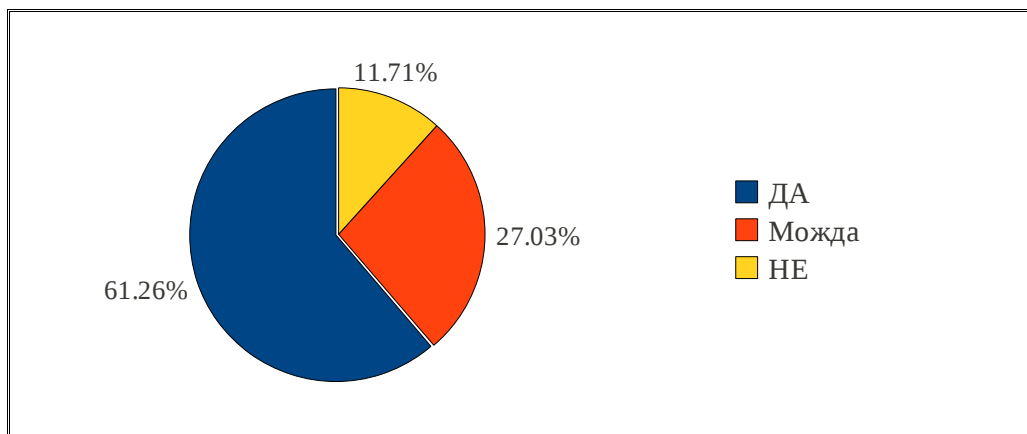
Табела 46. Перцепција о атрактивним аспектима и потенцијалу културне руте „Тврђаве на Дунаву“ у Србији

Најатрактивнији аспекти културне руте		
Архитектура и уметност	37	33,3
Историја и историјске личности	21	18,9
Музеји и галерије	14	12,6
Фестивали и догађаји	30	27,0
Друго	9	8,1
Уочени главни проблеми на културној рути		
Лоше стање конзервације	45	40,5
Лоша инфраструктура сигнализација	33	29,7
Лоша презентација локалитета	21	18,9
Лоша туристичка понуда	4	3,6
Мали број манифестација	6	5,4
Друго	2	1,8
Да ли је формирање културне руте адекватан начин за активирање тврђава у туристичке сврхе?		
ДА	97	87,4
Можда	14	12,6
НЕ	0	0
Да ли бисте посетили културну руту „Тврђаве на Дунаву“?		
ДА	68	61,3
Можда	30	27,0
НЕ	13	11,7
Преферирани начин обиласка културне руте „Тврђаве на Дунаву“		
У самосталној организацији	46	41,4
У аранжману туристичке агенције	55	49,5
Преферирано превозно средство		
Брод или чамац	84	75,7
Аутомобил	17	15,3
Аутобус	6	5,4
Мотор или бицикл	3	2,7
Друго превозно средство	0	0

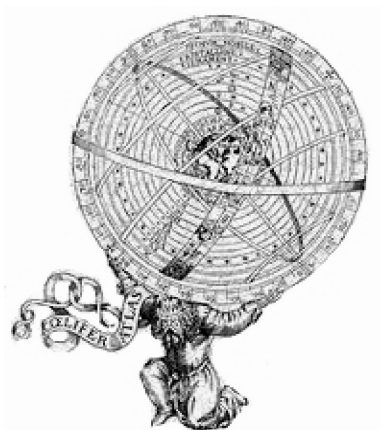
Питање „Шта сматрате највећим проблемом код наведених тврђава”, донело је следеће резултате: лоше стање конзервације тврђава (40,5%), лоша инфраструктура и сигнализација (29,7%), лоша презентација локалитета (18,9%), лоша туристичка понуда (3,6%), мали број манифестација (5,4%), друго (1,8%). На питање „Да ли сматрате формирање културне руте „Тврђаве на Дунаву” у Србији адекватним начином за оживљавање и активирање тврђава у туристичке сврхе?”, већина испитаника је одговорила са позитивно (87,4%), неодређен одговор је дало 12,6% испитаника, док није било негативних одговора.

На питања „Да ли бисте у будућности желели да обиђете културну руту „Тврђаве на Дунаву” у Србији” и на који начин?” чак 61,3% испитаника је одговорило са „ДА”, 27% је одговорило са „Можда” и 11,7% испитаника је одговорило са „НЕ”, при чему би 49,5% испитаника радије користило постојећи туристички аранжман, 41,4% би самостално организовао посету, 7% испитаника се не би ни под којим условима укључило у обилазак културне руте, док 3% испитаника није одговорило на ово питање. Испитаници су се такође изјаснили и о превозном средству које би најрадије користили приликом обиласка културне руте, при чему највећи број испитаника преферира „брод или чамац” (75,7%), аутомобил (15,3%), аутобус (5,4%), мотор или бицикл (2,7%).

График 7. Заинтересованост страних туриста за посету културној руте



На основу добијених резултата може се закључити да већина страних туриста који су посетили Србију, сматра подручје Дунава и тврђаве на Дунаву у Србији атрактивним туристичким ресурсима. Највећи број испитаника је током свог боравка у Србији посетио бар једну од наведених тврђава, при чему је највећи број посетио Београдску и Петроварадинску тврђаву. Одређени број туриста (пре свега крузери) посетио је већи број тврђава, укључујући тврђаве на Ћердапу, при чему нису приступали самим локалитетима. Као најатрактивније аспекте културне руте страни туристи издвајају архитектуру, уметност и манифестације, што је и логично због визуелног ефекта тврђава и атрактивних манифестација које се на њима одржавају. Велики број страних испитаника се изјаснио да би радо посетио културну руту „Тврђаве на Дунаву“ у будућности, при чему би преферирали готов туристички аранжман и брод или аутомобил као превозно средство. Изненађујућа је чињеница да се изузетно велики број страних туриста изјаснио да би радо посетио овакву културну руту у Србији, с обзиром на обиље сличних културних програма у суседним државама и упркос бројности оваквих споменика дуж целог тока Дунава. Ипак, на основу добијених резултата може се закључити да је са аспекта тржишног позиционирања туристичког производа оправдано формирање културне руте „Тврђаве на Дунаву“ у Србији.



**ФОРМИРАЊЕ ТУРИСТИЧКОГ ПРОИЗВОДА  
„ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“ У СРБИЈИ**



## ТУРИСТИЧКИ РЕСУРСИ КАО ОСНОВА РАЗВОЈА КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА И КУЛТУРНИХ РУТА

Већина туристичких експерата је сагласна да туристичке атракције (атраktivни елементи) имају централну улогу у туристичком систему (Inskeep, 1991; Gunn, 1994; Јовичић, 2009). Најчешће се под атракцијом мисли на одлику (особину) одређеног подручја (дестинације) која је непосредно везана за место и мотив обављања одређене туристичке активности (Weaver, 2006). Представљајући основу за развој туризма, атракције су компонента туристичког система која је чврсто повезана са идентитетом дестинације, с обзиром да се за њу непосредно везује место (локација) обављања туристичких активности. Атракције често, много више у односу на квантитет и квалитет угоститељских објеката и услуга, утичу на тип, локацију и интензитет развоја туристичких активности у дестинацијама. Постојање туристичких ресурса, као основних атракција и њихове релативне важности, је одлучујући фактор за потенцијални развој одређене дестинације, као и стварање конкурентске предности на туристичком тржишту. Туристички ресурси играју одлучујућу улогу у креирању дестинације, а тип и број атракција одређује туристичке могућности за експанзију туризма у одређеном региону. Туристички ресурси захтевају улагање рада и средстава да би доносили позитивне практичне ефекте, односно, добили прометну вредност на туристичком тржишту, трансформишући се у туристичке атракције. Што је већи број атракција, или што су атракције квалитетније, повећава се и продајни потенцијал града у коме се ови ресурси налазе. У комплексном разматрању типова туристичких атракција као основних агенаса који покрећу туристички систем, условљавајући развој туризма на одређеном подручју, нужно је узети у обзир и анализирати (Howie, 2003; Јовичић, 2009):

- Реалне туристичке атракције које треба пласирати на тржиште адекватном промоцијом;
- Потенцијалне туристичке атракције које треба најпре туристички развити, односно уложити одређени рад и средства и тако их учинити доступним туристима;
- Туристичке атракције којима се туристи баве (разне рекреативне и културне активности);
- Туристичке атракције које туристи разгледају или се њима баве због уживања у слободном времену (доколици);
- Туристичке атракције („пара-атракције“) које су туристи принуђени да користе (посао, транзит, лечење, образовање);
- Туристичке атракције са сложеном структуром (комплексне атракције), које побуђују интересовање различитих сегмената туристичке клијентеле и друго.

Постоји, наравно, и хијерархија међу атракцијама, па су мање атраktivни ресурси обично усмерени на привлачење тржишта која су им просторно ближа. Највећи туристички центри или туристичке атракције, бацају сенку која ствара потешкоће у развоју малих и градова средње величине, као и градова који се налазе у пограничним зонама. Овакав тренд се може делимично избећи формирањем културних рута, које усмеравају туристе из већих центара да прате руту која укључује и мање градове и атракције. Атракције имају утицај на процес изградње туристичке дестинације уколико се развијају на одређени начин, што је представљено на Скици 3.



Скица 3. Процес изградње туристичке дестинације

Извор: Кушен, 2002.

Туристички ресурси (атракције) су базни, сирови материјал туризма, односно они представљају природне и културне разлике које се манифестују у одређеним просторима, али се овде сврставају и створене атракције као што су забавни паркови и музеји. Атракције се могу описати као производи дестинације састављени од јавних добара, националних и друштвених ресурса и позитивне спољашње активности приватног сектора. Културне атракције, као што су средњовековне четврти, дворци и паркови, као и поједине традиционалне манифестације су углавном јавни ресурси, односно, бесплатни су. Ипак, са порастом употребе, имају тенденцију да постану јавни производи, чувани и одржавани од стране државе, али такође могу бити и комерцијализовани, када је приступ добру ограничен и одређен је носећи капацитет локалитета (односно ограничен је број посетилаца у току дана). У овом контексту туризам игра значајну улогу, с обзиром да, када туристи плаћају посету туристичких ресурса, они треба да учествују у даљем очувању ових јавних добара. Ипак, чест случај је да се само мали део прихода јавних добара користи за очување и управљање културним добрима, а овај тренд је посебно очигледан у Србији. Фактор зависности дестинације од ресурса је оно што разликује економске секторе који зависе од туризма. Постојеће атракције имају утицај на локалне одлике сектора који зависе од туризма, као што је то услужни сектор, а послови који зависе од туризма (нпр. хотелијерство) могу се развити само на местима где постоје услови за развој туризма, односно туристички ресурси (атракције). Туристички бизнис инвестира у услуге које ће омогућити даљи развој туризма и врши промоцију ресурса, како би на што бољи начин искористио и продао постојеће атракције.

Како би процениле колико је исплатив културни туризам у одређеној ситуацији, локалне заједнице треба да процене и вреднују своје локално стање и карактеристике, укључујући изградњу тржишта и општи квалитет и интегритет околине, туристичких услуга, друштвеног окружења и перспективу потенцијалних тржишта. Заједнице не би требало да игноришу локалне културне елементе као што су музеји, театри, уметност, занатство, гастрономија, историјске области, пошто ови културни елементи могу бити комбиновани са елементима физичког наслеђа како би обогатили и продужили боравак посетилаца. Локалне заједнице треба да ефективно користе природне и рекреативне атракције у својим областима, посебно ако оне већ привлаче посетиоце. На овај начин

не само да ће привући више туриста ка културним атракцијама у својим местима, већ ће их и охрабрити да продуже свој боравак. Комбиновање природних и рекреативних садржаја са културним наслеђем привлачи туристе и доприноси његовом значају. Потребно је флексибилно размишљати о томе шта чини културни ресурс и контактирати што више организација и јавних агенција (државних институција) и локалних заједница како би се добиле квалитетне информације о потенцијалима неког региона (McIvaine, 2006).

Заштита и чување туристичких ресурса је главна одговорност јавних ауторитета. Историјским центрима и ресурсима се не може управљати, нити се могу користити без политичког консензуса и јавне подршке, с обзиром да нису ни градски планери, ни политичари, ни менаџери туристичких организација ти који одлучују о успеху или економској вредности туристичке дестинације. Држава има важан утицај на привлачност дестинација, пошто обезбеђује функционалну инфраструктуру, штити и управља споменицима културе, те надгледа просторни и урбани развој подручја. Што су боље услуге које обезбеђује држава на националном и локалном нивоу, то је већа могућност да производ буде конкурентан на туристичком тржишту. Упркос напорима, многе државе у свету, а међу њима и Србија, мањају у ефективним правилима за стварање одрживог развоја дестинација.

Атракције, лоциране у већим градовима имају већу атрактивност од оних лоцираних на мање атрактивним местима, па самим тим и веће цене. У многим случајевима јединственост туристичког ресурса (атракције) омогућава да се формира цена знатно виша од онога што оправдава туристички производ. Спремност посетилаца да плате цену посете одређеној атракцији, помаже у одређивању економске вредности дестинације. Атракцијска основа сваке туристичке дестинације представља исходиште и услов за креирање оптималног туристичког производа (Кушен, 2002). Како је предуслов за осмишљавање стратегије развоја туристичког производа културне руте „Тврђаве на Дунаву“ увид у културно-туристичку атракцијску основу као базу за осмишљавање и унапређење културно-туристичког производа ове регије, приликом израде ове студије полази се од основне анализе ресурса која је неопходна како би се културни ресурси могли активирати, како би се осигурала одговарајућа заштита ресурса и управљање посетиоцима, и укупна културно-туристичка основа могла вредновати у смислу стварања препознатљивих културно-туристичких целина и производа. За идентификацију и евиденцију потенцијалних и реалних културно-туристичких атракција овог простора коришћени су бројни и разноврсни извори, од регистра заштићених делова природне и културне баштине до писаних докумената и материјала, као и интервјуа са стручњацима и резидентима.



## МЕНАЏМЕНТ И ПЛАНИРАЊЕ РАЗВОЈА КУЛТУРНЕ РУТЕ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“ У СРБИЈИ

Менаџмент и планирање развоја дестинације један је од битних фактора у стварању услова за пожељан економски, културни и туристички развој одређене дестинације. Просторни менаџмент подразумева обезбеђивање складног односа између демографског, привредног, културног и туристичког развоја, што се постиже планирањем у складу са природним и културним потенцијалом, одговарајућим привредним капацитетима, облицима становања, здравствене заштите, рекреације, туризма и културног живота (Timothy, Boyd, 2003; Timothy, Boyd, 2006). Просторно планирање успоставља се на нивоу државе, а просторни планови сачињавају се на нивоима региона, округа и општина. Концепт просторног планирања код нас, заснива се на концепту децентрализације функција, који подразумева распоређивање и планирање мреже насеља, привредних потенцијала и радних места, образовних, културних, туристичких и других функција, равномерно у целој територији, у складу са природним потенцијалима и постојећим друштвено-економским условима. Нивои просторног менаџмента су хијерархијски постављени према рангу - локални, општински, окружни, регионални, покрајински и национални (Драгићевић-Шешић, Стојковић, 2007).

Развој културних рута као туристичког производа на националном нивоу, захтева посебан приступ на основу просторног планирања. У овом конкретном случају долази до формирања комплексног система менаџмента који подразумева планирање на свим хијерархијским нивоима у више сектора (туризам, култура, инфраструктура, образовање и друго), који ће објединити и координисати свим сегментима развоја културне руте. Основни предуслов за креирање културних рута је пре свега стварање одговарајућег система менаџмента културне баштине.

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 органа, представљају или могу представљати историјску, уметничку, научну или техничку вредност или интерес. У Србији постоји мрежа институција који се баве заштитом непокретних културних добара. У непокретна културна добра спадају споменици културе, културно-историјске целине и знаменита места, а ова културна добра категоришу се као она од изузетног значаја и она од великог значаја. Делатност завода за заштиту споменика културе усмерена је у три основна правца:

- Истраживање, вредновање и категоризација непокретних културних добара од изузетног и великог значаја;
- Истраживање угрожених културних добара и предузимање мера њихове техничке заштите;
- Ревитализација и презентација споменика културе и културно-историјских целина.

Усавршавање технологије заштите, чувања и истраживања споменика културе и културних вредности допринело је формирању нових сазнања, прецизнијем датирању археолошких налазишта, усавршавању технологије рестаурације, као и преношењу архитектонских споменика када је то неопходно (нпр. археолошки локалитет Лепенски Вир измештен је са оригиналне локације због изградње хидроелектране Ђердап, самим тим је изгубио и могућност да буде стављен на УНЕСКО-ву листу светске културне

баштине). Један од основних проблема у Србији је недовољна примена савремених технологија и метода у заштити споменика културе, те је неопходно извршити едукацију стручног кадра и обезбедити финансијска средства која ће бити усмерена на конзервацију и рестаурацију културног наслеђа (Драгићевић-Шешић, 2007).

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 (какав је тренутно присутан у Србији) превише наглашена улога централних државних органа 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 добара. Несугласице ових сектора се могу превазићи сарадњом и применом концепта одрживог развоја. Очигледно је да неопходно управљање културним добрима у оквиру културних рута, које су тематски специфичне и територијално подељене у кластере, може бити корисно и обезбедити побољшање у менаџменту. Пројекти туристичког развоја су тек у скорије време постали видљивији јавности и условљавају 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/SAAH је представио неке нове приступе управљању културним добрима у Србији, кроз припремање студија изводљивости које су углавном оријентисане ка донаторима и локалним стејкхолдерима, чиме се наглашава потреба за реформом у пракси управљања културним наслеђем у Србији (Integrated Rehabilitation Project Plan/Survey of the Architectural and Archaeological Heritage (IRPP/SAAH) – Serbia – 2008).

Заштита културног наслеђа, његово очување, ревитализација и унапређење су основне претпоставке формирања културне руте као одрживог туристичког производа. Економска одрживост, с друге стране, односи се превасходно на туризам, тако што се овим путем обезбеђују значајна средства за конзервацију и рестаурацију културних добара. Искоришћавање културног наслеђа у туристичке сврхе, подразумева велику одговорност институција надлежних за сама културна добра. Изазови које нуди савремени помак у туристичкој индустрији, како у глобалним условима, тако и на националним и локалним нивоима, сматрају се значајним предусловом за стварање базе за одрживи регионални развој. Главни проблем који се јавља између културних добара и туристичке индустрије, као нова верзија старих сукоба, је презервација у односу на презентацију/комуникацију културних добара. Наиме, постоји реална опасност за легендарне културне споменике, који су предмет снажне туристичке конзумације, с обзиром да иако захтевају високе нивое заштите, они представљају и највеће туристичке атракције одређене земље.

## СТРАТЕШКО ПЛАНИРАЊЕ РАЗВОЈА КУЛТУРНЕ РУТЕ

Развој као општа категорија подразумева процес напретка у свим доменима људске активности и живота. Културни развој је процес промена културног живота неке заједнице са циљем остваривања њених културних вредности и повезан је са општим условима економског и друштвеног развоја. Туристички развој базира се на употреби културних и природних ресурса са циљем креирања атрактивног производа који ће задовољити потребе туриста и резидентног становништва, кроз остваривање комплексних социо-економских ефеката (Timothy, 2007). Развој стратегије, тј. плана управљања који укључује све кључне стејкхолдере, је од суштинског значаја за развој успешних и самоодрживих туристичких производа (Page, Hall, 2002). Комплексност културне руте састављене од великог броја атракција, које су просторно разбацане на територији једне или више земаља, захтева стратегијски систем управљања. Под туристичком дестинацијом подразумева мање или више заокружена географска целина која располаже атрактивним, рецептивним и комуникативним факторима, то јест свим природним, друштвеним, антропогеним, културно-историјским, саобраћајним и претпоставкама за смештај, исхрану, одмор, рекреацију и забаву туриста, што уствари представља изграђену и заокружену туристичку понуду (Бакић, 2000). Саставни елементи неопходни за формирање и функционисање туристичке дестинације односе се на комбинацију различитих материјалних и нематеријалних елемената, односно, природних и друштвених елемената, од којих су неки фиксни, а неки варијабилни. Фиксни елементи су они који се уопште не могу мењати или се дугорочно мењају (пејзажи, знаменитости, атрактивности и слично), затим елементи који се поистовећују са туристичком инфраструктуром и супраструктуром (хотели, ресторани, туристички центри), који дају корисницима одређене могућности за туристичке активности, односно оне прилике и опције које су додатно садржане у конкретним производима и услугама које се на дестинацији нуде. Варијабилни елементи туристичке дестинације су туристичке робе и улагања рада потребног за одговарајуће повезивање тих роба и њихово пласирање на тржиште, који се могу мењати, а то омогућава да употребне туристичке вредности дестинације добијају прометну вредност и валоризују се на тржишту (Јовичић, 2002). Међутим, основа за развој туризма на дестинацији се може посматрати кроз базну структуру туризма коју чине:

- **Хардверски (базни) капацитети дестинације** односе се на све ресурсе, инфраструктурне и супраструктурне елементе, који морају бити идентификовани, искоришћени и развијени ради креирања основне вредности дестинације:

- постојање туристичких ресурса (природни ресурси, културни ресурси, наслеђе),
- постојање могућности приступа и унутрашњи транспорт,
- инфра и супраструктура (хотели, ресторани),
- интерпретација, анимација, манифестације.

- **Системски (програмски) капацитети** се односе на идеје, људске ресурсе, организационе, менаџерске и финансијске ресурсе, који омогућавају одвајање економске и културне вредности садржане у концепту развоја дестинације, који треба да на основу сопствених капацитета и пословних шанси створе туристичке вредности, а то су:

- постојање митова/легенди/прича, али је захтев да они имају одређени смисао,
- културна креативност,
- визија, промоција и маркетинг,
- финансирање и пословни капацитети.

• **Могућности за макро-економски оквир** – је главно стратегијско питање које се односи на артикулисање локалног и просторног (регионалног) развоја са националном политиком и конкуренцијом на регионалном и глобалном нивоу. Дестинације, а посебно градови, имају дугорочне базе кључне за њихов развој, а веома често се фактори развоја граниче са њиховим политичким и економским смислом. Макроекономски оквир за будући развој дестинације се односи на механизам усклађивања развоја града и развоја туризма. Основно питање је коју улогу на дестинацији игра туризам, основну или комплементарну (Page, Hall, 2002).

Крипендорф разликује изворне и изведене елементе понуде туристичких дестинација. У том смислу, изворни елементи су:

- производни елементи који подразумевају географски положај, вегетацију, климу,
- општи елементи и чиниоци људског понашања и егзистенције (језик, менталитет, гостољубивост, фолклор, култура, привреда, политика),
- општа инфраструктура (саобраћајни положај и повезаност, структура насеља, комунална опремљеност),
- туристичка опремљеност дестинације (туристички капацитети и специфични инфраструктурни садржаји за потребе развоја туризма, организационе активности, информисање, снабдевање, забавни и спортско-рекреативни садржаји).

Изворни елементи се не могу мењати ни у кратком ни у дугом року, они су фиксни, док је за промену изведених елемената потребан краћи временски период (изградња и уређење инфраструктурних садржаја).

Јовичић (2000) наводи следеће конститутивне елементе туристичких дестинација:

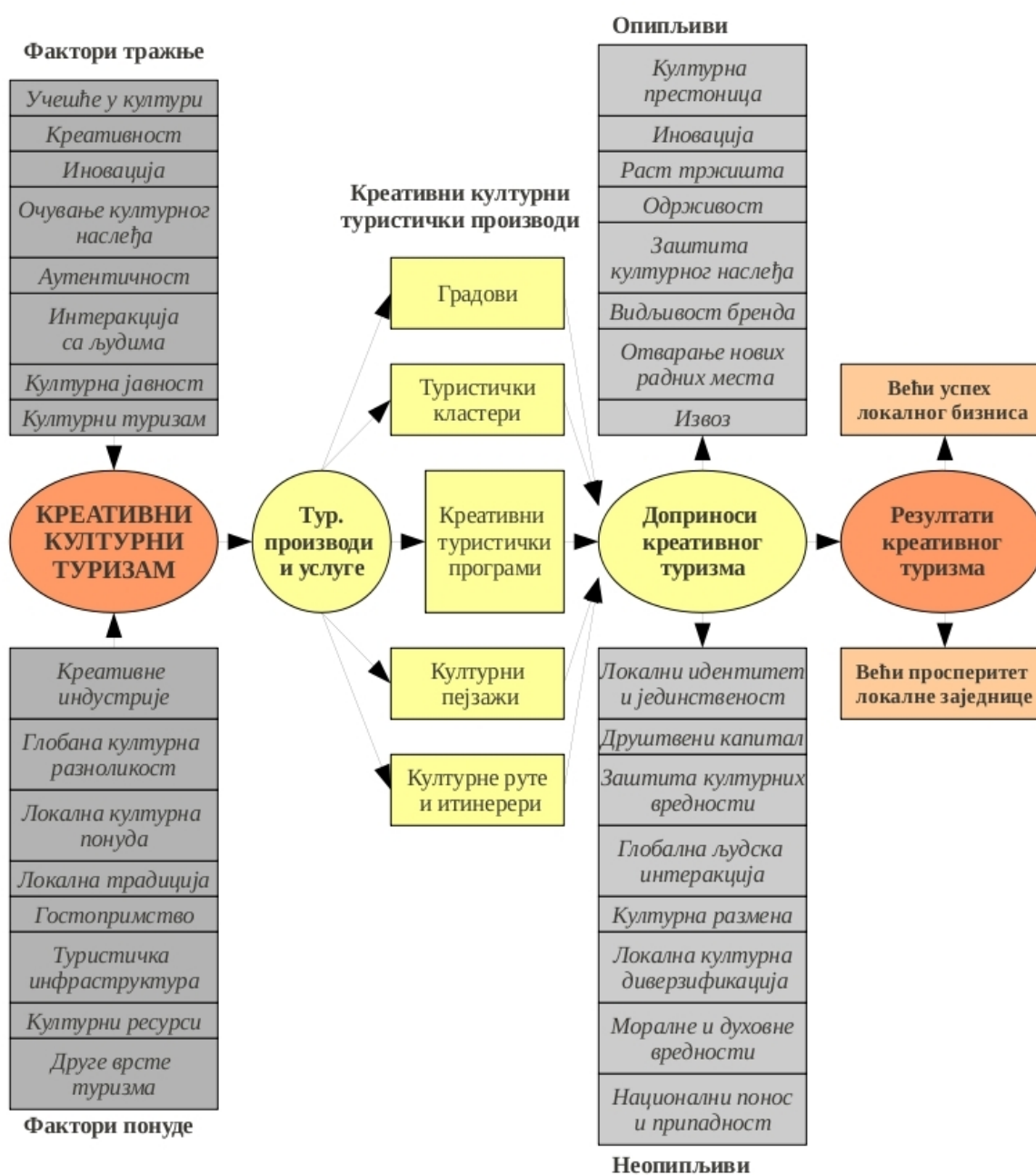
• **Атрактивни елементи** су објекти и делови простора (природни и антропогени туристички ресурси) који имају употребну вредност, јер својим особинама могу да задовољавају туристичке потребе. Коришћење природних мотива (клима, биљни и животињски свет, рељеф, хидрографски објекти) непосредно је условљено њиховим примарним својствима, на основу којих се одређује и могући обим туристичког промета.

• **Функционални елементи** су развојни облици и форме туристичког промета (рекреативни, културни, планински, приморски, манифестациони, екскурзиони туризам). Ова група елемената дестинације одражава облике и степен атрактивности простора и објеката, али и тенденције и могућности повећања промета.

• **Материјални елементи** обухватају различите врсте услуга у туристичком промету, обликујући материјалну базу промета на којој се заснива туристичко привређивање на дестинацији. Планирање материјалних капацитета директно је везано за функционалне елементе дестинације. Значи, врста и квалитет услужних објеката, као и структура и квалитет различитих услуга морају се ускладити са планираним оквирима промета.

• **Организациони елементи** представљају систем мера за оптималан развој и усклађивање хетерогених циљева развоја туризма у дестинацијама (регулатива, кадрови, информативна и водичка служба, промотивне активности).

Утицај развоја креативних програма културног туризма у Србији се може уочити кроз директне утицаје који мењају економску структуру дестинације и њене околине кроз инвестиције, запосленост, економски раст кроз капиталне приходе, али су неопходни предуслови за њихово функционисање – концептуални приступ, планирање, програмирање, буџетирање, организација, управљање, промоција, маркетинг и квалитет услуга. Такође, одређена група директних утицаја туризма се односи на јачање културних активности на дестинацији, при чему је битно усагласити акције јавних ауторитета (националних и локалних институција), приватног бизниса и локалног становништва.



Скица 4: Пословни модел за развој креативног културног туризма на дестинацији

Извор: Ohridska-Olson, 2009, [www.culturalrealms.com/tourism-theories-and-definitions/](http://www.culturalrealms.com/tourism-theories-and-definitions/)

(превод и адаптација А. Терзић)

Проучавање развоја у културном туризму има две основне димензије:

- анализа постојећег стања културне баштине, инфраструктуре, мреже и активности културних институција, туристичких организација, кадрова и финансирања,
- планирање и усмеравање будућег развоја у складу са одабраним приоритетима (културним, туристичким, друштвеним и економским).

Након дефинисане мисије и извршене стратешке анализе, неопходно је донети дугорочне стратешке циљеве пословне политике, а затим поставити конкретне годишње циљеве који из њих произлазе. Акционим планом предвиђају се стратегије и методе

реализовања програма активности којима ће се најефикасније и најефективније постизати жељени циљеви. Прецизним буџетом, састављеним од детаљно наведених издатака, али и од циљаних прихода, стварају се услови за контролу и евалуацију степена реализације циљева већ током прве године спровођења стратешког плана и пословне политике. Евалуација је завршна фаза сваког стратешког планирања и предуслов за покретање нове фазе. Идеално је да се врши екстерна евалуација и контрола квалитета којом би се проверило остварење мисије и стратешких циљева, али и дубина и квалитет постигнућа програма културних рута. Свака установа (стејкхолдер) би требало да приликом дефинисања стратешког плана утврди и неопходне параметре евалуације сопственог рада, могуће индикаторе постигнућа и да оцену ефеката деловања.

Основне фазе плана развоја су:

**1. Одређивање и усвајање концепта политике (културног/туристичког) развоја** – Основна концепција плана културног и туристичког развоја мора да се заснива на концепцији општег друштвеног развоја, схватању политичког профила земље, вредности које желе да се промовишу и слично. Општи концепт вредности који промовише Савет Европе „културна демократија“ заснива се на поштовању људских права, културног идентитета, уважавању демократских процедура у одлучивању и он представља основу за дефинисање културне политике која је у основи планског концепта већине земаља.

**2. Анализа ситуације (културне праксе и културних потреба)** – Одређивање методологије и критеријума анализе ситуације и истраживање културних потреба и преференција туриста и резидената сматра се основом планирања будућих акција.

**3. Утврђивање развојних могућности** – Пошто планирање подразумева не само познавање тренутне ситуације већ и научно засноване хипотезе о будућем друштвеном развоју, то се коришћењем прогностичке и компаративне методе долази до закључка о чиниоцима који ће условљавати културни живот и туристичка кретања – степен и развој урбанизације, однос радног и слободног времена, распоређивање слободних средстава прихода, продужење животног века и образовни степен, као и специфични чиниоци који су последица различитих културних традиција, друштвених и економских околности.

**4. Избор приоритетних подручја и опредељење за кључне стратегије** - У овој фази доносе се кључне стратешке одлуке о циљевима развоја, приоритетним подручјима и областима, као и о одговарајућим стратегијама. Да ли ће нагласак бити стављен на децентрализовање активности (културних), на јачање креативних индустрија или на подизање нивоа учешћа јавности, су питања која најчешће зависе од политичке одлуке надлежних органа. Наравно да ће од анализе и начина у којој је представљена ситуација у датој средини у великој мери зависити и политичка о приоритетима и развојним циљевима. Ипак, највећи задатак стручњака и менаџмента је да у овој фази представи успешне моделе и решења из праксе, којима би се дао путоказ за обликовање акционог плана и проналажење одговарајућих мера и инструмената акције. План развоја мора се одредити за неколико основних стратегија, из широког спектра опција, које ће допринети најефикаснијој реализацији постављених циљева.

**5. Израда плана развоја** – Иако су планови развоја у туризму и културним делатностима у почетку били сведени на планове изградње објеката и инфраструктуре, данас је поред организационо-институционалног сегмента обухваћена и израда плана будућег развоја и метода које је нужно примењивати током развоја. Инструменти планирања развоја су истоветни инструментима политике развоја и реализују се кроз:

- планирања финансијске расподеле буџета и приоритета улагања,
- нормативних аката, законска решења којима се утврђује статус делатности,
- организационо-административног успостављања односа између поједних

установа културе и туристичких организација, посебно када су у питању јавне установе.

План развоја дестинације засноване на култури садржи поред прелиминарне концептуалне анализе из које су изведени циљеви и основне стратегије и акциони планови по одређеним секторима (заштита споменика, културни програми, туристички развој), који садрже мере и инструменте политике развоја, именоване кључне актере у имплементацији и наведене очекиване резултате. Планови развоја морају бити усвојени од стране јавности, дакле морају бити стављени на јавну дебату и затим усвојени на одговарајућем нивоу (у републичкој, покрајинској или градској скупштини). План развоја треба да одреди и прецизира средства (материјална, финансијска, правна и организациона) којима се води и реализује политика развоја дестинације (културна политика, политика туристичког развоја) у одређеном планском периоду. С обзиром, да најчешће политика развоја није прецизно дефинисана, стручњаци настоје да истовремено дефинишу и циљеве политике развоја, и самим тим план постаје више оријентациони оквир на основу кога ће се обезбедити услови за реализацију планских задатака.

**6. Вредновање (евалуација)** – Планирање развоја полази од оцене достигнутог. У оквиру економских наука постоји читав низ поступака чији је циљ мерење достигнутог степена развоја, користити пре свега кванитативне (математичке и статистичке) методе. За разлику од економских наука, у области културних делатности нема суштинских показатеља који би омогућили егзактно праћење развоја културе, већ се оно прати квалитативним методама. Самим тим туризам као делатност, може донекле бити средство за превазилажење овог јаза, јер користи методе заједничке за обе праксе (Драгићевић-Шешић, Стојковић, 2007). Планирање развоја културних рута као туристичког и културног производа, као израз тежње да се управља развојем једног домена развоја туризма једне државе, је неопходан део општих планова развоја. План развоја културног туризма (културне руте) се може дефинисати као показатељ културне и туристичке ситуације, јер подразумева анализу актуелних и општих проблема на дестинацији, и као проналажење могућих решења, посебно у односу на културно-туристичку политику земље.

Креирање умреженог туристичког производа, каква је у својој суштини тематска културна рута спроводи се у неколико фаза:

**Фаза 1: Анализа ресурса, тематизација и сегментација тржишта** - Први корак за креирање умреженог туристичког производа је одабир теме базиране на културном наслеђу на којој ће се производ базирати. Основа ове фазе укључује истраживање ресурса и типичних локалних атрибута на којима се интерпретација наслеђа може базирати. Што је степен везивања историјске теме и постојеће културне инфраструктуре већи то је и лакше креирање атрактивног производа који се базира на комбинацијама ресурса кроз мреже. Оријентација конзумента (посетилаца) је кључна приликом развоја производа. Када се креирају производи и услуге, очекивања и вредности одабраног сегмента конзумента се морају узети у обзир (било да се ради о локалном становништву, домаћим или страним туристима, младим или старијим особама, и слично). Кроз анализу ресурса и избор теме јавља се дефинисана слика производа, тј. какав је развој производа пожељан и који су главни сегменти посетилаца (конзумента). Такође се добија слика о томе шта је могуће постићи са постојећим ресурсима.

Тематизација понуде културно-историјског наслеђа, односно тематизација културне руте је добар начин промоције културног туризма. У реализацији ове активности неопходна је сарадња већег броја стејкхолдера и сарадња између јавног и приватног сектора. Тема омогућава да се споје стране које у стандардним околностима не би сарађивале. У тематизацији рута треба водити рачуна да упркос јединственој теми сами локалитети не нуде исто или слично искуство/доживљај, јер у таквим ситуацијама

туристи губе интерес да посете више од једног или евентуално два локалитета. Дакле, мора се водити рачуна о томе да различите тврђаве нуде различите аспекте интерпретације и анимације упркос јединствености у теми.

**Фаза 2: Организовање мреже** - Други корак је организовање мреже око кључних актера и надлежних органа на дестинацији. Када се питање теме разреши, први корак у процесу је стварање мреже неопходне за реализацију ове идеје. Мрежа се базира на скупу елемената од којих се целокупни производ (у овом случају културна рута) састоји. Оперативно окружење које се креира мора открити да ли су сви елементи производа покривени од стране дефинисаних кључних актера или не. Ако то није случај, неопходно је да надлежне институције одговорне за спровођење пројекта развоја (ментори) разреше то питање и пронађу решења око недостајућих карика. Правилно планирање развоја културне туристичке дестинације мора се базирати на мрежи која узима у обзир како туристички бизнис, тако и питања конзервације и интересе институција надлежних за заштиту споменика културе. Дакле, мрежа мора бити састављена од представника више заинтересованих страна. Сарадња и разумно планирање промовише заједничке циљеве како за конзервацију и ревитализацију културног наслеђа, тако и за туристичку афирмацију и бизнис.

**Фаза 3: Дефинисање производа** - Стратегија имплементације туристичког производа и метод приступа у складу са одабраном темом и временским периодом се планира током тренинга у оквиру радионица. Тимови састављени од кључних стејкхолдера треба да дискутују о компонентама потребним за имплементацију и да усвоје предлог реализације у складу са доступним ресурсима. Један од резултата групног рада у овој фази је генерални став (визија) о димензијама производа, односно резграничавање кључних елемената производа и подржавајућих елемената (Kolb, 2006). Усаглашавају се заједнички циљеви и одговорности између чланова мреже и доносе се одлуке о томе ко је за шта задужен. Како је опипљиво наслеђе изузетно важно за дестинацију, тако је важно и неопипљиво наслеђе. Када се интерпретирају на прави начин, неопипљиви елементи наслеђа промовишу културну вредност дестинације. Неопипљиве вредности културног наслеђа омогућавају туристима дубље разумевање дестинације (Beck, Cable 2002; Hall, McArthur, 1996). Овакав приступ је посебно адекватан за примену на туристичком производу „Тврђаве на Дунаву“ с обзиром да је већ раније наведена проблематика недовољног искоришћавања аспеката неопипљивог наслеђа и недостатак туристичке интерпретације на готово свим локалитетима укљученим у ову културну руту.

Финансирање управљања наслеђем је такође битно питање. Питања финансирања се разрешавају у току дефинисања производа, с обзиром да кооперација културе и туризма у процесу развоја туристичког производа може бити начин добијања финансијске добити за одржавање и управљање културним добром (McKercher, du Cros, 2002; Timothy, Boyd, 2003). Тврђаве на Дунаву у овом случају нису адекватне за употребу принципа „корисник плаћа“ при чему би се на дестинацији плаћала карта за улаз на локалитет. То би вероватно довело до негодовања резидентног становништва. Уместо тога, разноврсни пакети туристичке интерпретације, који искоришћавају инфраструктуру и историјску тему, могу, уколико су правилно испланирани, бити начин за добијање одређене финансијске добити. Ово је начин у коме сарадња између интерпретатора и менаџера локалитета може бити профитабилна (програми „живе историје“ и слично). Добар начин привлачења великог броја посетилаца, који су спремни да плате за додатну вредност туристичког производа, су културни догађаји, фестивали, изложбе и слично.



**Фаза 4: Техничко дефинисање и тестирање производа** - Последња фаза овог модела умреженог производа је изградња структуре за техничку имплементацију производа. Пилот-тестирање је основни корак за припрему производа за продају. Спровођење пилот-теста открива слабости производа и могуће потребе за даљи развој производа пре него што се понуди на туристичком тржишту. Повратна информација тест-групе се системски прикупља и анализира. Индикатори повратне спреге прикупљања ових информација користе се за будући мониторинг задовољстава потрошача и квалитета производа. Надаље, формирање цене, продаја и питања маркетинга производа се спровode уз предлоге ментора и бизнис експерата (de Rojas, Samanego, 2007).

Дефинисано је пет основних критеријума који чине успешну културну атракцију (Garrod, Fyall, 2000):

- Атракција мора бити јефтина и мора пружати вредност за новац;
- Мора постојати баланс између потреба посетилаца и конзервације, приступачности и аутентичности;
- Искуства потрошача су кључни фактор за евалуацију успеха производа и везани за интерпретацију производа која укључује елементе разоноде, културе, едукације и социјалне интеракције.

## ЗАШТИТА, РЕВИТАЛИЗАЦИЈА И ОДРЖИВИ РАЗВОЈ КУЛТУРНИХ РЕСУРСА

Приликом развоја културних дестинација, па самим тим и културних рута као посебних производа, кључан аспект је конзервација и ревитализација споменика културе.

Конзервација (рестаурација) је делатност која је посвећена очувању културне баштине. Конзерваторске активности укључују проверу стања, документовање, рад на самом предмету културне баштине и превентивну заштиту. Традиционална дефиниција улоге конзерватора укључује преглед, конзервацију и очување културне баштине коришћењем било које методе која се доказала делотворном у одржавању предмета у стању што ближе изворном, што је дуже могуће (Руче, 2001). Данас се ова дефиниција описује као етичко управљање културним добром. Конзерватор примењује једноставне етичке одреднице приликом конзервације културног добра као што су: начело минималне интервенције, коришћење метода и материјала усмерених ка реверзибилности како би смањили могућност проблема код будућег истраживања и коришћења уз темељно документирање свих примењених поступака. Разликују се превентивна и интервентна конзервација. Превентивна конзервација је важан елемент музејске заштите, чији је битан елемент створити и одржавати спољашње услове како не би штетили културном добру. Уобичајено је да музеј или установа која је надлежна за бригу о културном добру, надгледа стање добра и одлучује када је потребно подвргнути га конзерваторском захвату. Интервентна конзервација одговара било ком деловању предузетом од стране конзерватора и укључује директан рад на културном добру (чишћење, стабилизација, поправке оштећења или чак додавање недостајућих делова). Циљ рада на културном добру је минимизирање пропадања културног добра (Здравковић, 1982).

Фортификације као архитектонски објекти су грађевине широког просторног обухвата и састоје се од групе објеката, а врло често представљају и маркер локалне заједнице. Када се овакви објекти класификују у сврхе конзервације, укључени су различити типови и категорије споменика (структурни објекти са једним или више елемената, скупови објеката, делови објекта, заштићена места, урбани објекти). Њихова конзервација, одржавање и будући развој обично зависи од одговорности различитих надлежних тела, од чије сарадње зависи основни приступ планирању. Ипак, споменички карактер тврђава и утврђења није у супротности са идејом економског коришћења тврђава, уколико се обезбеди да се не смањи већ унапреди споменичка вредност тврђаве (Вресе, 2006). У многим европским земљама, па и у Србији, законом је одређено да се пракса конзервације види у светлу одржавања и бриге о евидентираним културним објектима, која треба да буде обезбеђена у дугом року искључиво кроз начине коришћења. Културни споменици који се не користе су далеко подложнији деградацији од оних који се користе. Додуше, одржавање и конзервација која је предвиђена законима представља само ограничене захтеве који се тичу одговарајућег начина коришћења и управљања. Ипак, промене начина коришћења су превасходно подређене званичним процедурама одобравања које се спроводе на основу индивидуалних захтева. Директно окружење културних споменика је такође предмет рестрикција у погледу коришћења материјала или физичког изгледа објекта, како се не би угрозио општи изглед споменичког комплекса. Многе тврђаве у свету, захваљујући чињеници да представљају сведоке турбулентне историје, представљају туристичке магнете које стварају могућности за економски процват целог региона у будућности. Већина заштићених културних добара нису само препознати када се представља одређени регион у погледу разних веза са историјом простора, већ и са чисто физичко-визуелног аспекта и

пејзажног фактора, те доприносе стварању вредности „имица” дестинације због своје доминантне и импресивне представе (Rutten, 2006).

У погледу коришћења категорије конзервације тврђава, обично се властима представљају чињенице које се тичу пракси стварања иновативних стратешких концепата и приступа „гледања у будућност” у управљању културним добрима, са контекстом конзервације, урбаног и регионалног развоја и тематски одређеног маркетинга, како би се створили најбољи начини искоришћавања вишеструких шанси за друштвену, културну и економску синергију (Драгићевић, 1997).

Ревитализација споменика културе односи се на очување споменика и споменичких целина њиховим укључивањем у савремене функције, а подразумева преуређење историјских споменика и грађевина за старе и нове намене у границама и на начин којим би се обезбедило очување природе, карактера, значаја и споменичких вредности објеката и историјских амбијената (Нешковић, 1986). Ревитализација подразумева настојање да се споменици културе укључе у друштвени (културни, туристички) живот, уз услов очувања њиховог првобитног изгледа и функције. На овај начин историјске области (комплекси) се ревитализују, њихов некадашњи изглед се обнавља, њихова изворна функција се истиче, чува и користи у савременом друштву. На тај начин се показало да заштита споменика културе може бити битан допринос бољој туристичкој понуди и културном животу једног места или региона. Задатак менаџмента је да применом одговарајућих метода (социо-културне анимације, културних модела и економике туризма) осмисли одговарајућу друштвену употребу споменика културе као основе културног идентитета једне дестинације, града, региона или државе/нације. Данас је посебно важно питање ревитализације историјских објеката и комплекса, који на тај начин прерастају у културне центре и жаришта културних дешавања. Неговање интеркултуралности и тежње ка упознавању других култура и обичаја, те чињеница да упознавање историје даје основ за компарацију са појавама у данашњем времену, туристичке агенције користе да организују специфична путовања којима омогућавају туристима својеврстан туристички доживљај, што је случај и са културним рутама.

**Основна начела** приликом ревитализације споменика културе су:

- **Начело континуитета функција** које подразумева благовремено укључивање градитељског наслеђа у све облике друштвеног и просторног планирања. Најсложенији проблем је очување функције објеката чија је намена престала или је превазиђена савременим начином живота, као што је то случај са готово свим тврђавама у свету, па тако и у Србији. У том случају објектима се даје нова намена. Објекти у рушевинама сачињавају посебну групу и укључују се у савремене функције презентацијом као културно-историјски споменици.

- **Начело одговарајуће функције** је најзначајније и њиме је обухваћено утврђивање намене према просторним могућностима објекта, пошто се сваки архитектонски објекат гради тако да његова концепција одговара функцији којој је намењен, па нова намена мора бити у складу са структуром објекта. Усклађивање намене појединачних објеката са наменом одговарајуће целине условљава да се нова намена објеката не може посматрати изоловано од целине у којој се налази. Утврђивање нове намене са становишта етичког односа према споменицима културе има за циљ да ни у ком случају нова намена не сме да деградира споменик у етичком смислу (нпр. религиозни објекти из прошлости могу бити деградирани новом наменом у профане сврхе)

- **Начело техничко-хигијенске санације историјских објеката и амбијената** – потребна су таква техничка решења која нису у супротности са историјском урбаном структуром и вредностима споменика, те не доводе до уништавања његових

споменичких својстава. Дакле, треба спроводити реконструкцију постојећих и увођење нових инсталација, али те инсталације никако не смеју бити видљиве на фасадама (нпр. клима уређаји);

- **Начело очувања аутентичности споменика и његових споменичких својстава** – код архитектонских објеката њихова основна вредност односи се на њихову аутентичност и оригиналност, целокупну архитектуру, материјал, конструктивни склоп, унутрашњу структуру и спољни изглед. Иако су измене у циљу побољшања хигијенско-здравствених услова неизбежне, као и ојачање конструктивног склопа у појединим случајевима, треба тежити што мањим променама. Измена унутрашњег простора у потпуности је оправдана само код објеката који се предвиђају за чување као делови амбијента а не као појединачни објекти (Ненадовић, 1980).

#### **Методe ревитализације укључују:**

- Истраживања – која представљају основу заштите споменика културе, а односе се на проучавање споменика, његових карактеристика и вредности, истраживања архитектуре и стања споменика;

- Утврђивање намене – потребно је извршити утврђивање првобитне намене свих објеката у оквиру културног добра и извршити анализу могућности коришћења са истом или другом наменом;

- Пројектовање – врши се према поступку за израду инвестиционе техничке документације и условима који произилазе из Закона о заштити културних добара, односно конзерваторских услова које је дужан да изради надлежни Завод за заштиту споменика културе;

- Извођење радова – основни методи се састоје у адаптацији, односно преуређењу споменика за савремено коришћење, асанацији, односно техничким решењима за обезбеђење основних хигијенско-здравствених услова, затим рестаурацији (конзервацији), односно враћању у првобитно стање делова које је објекат изгубио временом, и реконструкцију, тј. обнову која не спада у ревитализацију (Нешковић, 1986).

#### **Основни проблеми код спровођења ревитализације споменика културе су:**

- **Функционалне промене просторних целина и архитектонских објеката из прошлости** – економске и друштвене промене су најчешћи узрок променама намене или престанка функције одређених људских агломерација и архитектонских објеката. Највеће промене су настајале престанком цивилизација, одређених друштвених система и развојем нових начина живота. Индустијска ера је донела знатне промене у начину привређивања, техници грађења, начину живота, а развој технике и технологије је директно утицао на престанак функција многих објеката. Друштвено-економски услови ревитализације се односе на отклањање узрока који је условио промену и нестанак функције. Један од узрока је недостатак финансирања, који се решава формирањем посебних фондова, стварањем олакшица, а понекад је потребно и учешће целе локалне заједнице или целог друштва. Други узрок је искљученост историјског наслеђа из урбаног планирања, дакле, потребно је укључити га у процес планирања.

- **Проблеми прилагођавања историјских објеката савременим условима** - Објекти из прошлости обично не задовољавају основне здравствено-хигијенске услове (нема водовода, канализације, потребне инсолације, могућности проветравања, присутна је и влага). Функционалне шеме историјских објеката не задовољавају савремене потребе, па се јављају проблеми одржавања због лошег стања материјала и конструкција. Такође, навике и жеље становника су често у супротности са функцијом споменика. Савременим техничким прописима се утврђују услови неопходни за коришћење објеката, па је потребно обезбедити сигурност грађевине, заштиту од пожара, влаге,

земљотреса, звучну и техничку заштиту, употребљивост објекта за одређену намену, хигијенско-здравствене услове, итд.

- **Проблеми очувања аутентичности и вредности споменика културе при ревитализацији** - Суштина проблема је у утврђивању што потпунијих мерила вредновања којима би се могле вршити сигурне процене какве промене се могу предузети на објекту. Општи критеријуми који се примењују заснивају се на научној валоризацији и категоризацији споменика културе, и посебни критеријуми који се разликују од споменика до споменика. На споменицима културе од изузетног значаја се не могу вршити никакве измене, пошто подлежу веома строгим критеријумима. Споменици културе од великог значаја могу трпети одређене радове на адаптацији под надзором стручњака, како се не би пореметиле типолошке карактеристике објекта. Споменици културе могу трпети одређене промене у складу са карактеристикама објекта и под надзором стручњака, док су код споменика од амбијенталног значаја могуће веће измене ентеријера, али оне не смеју бити у нескладу са фасадом и карактеристикама амбијенталне целине.

- **Начини за очување амбијенталних целина и архитектонских одлика споменика:**

- **Надоградња историјских објеката** – у супротности је са основним начелом заштите – вршена је на објектима из 19. века, као надоградња у истом стилу. После Другог светског рата вршено је надограђивање у модерном стилу, а надоградња се и данас врши.

- **Дограђивање историјских објеката** – у прошлости су се на црквама дограђивале припрате, на стамбене куће су се надограђивала посебна крила у двориштима. При дограђивању се јављају проблеми будући да треба очувати интегритет првобитног објекта а истовремено са новим дограђеним делом створити нову функционалну и складну просторну целину. Дограђивање се најчешће врши по дубини парцеле, јер је највећи проблем у усклађивању старог и новог, и на овај начин се не угрожава фасада објекта према улици. Понекад се дограђивање може вршити доградњом новог објекта поред старог који је са старим објектом на одговарајући начин повезан. Дограђивање треба сматрати посебним поступком чија је примена условљена природом споменика и положајем у простору који омогућује да се новим објектима не деградира ни постојећи објекат, ни амбијент у коме се налази.

- **Очување унутрашње диспозиције** – Најчешће потребе за изменама односе се на побољшање комуникација, повезивање унутрашњих просторија и изградњу санитарних просторија. Већи захвати се углавном односе на повећање унутрашњег простора, спајањем две или више просторија у јединствену просторну целину, као и смањивање унутрашњег простора преграђивањем, али ово није увек прихватљива опција. Понекад се јавља потреба функционалног повезивања објеката, али тада се губи индивидуалност објекта. Са друге стране, ако се тежи очувању интегритета сваког појединачног објекта веома је тешко остварити савремену функционалну целину.

- **Очување конструктивног склопа и материјала** – Најсложенији проблеми се јављају код традиционалног градитељства са материјалима од дрвета. Основни конзерваторски услов је очување таквих конструкција. Стално одржавање материјала предвиђа да се спроводи одговарајућим средствима за заштиту материјала којим се не мења природна боја и текстура материјала.

- **Очување спољног изгледа** – Фасаде су често нарушаване скидањем декоративних украса, који врше и власници и корисници у циљу модернизације, па се на

пример стари тип прозора мења новим. Понекад је потребно и додавање отвора ради осветљења, па се препоручују „стилска“ решења и очување ентеријера (Нешковић, 1986).

Заштита и очување културног наслеђа у Србији је у транзиционој фази са многим проблемима, са једне стране оно је повезано са екстремном економском кризом, која је означила све активности на заштити наслеђа током 90-их година. Током веома дугог периода, постојао је стални проблем недостатка финансирања, који је узрокован недостатком одговорности државе и недовољног знања о алтернативним начинима финансирања и фандрејзинга. Проблем прикупљања фондова за планиране активности онемогућава у великој мери, правовремену стручну превентиву и оперативно управљање, што укључује одређивање адекватних заштитних мера, укључујући и услове за одржавање и коришћење заштићених културних добара. Ситуација у вези са заштитом археолошких локалитета од изузетног значаја у Србији се није пуно променила током последњих неколико година. Области које окружују културна добра су константно угрожене неконтролисаним или илегалним изградњама. Често су локалитети угрожени и од стране „ловаца на благо“ који користе детекторе метала, с обзиром да иако постоје законске мере које треба да спрече ову појаву оне се не примењују у довољној мери. Институти задужени за заштиту се стално боре да заштите археолошко наслеђе, али због недостатака средстава ове иницијативе остају без ефекта. Врло често је једино финансијски видљиво решење промена функције (намене) објекта, како би се осигурало његово преживљавање и одржавање (Драгичевић, Ршумовић, 2008). Кроз процес деградације као и сва непокретна културна добра, овакво наслеђе је запостављено у Србији (очигледан пример тога су бројни дворци и летњиковци у Војводини, који иако су изузетних карактеристика и вредности бивају запостављени са аспекта заштите).

Иако су предузети знатни напори да се пронађу адекватнији конзерваторски приступи, да се модернизује законски и административни систем, да се интегрише конзервација у планске процесе, и да се оствари већа сарадња између заштите и урбаног планирања, постаје све теже заштитити угрожена културна добра, док очување аутентичности постаје примарна професионална ставка. Конзервација културних добара је интегрисана у процес планирања у већим градовима, као што је Београд, који тежи да укључи већи број стејкхолдера и грађана. Један од озбиљних проблема је недостатак интегрисаног планирања у готово целој Србији. У свакодневном животу већина Срба показује свој понос у односу на своје богато и разноврсно културно наслеђе, с обзиром да оно дефинише њихов идентитет. Ипак, идеја о укључивању наслеђа као ресурса за одрживи социјални и економски развој је нова и треба бити базирана на већем знању експерата и повећању свести јавности и различитих приступа културном наслеђу. Захтев за рентабилношћу инвестиција у последње време почиње да се преноси са привредног и на културни домен, те се све више економски критеријуми сматрају приоритетом и у културној делатности. Ипак, високе цене културних програма доводе до тога да се култура користи све више у економске, а не у културне сврхе, те развојем туризма може доћи до маргинализације резидентног становништва, што се треба по сваку цену избећи. Јавне институције надлежне за заштиту и управљање културним добрима су Министарство културе Републике Србије, Републички завод за заштиту споменика културе, два покрајинска инситута за заштиту споменика (за Косово, који је премештен 1999. године и за Војводину) као и мрежа од 11 регионалних института. Један од најзначајнијих проблема који се мора брзо решити је недовољна сарадња у интегрисаном приступу конзервацији. Постоје одређени преговори између одговорних инситуција за планирање и заштиту културног наслеђа и рехабилитацију, али су тренутно на нивоу консултација, а нису инситуционално подржани и није успостављена сарадња. Постоји стална тензија између потреба заштите наслеђа и изградње нових објеката као процеса локалног развоја. Тренутно постоји позитивна сарадња између надлежних за заштиту

наслеђа и националних и интернационалних институција – универзитета, музеја, истраживачких инситута. Финансијска средства нису довољно јака да би подржала сарадњу између јавног и приватног сектора који се тиче инвестирања у интегрисану рехабилитацију и конзервацију културног наслеђа. Културно наслеђе је примарно финансирано од стране малих буџетских средстава и Европске Комисије кроз заједнички програм „Интегрисани пројектни план ревитализације“ (*Integrated Rehabilitation Project Plan / Survey of the Architectural and Archaeological Heritage (IRPP/SAAH) – Serbia – 2008*), и националне власти се сматрају јединим одговорним странама за обезбеђивање средстава. Овакав приступ је довео до пасивности и недостатка интереса локалних заједница за рехабилитацију културних добара, а у одређеним случајевима постоје конфликти између националних и локалних власти у погледу одрживог коришћења архитектонског наслеђа у градовима. Квалитетни и професионални људски капацитети и доступна подршка варира на различитим нивоима и секторима управљања културним наслеђем.

Туризам као феномен глобалних размера утиче на трансформацију географског простора. Он преображава првобитни простор тако што га опрема, уређује, ремоделира и реструктурира. Под његовим утицајем рецептивни простор се све интензивније мења, добијајући постепено специфичну туристичку физиономију. Физички амбијент или услужни простор може имати дубоке утицаје на импресије потрошача у вези квалитета добијене услуге. У туризму ова компонента простора долази још више до изражаја јер је простор услов и оквир у коме се реализују туристичка путовања. Туристи образују утиске о простору или организацији туристичких услуга кроз физичку појаву као што су пејзаж, природни амбијент, различити типови туристичког простора (плажа, скијалиште, паркови), затим кроз грађевине, просторије, намештај, опрему, светлост, боје, па чак и мирис просторија које прате туристичку услугу. Дизајнирање ових елемената сматра се делом процеса дизајнирања туристичког производа, који могу имати веома значајну улогу у стварању позитивних доживљаја код туриста. Код свих димензија простора битно је да туристички простор буде плански уређен, функционално опремљен у складу са очекивањима одређених сегмената туриста, чист, уредан, пријатан и естетски обликован у складу са очекивањима туриста. Леп, удобан и атрактиван простор чини туристичку услугу „опипљивом“ и са таквим продајним простором туриста упоређује и целокупну услугу туристичке дестинације.

**Туристичко уређење простора** је планска делатност представљена скупом различитих привредних и непривредних активности, усмерених на планирање, стварање, управљање и уређење оптималног простора испуњеног инфраструктурним и супраструктурним објектима, услугама и кадровима намењених туристима и разрешавању њихове туристичке потребе, а на основу претходно утврђених обима тражње, понтецијала понуде, социо-економских циљева друштва и локалне заједнице (Гарача, 2009). Предмет туристичког уређења простора је сам простор који је предмет интересовања људи, као и објекти у простору, било да је реч о објектима инфраструктуре или супраструктуре (хотели, мотели, ресторани, бање, паркови, расвета, паркинзи, путеви, трговачке радње, занатски центри, фонтане, клупе, путокази, стазе за шетњу, информативни центри, поште, услужне радње и слично). Циљ туристичког уређења простора је задовољење туристичких потреба, културних или рекреативних, у наменски планираном простору, грађеном и уређеном за ту сврху. Један од циљева туристичког уређења простора је и подстицање потрошње.

Међу бројним задацима туристичког уређења простора истичу се:

- стварање јединствене просторно-функционалне целине,

- максимизирање позитивних и минимизирање негативних ефеката у простору,
- изградња објеката инфраструктуре и супраструктуре,
- обезбеђивање услова за разрешење туристичких потреба, тј. омогућавање туристичке потрошње,
- обезбеђење добре кадровске подлоге,
- стварање подлоге за велики број услужних делатности,
- чување старих амбијенталних целина и стилова градње,
- валоризација заштићених природних и културних добра,
- обезбеђење добре саобраћајне повезаности,
- уређење стајалишта и одморишта, прављење приступних стаза до атракција,
- отварање туристичких информативних пунктова, постављање путоказа и информативних табли,
- изградња тоалета, билетарница и сувенирница,
- постављање клупа, корпи за отпатке и чесми,
- вођење рачуна о хортикултурном уређењу и обезбеђење чистоће.

Туристичко уређење простора по дефиницији би требало бити савесна и планска активност. Ипак, није редак случај да то није тако. Туристички објекти се, у простору означеном као потенцијално атрактивном, граде насумице, неплански, самовољно и по личном нахођењу инвеститора. При томе, треба рећи да је врло често случај да се и само унутрашње решење не уклапа и не задовољава стандарде и услове категоризације, односно није примењено туристичко уређење простора, планирање и уређење ентеријера за потребе туриста. У том смислу, објекат и споља и изнутра, током времена, трпи различите промене, надоградње и преправке, како би задовољио бар функционалне критеријуме и добио жељену категорију или тек дозволу за рад. На тај начин, често добијамо објекте који ни естетски ни функционално не задовољавају стандарде туристичког уређења простора, па самим тим ни потребе савременог туристе. Већи број таквих објеката на простору дестинације, чине од ње простор неуједначених колористичких, архитектонских, стилских карактеристика, при чему је нарушено бар једно од три постулата туристичког уређења простора, просторни, техничко-технолошки или организационо-кадровски (Гарача, 2009). Управо из тог разлога туристичком уређењу простора треба приступити плански и стручно, при чему треба осигурати примену основних принципа одрживог развоја дестинације. Приликом уређења и припремања културних простора за посетиоце, они добијају различите садржаје, објекте, инфраструктуру и на тај начин се приближавају потребама посетилаца. Културни простори се генерално могу препознати не само по основним културним и историјским вредностима него и по садржајима који те просторе чине доступним посетиоцима. Ипак, постоји и велики број примера када управо то додатно уређење и прилагођавање потребама туриста доводи и до нарушавања основних вредности културних добара. Управо у циљу избегавања оваквих грешака, стручњаци су поставили основне принципе којих се треба придржавати приликом уобличавања и уређења културних простора. Један од крајњих видова уређења споменичког простора је његова презентација посетиоцима који желе да га виде и доживе. У нашој земљи још увек је тешко указати на неки споменик за који би се могло рећи да је у потпуности туристички уређен. Брига о споменику и стално одржавање морају увек бити присутни.

Из наведених разлога Међународана повеља о културном туризму (Брисел, 1976) препоручује да „стручњаци који треба да учествују у изради концепта уређења и туристичког коришћења културног и природног наслеђа треба да стекну знање које је



прилагођено природи и интердисциплинарности проблема, те да од почетка буду удружени у програмирању и извођењу просторних планова и развоја туристичког уређења простора“. Основни кораци које треба предузети у циљу комплексног уређења и заштите културно-историјских целина су:

- Обележавање споменика – с обзиром да је до споменичких простора пре свега неопходно доћи, треба јасно обележити приступне путеве и зоне у којима је забрањен саобраћај. Информативне табле треба да говоре о историји, основним вредностима и особеностима споменика.
- Поред ликовних и писаних прилога савремена обрада споменика користи се и звучно-светлосним средствима којима се постижу веома ефектни доживљаји врхунског квалитета, али су за наше прилике ови уређаји још увек недоступни, али је ипак време да се у скромнијим размерама примене представе ове врсте (нпр. у Смедеревској тврђави, на Калемегдану или Петроварадину).
- Туристима, недостају уређени простори у оквиру споменика за пријатан боравак, како би имали где да се краће или дуже време одморе и уживају у одређеном амбијенту. У Србији је чест случај да у оквиру или у близини културних добара не постоје чак ни паркинзи и пристојни основни санитарни објекти.
- Комплетно уређење споменичких простора у смислу враћања амбијенталних аутхтоних својстава и пејзажног изгледа.

Табела 47. Приоритети ревитализације приликом креирања културне руте

ОСНОВНИ ПРИОРИТЕТИ
<p>Побољшање стања историјских локалитета и њихова заштита су у кључном фокусу овог програма, са циљем побољшања културних и историјских елемената идентитета, брендирања и позиционирања ове културне руте. С обзиром на тренутно стање многих историјских грађевина, приоритет је њихова заштита и формирање система управљања културним добрима.</p>
<p>Програм заштите историјских грађевина у оквиру културне руте треба да укључи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Презервацију грађевина од историјског и културног значаја (рестаурација зидина, чишћење и рестаурација фасада, екстерни и интерни дизајн зграда и њихова реконструкција, очување архитектонских стилова, итд.),</li> <li>• Побољшање и заштита културних и историјских зграда/атракција,</li> <li>• Уређење приступа (побољшање приступа културним и историјским атракцијама у смислу уклањања природних и архитектонских баријера, стварање различитих праваца приступа атракцији, креирање итинера за посету атракцијама, побољшање сервиса, итд.).</li> <li>• Заштита и одржавање/управљање (стварање програма за управљање културним атракцијама укључујући процедуре, методе рестаурације и управљања, итд.).</li> <li>• Систем означавања (стварање система означавања свих атракција са основним информацијама о приступу атракцијама, о историји и значају грађевине, итд.).</li> <li>• Додатне услуге (стварање додатних услуга и активности на локалитету као што су сувенирнице, продавнице, водичке службе, информативни пултови, паркинг-сервис, итд.).</li> </ul>
<p>Први корак у имплементацији овог програма је едукација тима експерата различитих профила (историчара, архитекти, урбаних планера, дизајнера, туризмолога и других) који треба да идентификују потребе и будуће акције у заштити и очувању културно-историјских споменика, као и за промоцију споменика културе.</p>

## ОДРЖИВИ РАЗВОЈ ТУРИЗМА

Одрживи развој у туризму односи се на начело да се природни и културни ресурси морају сачувати како би вршили функцију привредног ресурса, што није случај у другим секторима привреде. Одрживи туризам је део новог, целовитог посматрања туризма који објашњава економске, еколошке и социјалне аспекте туризма. Одрживи туризам у свом најчистијем смислу подразумева привредну грану која врши минималан утицај на животну средину и локалну културу, истовремено помажући стицање зараде, нова радна места и заштиту локалних екосистема и култура. Наиме, то је одговоран туризам који се пријатељски односи према природној и културној баштини. У скорије време схваћена је неопходност идентификације грешака које су довеле до деградације многих туристичких дестинација широм света, услед неконтролисаног развоја туризма и постављања основе за развој туризма чији ће утицај на животну средину бити контролисан. Дакле, под одрживим туризмом подразумева се сваки вид туризма који доприноси заштити животне средине, социјалног и економског интегритета и унапређивању природних, створених и културних вредности на трајној основи. Главни циљ овог вида туризма је да се омогући уживање и стицање знања о природним, историјским и културним карактеристикама јединственог окружења, уз очување интегритета места и подстицање економског развоја и добробити локалне заједнице. То је туризам који не уништава своју базу на којој се иначе и заснива, и не ствара својим акцијама непоправљиве штете. Одрживи туризам обележава прихватање следећих начела приликом развоја дестинације:

- пажљиво опхођење према природи и природним ресурсима,
- уважавање домицилног становништва и његове културе,
- избегавање непотребног расипања ресурса,
- очување природне, социјалне и културне разноликости,
- стратешко планирање,
- укључивање локалног становништва, саветовање и обавештавање заједнице,
- образовање туристичких радника,
- одговорни маркетинг.

Да би се могле развијати одрживе туристичке атракције у урбаним или руралним дестинацијама потребно је анализирати:

- физичке карактеристике (рељеф, хидрографија, клима, биљни и животињски свет),
- еколошке карактеристике (опште претпоставке развоја, урбани неискоришћени простор, заштићена и рекреацијска подручја, стамбене средине, трговачка средишта, индустријска подручја),
- културни ресурси (архитектура, културно и историјско наслеђе, посебне атракције, традиционални догађаји, религиозна места и слично),
- социоекономске карактеристике (демографски аспекти, економски аспекти, социјални аспекти и туризам),
- инфраструктура (транспортна мрежа, смештај, снабдевање водом и енергијом, одлагање отпада, могућност рекреације, комуникативна средства, итд),
- загађење околине (ваздух, вода, бука, нарушавање визуелног изгледа локалитета),
- ризик (финансијски, туристички, еколошки).

Да би се постигао развој одрживог туризма неопходан је интегрални приступ његовом планирању и управљању. Приметна је све већа потврда неопходности комбиновања потреба традиционалног урбаног управљања (саобраћај, експлоатација земљишта, маркетинга, економског развоја, заштите од пожара, итд.) са потребом планирања туристичких делатности. Имајући у виду обавезе Србије утврђене потписивањем Агенде 21 (Рио де Жанеиро, 1992), Плана за имплементацију, Тачка 41 (Јоханесбург, Јужна Африка, 2002), као и Предлога закона о систему заштите животне средине Србије (Основне одредбе, Члан 3), доношењем и спровођењем одлука којима се обезбеђује уравнотеженост између заштите животне средине и економског развоја, кроз интеграцију одрживог развоја у све секторске политике, одређује се коришћење природних ресурса, добара и енергије. Савремени развој туризма се пре свега темељи на изворном квалитету простора и ресурса, те из тих разлога, а посебно ради обезбеђивања основе сопственог дугорочног одрживог развоја, туристичка привреда мора имати као приоритетан задатак заштиту, унапређење и рационално коришћење простора и ресурса. Нажалост, у Србији је евидентан недостатак одговарајуће инфраструктуре која би подржала развој одрживог туризма. Такође, недостаје ефикасно и адекватно планирање у функцији што мањег негативног утицаја туристичких активности на животну средину. У политици развоја туризма као сектора, Србија мора направити снажан окрет ка новом приступу усклађивања туристичког развоја са заштитом животне средине (Министарство животне средине, рударства и просторног планирања, 2011).

## КРЕИРАЊЕ ВИЗИЈЕ И МИСИЈЕ КУЛТУРНЕ РУТЕ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“

Формирање заједничке визије и мисије туристичког производа спада у ред најважнијих одлука у домену стратегије развоја туристичког производа. Према дефиницији С. Ленглија, визија као и мисија треба да обједињује четири основна циља – мора да основну филозофију излаже у једној концизној реченици или кратком пасусу, мора да буде јединствена и препознатљива, мора да буде подједнако узбудљива и инспиративна како за актере тако и за јавност, мора да исказује основне циљеве, тако да и њен напредак и успех могу бити мерљиви (Драгићевић-Шешић, Стојковић, 2007). Визија представља дугорочни стратешки циљ организације, који треба да буде дат на инспиративан, мобилизаторски и амбициозан начин. Она је окренута будућности и носи са собом вредности које у организацији постоје тек у назнакама. Визија развоја туристичке дестинације најчешће укључује „глобалне идеје” и методе стратешке анализе и планирање, кроз које бројни носиоци туристичке понуде у дестинацији, на нивоу дестинацијског менаџмента, треба да формулишу јединствену стратегију развоја која ће укључити све носиоце туристичке понуде. Визија културне руте „Тврђаве на Дунаву“ у Србији у наредном периоду би представила подручје Дунава у Србији као вишевековну границу различитих цивилизација које су оставиле импресивна сведочанства свог постојања на овом простору (Римљани, Словени, Византинци, Срби, Турци, Угари) и тврђаве на Дунаву као најимпресивније манифестације историје које чине посебан производ туризма.



Слика 51. Контекстуални оквир визије

Извор: <http://virtuelnimentor.com>

Мисија је дефиниција организације и њеног основног смисла, и ретко се мења, а представља основу за исказивање циљева и задатака. Мисија треба показати сценарио за будући развој дестинације, а обухвата процену достигнутог развоја дестинације у погледу искоришћавања ресурса, конкурентности, квалитета понуде и слично. У мисији се требају огледати сви субјекти на нивоу дестинације. Циљеви развоја произилазе из визије и мисије, а њима се одређују мотиви, смернице и стратегија развоја дестинације. Веза између циљева дестинације и пословних субјеката може се успоставити путем планова туристичког развоја који обухватају адекватне облике туризма, развијање инфраструктуре, нове програме, повећање задовољства посетилаца, повећање

економских учинака, итд. Мисија културне руте „Тврђаве на Дунаву“ је да представља једну од важнијих тематских рута у Србији, која свој значај добија на основу тога што претендује да постане део већих регионалних рута туринага. Богатство културног наслеђа (историјског, етнографског, културног) на простору Подунавља, пажљиво је укомпоновано и упаковано са другим туристичким производима и атракцијама на овом подручју. Мисија руте је да у будућности културна рута базирана на тврђавама дуж Дунава представља снажну полуку идентитета туристичке понуде Србије као подручја на коме су се рађале, развијале и гасиле различите цивилизације, културе и нације и чије становништво негује сопствено културно наслеђе.

Табела 48. Циљеви креирања културне руте који произлазе из визије и мисије

<p><b>Економски циљеви:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Привлачење посетилаца;</li> <li>• Брендирање и маркетинг културног наслеђа и туристичких доживљаја;</li> <li>• Развој идентитета подручја;</li> <li>• Оживљавање туризма на Дунаву и туристичке активности у подручјима и на локалитетима кроз које рута пролази;</li> <li>• Представљање дестинација, повезивање наслеђа и туризма у циљу валоризације културног наслеђа и остваривања прихода.</li> </ul>
<p><b>Културни циљеви:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ревитализација споменика културе;</li> <li>• Повезивање културних атракција;</li> <li>• Интерпретација наслеђа на иновативан и креативан начин;</li> <li>• Унапређење инфраструктуре и приступа културном наслеђу,</li> <li>• Раст свести и уважавања значаја културног наслеђа, традиционалних начина живљења и културног стваралаштва.</li> </ul>
<p><b>Друштвени циљеви:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ангажовање локалне заједнице и раст животног стандарда становништва;</li> <li>• Поштовање и очување културног наслеђа;</li> <li>• Развијање осећаја повезаности локалних заједница са културним наслеђем.</li> </ul>
<p><b>Циљеви везани за окружење:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Просторно планирање развоја подручја, односно центара (дестинација, локалитета);</li> <li>• Мониторинг и управљање посетиоцима;</li> <li>• Заштита и конзервација културног наслеђа;</li> <li>• Подстицање одрживог развоја туризма.</li> </ul>

## СЕГМЕНТАЦИЈА ТУРИСТИЧКОГ ТРЖИШТА

Ефективна стратегија туристичког развоја мора водити рачуна о позиционирању туристичких дестинација на више од једног тржишног сегмента, у односу на више конкурентних оквира. Потребне и тражња различитих емитивних тржишта као и посебних циљних група гостију треба одговарати тренутној и будућој понуди, као и кључним вредностима у туризму Србије. Посебно је важно извршити одабир оних тржишта на којима ће бити могуће комерцијализовати овакав тип туристичког производа. Узимајући у обзир досадашња туристичка кретања ка дестинацијама у Србији, а на основу истраживања тржишта, преференција туриста и доступности дестинација, одабрана су следећа тржишта повољна за пласман туристичког производа „Тврђаве на Дунаву“: тржиште Србије, Мађарске, Немачке и Аустрије. С обзиром на спроведену анкету и резултате добијене истраживањем на домаћем туристичком тржишту, може се закључити да би пласман на домаћем тржишту дао најимпресивније ефекте у кратком року. Што се тржишта Мађарске и Румуније тиче, они се посматрају као највећи конкуренти, с обзиром да ова тржишта садрже понуду културних рута са сличном тематиком, али се ипак сматра да ће постојати сегмент заинтересован и за овакав производ на територији Србије. У оквиру сваког тржишта може се дефинисати неколико традиционалних циљних група према интересовањима и начину одабира туристичких производа: млади, породице и пријатељи, парови, пословни људи, сениори, а мотивација је приказана у Табели 49.

Табела 49. Интересовања и мотиви појединих сегмената туриста

Ресурси /сегменти туриста	Културни ресурси	Природни ресурси	Етно туризам	Догађаји	Посебни интереси
Породица и пријатељи	Х	Х	Х	Х	
Пословни људи	Х	Х		Х	Х
Млади	Х			Х	Х
Сениори	Х	Х	Х	Х	Х
Парови	Х	Х	Х	Х	Х
Авантуристи		Х		Х	Х

У Табели 49. наведени су основни мотиви и интересовања категорисани према одређеним сегментима туриста. Разматрањем наведене табеле може се закључити да се производ културне руте „Тврђаве на Дунаву“ може пласирати различитим сегментима туриста, с обзиром да укључује различите елементе понуде – архитектура, историја, култура, традиција, манифестације, авантура (планинарење, јахање, истраживање) и друго. Притом, највећи потенцијал за пласман има код сегмента сениора и младих с обзиром на текуће трендове и туристичке токове у Србији, чињеницом да су сениори заинтересовани за културне ресурсе (чине основни сегмент тржишта крстарења Дунавом), док су млади заинтересовани пре свега за догађаје попут фестивала „Егзит“ у Новом Саду и „Тврђава Театар“ у Смедереву, као и авантуристичке програме.

Дестинација која жели да се позиционира на све конкурентнијем туристичком тржишту мора бити способна да конкурише алтернативама и широком низу туристичких производа, као и бити у стању да искористи сопствене потенцијале и задовољи разнолике захтеве корисника. Туристички производ културне руте „Тврђаве на

Дунаву“ у Србији укључује одређену понуду, засновану на основним елементима понуде при чему је мерена мотивисаност и интензитет појединих врста доживљаја који се очекују код овог производа а која је представљена у Табели 50.

Табела 50. Елементи понуде туристичког производа руте „Тврђаве на Дунаву“

Доживљај	Мотивација	Интензитет доживљаја	
		Забава	Едукација
Боравак и активности у природи	О	Ј	С
Културни доживљаји	О	О	Ј
Едукација, истраживање	О	О	Ј
Учествовање у културним активностима	К	О	О
Интеракција са локалним становништвом	К	О	С
Фестивали	О	Ј	Ј

**Мотивација:** О (основна), К (комплементарна); **Доживљај:** Ј (јак), О (осредњи), С (слаб)

На основу резултата уочава се да се као основна мотивација туристичке посете културној рути наводе боравак и активности у природи (Дунав), културни догађаји, едукација и истраживање, док су интеракција са локалним становништвом и учествовање у културним активностима комплементарни мотив приликом посете. Што се тиче интензитета доживљаја, уочено је да боравак и активности у природи и фестивали пружају јак забавни доживљај, док културни доживљаји, едукација и истраживање пружају јак едукативни доживљај. Интеракција са локалним становништвом и учествовање пружа пре свега забавни доживљај осредњег интензитета, док учествовање у културним активностима на дестинацији пружа осредњи доживљај подједнако као забава и едукација. Иако је развој културне руте у зачетку и ресурси на којима се заснива понуда руте не остварују значајније туристичке посете, управљање посетиоцима је значајна ставка приликом развоја туристичког производа. Повећање у броју посетилаца може имати бројне негативне ефекте, посебно уочљиве када су у питању историјски локалитети и заштићена културна добра, а за последицу могу имати оштећење или уништење баштине и губитак аутентичности. С обзиром да у Србији културне дестинације немају одређене носеће капацитете, услед превелике посете уочљиве су негативне тенденције на појединим локалитетима (нпр. оштећења Петроварадинске тврђаве настала током трајања фестивала Егзит). Како би се оваква ситуација избегла, потребно је да дестинације (градови) развију јасну стратегију према начину на који желе да развијају туризам и треба да теже одрживом развоју туризма, при чему управљање посетиоцима има веома важну улогу.

## ЉУДСКИ РЕСУРСИ ПОТРЕБНИ ЗА РАЗВОЈ КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА

Један од највећих изазова у развоју и управљању културним атракцијама је управо потреба за усклађивањем интереса бројних актера. Анализа актера (стејкхолдера) је техника која је коришћена како би се идентификовале институције, групе и појединци који утичу на управљање културним ресурсима и атракцијама, односно на шири друштвено-економски и политички контекст који утиче на имплементацију стратешких мера и активности које су дефинисане Стратегијом развоја туризма Србије. Циљ ове анализе је да утврди контекст у ком делују релевантни стејкхолдери, као и ограничења која њихова пракса има на развој културно-туристичке понуде посматране регије, као и да идентификује заједничке интересе који могу постати основа за усклађивање општих ставова и сарадњу.

Специфични циљеви који се добијају овом анализом односе се на:

- Идентификацију свих група и појединаца који имају утицај на активирање културних ресурса за туризам, као и оних на које ће се ова иницијатива одразити;
- Утврђивање улоге сваког стејкхолдера у имплементацији стратегије развоја културног туризма и ставове везане за активацију културних ресурса у туристичке сврхе;
- Утврђивање степена интереса сваког стејкхолдера у процесу имплементације развоја културног туризма;
- Утврђивање нивоа утицаја сваког стејкоходера на процесе имплементације стратегије како би се правовремено идентификовала ограничења (Ohridska-Olson, 2009).

С обзиром да културни туризам не обухвата само културно-историјску баштину него и савремену културну продукцију, културу живота и рада, те целокупну атмосферу дестинације, тако су и актери процеса његовог развоја бројни и хетерогени, а њихови односи су у распону од отворене конфронтације преко међусобног игнорисања до непостојања икакве сарадње. Истовремено, сваки од стејкхолдера може утицати на успех или неуспех имплементације стратегије развоја туризма. Код развоја и менаџмента тематских рута, партнерство је изузетно важан, готово, неопходан фактор успеха и развоја тематске руте. Квалитет и институционализација партнерских односа се показала као један од кључних фактора успеха тематских рута базираних на културно-историјском наслеђу појединих земаља. Све успешне културне руте показују да је институционализацијом система управљања, тј. стварањем посебне организације која се брине о рути, један од кључних фактора успеха. Оваква организација олакшава и успостављање партнерских односа између свих заинтересованих страна у креирању туристичке руте. У зависности од степена сарадње, односно од успешности установљене мреже односа између јавног и приватног сектора, зависиће и успех саме тематске руте. Чињеница је да је приликом креирања комплексног туристичког производа, као што су културне руте, неопходна сарадња већег броја стејкхолдера (главних актера). Сарадња у културном туризму омогућава свим дефинисаним стејкхолдерима да учествују у доношењу одлука и на основу тога ствара подршку развоју умреженог туристичког производа (Хаџић, 2004; Хаџић, 2006).

Модел умрежавања у културном туризму се обично посматра као врста едукационог процеса која нуди корисна средства за креирање локалних мрежа са туристичким бизнисима и културним актерима (Aas, Ladkin, Fletcher, 2005). Ова тема се пре свега фокусира на изградњу локалног и регионалног партнерства и умрежавања на више нивоа као средства за стварање одрживог и профитабилног туристичког производа



базираног на коришћењу, заштити и интерпретацији културних споменика. Умрежено планирање културних и туристичких активности кроз формиране мреже представља средство добијања додатне вредности традиционалних туристичких услуга, које се ослања на сарадњу између туристичких актера на дестинацији и побољшања квалитета услуга како би се задовољили захтеви све софистициранијих туриста (Timothy, 1998; Timothy, Boyd, 2001; Vanhamaki, 2008). Дакле, процес формирања културних рута и активирање елемената у оквиру руте чине овај концепт значајно другачијим од других успешних процедура за искоришћавање културног наслеђа и његову промоцију на туристичком тржишту. Руте служе да повежу, што води ка креирању мрежа. Главни аспект мреже је формулација односа између група или индивидуа који изграђују однос на заједничкој подршци и заједничким циљевима (Kokkonen, Tuohino, 2007). Уколико се културно наслеђе промовише кроз културне руте и учини се тиме видљивијим, посебно ако је мотив креирања руте допринос економским и развојним добитима, неопходно је одређивање организација које ће имати иницијативу.

ФОРМИРАЊЕ ПРОИЗВОДА КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА  
- КЉУЧНИ СТЕЈКХОЛДЕРИ -



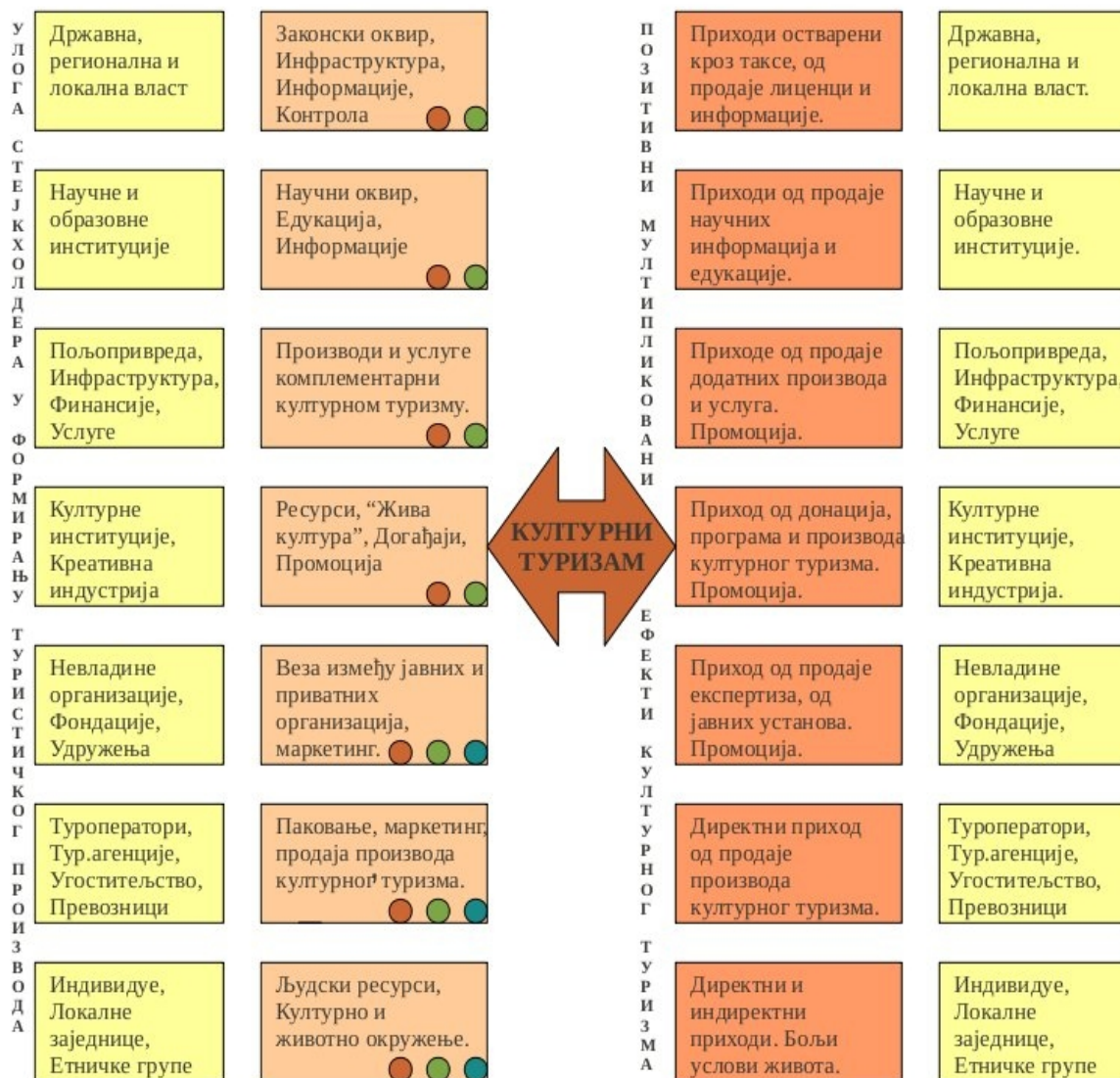
Скица 5. Приказ структуре стејкхолдера у културном туризму


Извор: Ohridska-Olson, 2009, [www.culturalrealms.com](http://www.culturalrealms.com) (превод и адаптација А. Терзић)

Главни стејкхолдери приликом формирања производа културног туризма и улога туризма на њихов даљи развој је представљена у Скици 4. Ово је поједностављена представа организационе структуре и односа између процеса формирања културног туристичког производа и услуга и њиховог ефекта на друштво. Мрежа стејкхолдера која је у овом случају надлежна за процес развоја културног туристичког производа састоји се од државних, регионалних и локалних власти који имају улогу у доношењу општих аката којима се омогућава искоришћавање ресурса у туристичке сврхе, затим, научних и образовних институција и културних институција које имају значајног утицаја у

стварању оквира и планова развоја производа, и коначно, туристичких привредника, као што су туристичке организације, хотелијери, ресторатери, водичке службе и културни актери – институције културе (музеји, галерије, позоришта и слично) и менаџера надлежних за управљање културним добрима који имају директан утицај на креирање, пласман, маркетинг и продају производа културног туризма.

КЉУЧНИ СТЕЈКХОЛДЕРИ У ФОРМИРАЊУ ПРОИЗВОДА КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА



-  Доприноси креирању производа кроз научно и маркетинг истраживање.
-  Доприноси паковању, брендингу, позиционирању и маркетингу производа.
-  Доприности продаји и дистрибуцији производа и услуга културног туризма.

Скица 6. Групе стејкхолдера кључних за формирање производа културног туризма  
Извор: Ohridska-Olson, 2009, [www.culturalrealms.com](http://www.culturalrealms.com) (превод и адаптација А. Терзић)

Ради стварања успешног и одрживог културног производа неопходна је сарадња на свим нивоима. Сарадња омогућава разумно планирање туристичког производа кроз умрежавање и партнерство између туристичког сектора и културних актера, те омогућава стварање одрживог развоја и додавање културних програма (перформанси, културни догађаји, уметност и слично), док туристички актери омогућавају стварање одговарајуће инфраструктуре и програме туристичке интерпретације и анимације. Успешно планирање и мрежа која добро функционише може да произведе лукративни производ, али она захтева заједничке циљеве од свих чланова мреже. Надаље, информације и подаци који се деле између актера морају играти важну улогу. Модел умреженог производа у културном туризму даје корисан оквир за планирање интерпретативних производа у оквиру мреже која се састоји од чланова са различитим вештинама и професијама. Тренинг у оквиру радионица даје члановима мреже шансу да дискутују о својим интересима и интегришу их у амбиције и циљеве целе мреже. Надаље, развој производа је такође и процес учења за чланове мреже. 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 проналажењу средстава имплементације који ће се примењивати. Ове одлуке се доносе на самом врху хијерархијске структуре, на често веома бирократски начин, који ће на крају стићи до индивидуалне ситуације на нивоу самог културног добра и његовог непосредног окружења (локалне заједнице и посетиоца) (Moulin, Boniface, 2009).

Примена овог модела формирања умреженог производа је делимично спроведена током креирања културне руте „Тврђаве на Дунаву“ од стране Министарства културе које је реализовало истоимени пројекат. Ипак, уочено је да због затворености програма радионица нису окупљени сви стејкхолдери, тако да су недостајали представници сектора за туризам, као и представници сектора за инфраструктуру и капиталне инвестиције, који се налазе на самом врху хијерархијске структуре мреже. С обзиром да радионице нису биле отворене за ширу јавност, немогуће је било идентификовати потенцијалне заинтересоване стране међу приватним предузетницима (који у оквиру структурне мреже омогућавају додатне производе и услуге и тиме доприносе употпуњавању туристичког производа). Успешно планирање и имплементација туристичког производа кроз мрежу захтева активну и добро организовану сарадњу између туристичког и културног сектора. У случају формирања мреже стејкхолдера на пројекту „Тврђаве на Дунаву“ спроведеном од стране Министарства културе Републике Србије, кључни стејкхолдери су показали интересовање за креирање туристичког бизниса око споменика културе, у овом случају тврђава на Дунаву у Србији, и њихово учешће било је активно, посебно када су у питању институције културе и туристичке организације. Ипак осетио се недостатак иницијативе код приватних предузетника који послују на подручју ових локалитета, иако су показали интересовање. Као главни координатор у току пројекта је дефинисано Министарство културе. Ментори мреже одговорни за организацију тренинга су Министарство културе и Министарство економије и регионалног развоја (сектор за туризам) у сарадњи са универзитетима у Новом Саду и Београду. Значајну улогу имају и институције надлежне за управљање културним добрима (Завод за заштиту споменика културе). Туристичка организација Србије и локалне туристичке организације би требало да играју улогу маркетиншког агента и продавца у оквиру мреже. Додатне елементе понуде као што су смештај и ресторатерске услуге су значајни чиниоци мреже када се планира туристички производ. Надаље, јако битни су превозници (нпр. бродови). Веома битан аспект мреже чине интерпретатори, аниматори и водичи, обзиром да је културни производ базиран на

дворцима и тврђавама чврсто везан за историјске догађаје, личности, легенде и слично, интерпретатори имају изузетно важну улогу у имплементацији производа.



Скица 7. Графички приказ кључних стејкхолдера културне руте „Тврђаве на Дунаву“

Извор: А. Терзић

Приликом формирања културне руте неопходно је стварање административног тела, које има за циљ окупљање свих елемената садржаних у овако хетерогеном туристичком производу. Како би се избегла питања и превирања око надлежности и одговорности приликом креирања културне руте, с обзиром да је дефинисан велики број стејкхолдера на више нивоа (хоризонталног – умрежавање свих дестинација на рути, тако и вертикалног нивоа - повезивање свих стејкхолдера) неопходно је формирање посебног административног тела које ће координисати и управљати развојем руте. С обзиром на дискусије стручњака и стејкхолдера на едукативним радионицама организованих од стране Министарства културе у оквиру пројекта „Тврђаве на Дунаву“, дошло се до закључка о неопходности формирања посебне организације надлежне за културну руту, која би требало бити комбинација јавне и приватне корпорације. Да би се рута креирала као разумљиви производ, организација одговорна за креирање и

одржавање културне руте мора координирати акцијама свих актера (дефинисаних као стејкхолдери) задужених за одређене сегменте производа. Ове одговорности укључују:

- генерисање идеја и концепта културне руте,
- популаризација ових идеја међу стејкхолдерима и локалним становништвом,
- спровођење пројекта (означавање трасе, изградња руте, слично),
- туристичке информације и промоција,
- организација догађаја који оживљавају културну руту,
- развој туристичке инфраструктуре дуж културне руте и њеног окружења,
- обнављање, конзервација и одржавање културне руте и њене инфраструктуре,
- континуирани развој руте (укључивање нових локалитета и секција, повезивање са другим културним рутама и слично).

### **КЛАСТЕР „ИСТАР 21“ – Удружење за унапређење сарадње и развој туризма у Подунављу**

Кластер Истар 21 је удружење основано почетком 2008. године, које се бави унапређењем сарадње и развојем туризма у Подунављу, испитивањем тржишта, креирањем туристичких производа, едукацијом запослених у туризму, промоцијом и пропагандом туризма. Кластер обухвата подручје целог тока реке Дунав у Србији и има за циљ да ово подручје представи као јединствен туристички производ, како на домаћем тако и на међународном тржишту. Дунав је у оквиру кластера подељен на пет функционалних целина, односно региона: Горње Подунавље (од Бездана до Бачке Паланке), Фрушкогорско Подунавље (од Челарева до Нове Пазове), Београд са излетиштима (од Батајнице до Гроцке са Панчевом, у кругу од 50 km), Доње Подунавље (од Смедерева до Голупца) и Ђердап (од Лепенског Вира, Доњег Милановца до Прахова). Визија овог кластера је пружање туристичких искустава и задовољстава домаћим и страним туристима, стварање пожељне туристичке дестинације од Подунавља и Северне Србије уз повећање економске користи за чланове кластера. Кластер Истар 21 обухвата све општине на Дунаву, као и предузетнике и све друге субјекте који чине туристичку привреду или је снабдевају производима и они који могу да обезбеде бољи пласман туристичке понуде на Дунаву. Чланови кластера су подељени по следећим категоријама (делатностима): смештајни капацитети, угоститељски објекти, произвођачи пића, произвођачи прехранбених производа, стари занати и традиционални производи, сувенири, управљачи културним добрима (етно куће, археолошки локалитети, музеји, галерије, итд), управљачи заштићеним природним добрима (национални паркови, резервати природе, ловишта, итд), туристичке организације, организатори манифестација, бање, спортско-рекреативни центри и удружења, невладине организације које се баве туризмом и заштитом природе, марине и остали. Циљ оснивања кластера је да окупи најзначајније туристичке субјекте дуж Дунава који су већ створили одређену тржишну позицију и који би на овај начин желели да створе конкурентску предност, да подигну ниво квалитета својих услуга, учествују у иновацијама и едукацијама, и део својих активности повере другим чланицама кластера. Наглашено је удруживање на свим нивоима ради реализације пројеката, јер само заједничким наступом се успешно може креирати јединствен, целокупан и квалитетан производ. Досадашње активности односе се на истраживање туристичког потенцијала, формирање веб-сајта и издавање брошуре кластер Истар 21 која је водич кроз 5 подунавских региона у Србији са информацијама о атракцијама, објектима и манифестацијама дуж Дунава ([www.klasteri.merr.gov.rs](http://www.klasteri.merr.gov.rs), [www.istar21.rs](http://www.istar21.rs)).

## МАРКЕТИНГ ТУРИСТИЧКЕ РУТЕ

Туристички производ као специфичан облик понуде који садржи комбинацију атракција, производа и услуга, а који се нуди на тржишту, заснива се на односу између понуде и тражње, као и обостраној размени која се дешава на линији понуђач – корисник. С обзиром да се на туристичком тржишту јавља огроман број производа сличних карактеристика, при одлучивању о куповини туристичког производа кључну улогу има маркетиншка активност. Примена маркетинга у туризму се заснива на општим карактеристикама коришћења маркетинга у услужним делатностима, али њена суштина проистиче из одређених особености туристичког тржишта (Попеску, 2008). Маркетиншко комуницирање представља комуникацију између носилаца туристичке понуде и туристичких корисника (купаца). Ово комуницирање се најчешће одвија преко туристичких посредника (агенција, организација), које на тржишту нуде интегрисани туристички производ (Вуконић, 1981; Ћурчић, 2010).

Маркетинг план за пласман оваквих туристичких производа изражава специфичне туристичке ресурсе кроз четири кључна инструмента маркетинг микса: производ, цену, канале продаје и промоцију. Најсложенији задатак је управо дефинисање производа, како би се око њега могао успоставити целовити маркетинг микс. Туристички производ није једноставно дефинисати с обзиром да се ради о комплексном и хетерогеном продукту, који је просторно и временски сегментиран. Осим материјалних компоненти у туристичком производу учествују и нематеријалне компоненте – услуге.

Туристички производ је могуће дефинисати кроз одређивање пет кључних фактора: локација (као просторни оквир функционисања који чине кључни мотивацијски фактор посете одређеној територији); услови и погодности материјалног карактера (опрема, уређаји, инфраструктура који омогућавају пружање основних угоститељских и додатних услуга), услуге (стил и начин пружања чије главно обележје чине људски ресурси), цена (која је резултат деловања прва три фактора и стања на тржишту, тј. односа понуде и тражње), и имиџ (који је представа производа у свести потрошача, односно начин на који они доживљавају систем вредности претходних фактора) (Косар, 2002).

Основе за позиционирање туристичке дестинације или атракције базиране су на сету кључних вредности, истражених и уређених од стране свих актера у ланцу вредности који дефинише производ. Имиџ дестинације мора бити у складу са производним миксом дестинације, тако да се може применити на различите тржишне сегменте. Канали продаје, односе се на место и начине продаје (односно давања услуге) које се у овом случају може вршити у оквиру саме дестинације и локалних организација/институција, а може се вршити и преко туристичких посредника ван дестинације. Продаја туристичких аранжмана се врши на два начина: директно (преко пословница, путем интернета, на сајмовима, од стране туроператора) или индиректно (путем путничких агенција).

Формирање цене је једно од веома важних питања, међутим, када су у питању дестинације културног туризма, цене не смеју бити високе, и морају бити у складу са потребама како локалног становништва, тако и туриста. Цене аранжмана туристичких производа треба базирати на принципу економске одрживости, који се примењује и одражава на рецептивни простор. На основу овог принципа у формирање, промоцију, продају и реализацију туристичких аранжмана су директно укључени поред туроператора и туристичких агенција, и туристички бродови, хотели, превозници, туристички локалитети, музеји, организатори манифестација, локални понуђачи

производа и услуга и други. На овај начин обезбеђује се одрживо дугорочно пословање које ствара бројне друштвено-економске користи, које се расподељују на све интересне групе, стварајући могућности за запошљавање и стицање прихода, али и доприноси и смањењу сиромаштва локалног становништва. Готово сви производи културе обично имају уједначену цену у свом домену, тако да снижавање цена најчешће није кључни разлог који ће охрабрити туристе да посете одређену културну атракцију. Ипак сувише висока цена представља маркетиншку препреку и њој се прибегава само када је атракција/дестинација изузетно популарна а немогуће је повећати обим његове продаје (има одређени носећи капацитет). Цене улазница код културних атракција се формирају више од зависности од куповне моћи потрошача него од реалних трошкова, тако да се одређена разлика мора покривати донацијама и субвенцијама државних институција (Ђурчић, 2007).

Након креирања туристичког производа и формирања његове цене, следе промоција и продаја туристичког производа. Задатак промоције је у стварању свести о туристичком производу, тј. стварање имиџа и што боље позиционирање производа. Информације о производу које су доступне на туристичком тржишту умногоме обликују понашање потенцијалних туриста. Реакције на стимулације туристичке понуде су различите, а резултат су процеса информисања, као и бројних интраперсоналних утицаја. Процес информисања почиње излагањем утицајима из спољашњости, које за последицу имају буђење пажње, разумевање, прихватање и памћење. Како би пласирање информација о производу постигло жељени ефекат код потенцијалних туриста, туристичке компаније унапред сегментишу тражњу, и у складу са специфичностима циљне групе формирају туристичку понуду. Да би се произвела одређена реакција код потенцијалних потрошача, поред наведеног (искуство, карактеристике личности, стил живота, економска моћ, утицај окружења) реагује се и на промену навика тражње путем примене бројних инструмената као што су: унапређење квалитета и садржаја туристичких производа и услуга, дизајн, промоција, иновација стратегије продаје, ценовне мотивације и друго.

**Туристичка пропаганда** је један од најзначајнијих инструмената промоционе политике ради преношења осмишљених порука у циљу привлачења пажње потрошача ка жељеним дестинацијама (Унковић, 2001). Промотивни микс чине: пропаганда, односи са јавношћу, унапређење продаје и учешће на сајмовима. Туристичка пропаганда користи графичка, огласна, пројекциона и просторно-пластична средства. Пропаганда је основни елемент туристичке промоције, а да би била ефикасна неопходно је: идентификовати потенцијалне сегменте туристичке тражње, пажљиво креирати пропагандну поруку, изабрати адекватна медијска средства, установити време, фреквенцију и утицај медија, одредити буџет за пропаганду и на крају извршити мерење резултата. Промоцију туристичких путовања усмерених на подручје Дунава врше бројни извори: маркетиншки извори (привредна пропаганда, промоција компаније), лични извори (лидери, пријатељи, породица), и неутрални извори (организације потрошача, невладине организације, и слично). Туристичка привреда (пре свега туроператори) врше промоцију кроз брошуре, каталоге и туристичке карте, а понуду презентују у колор техници и на неколико језика (енглески, немачки, француски) у зависности од циљних емитивних тржишта. Пропагандне поруке су значајна средства за привлачење пажње потенцијалних купаца, односно сугестивно утицање на њихову одлуку за куповину одређеног аранжмана. Да би култура могла да се искористи у туристичком смислу, неопходан је читав низ акција на њеној презентацији, интерпретацији и маркетингу. Средства за развој и промоцију културних атракција се обично спроводи кроз активности културних институција:

- Припрема квалитетних и креативних пропагандних материјала као што су водичи, брошуре, промотивни филмови и све врсте илустрованих материјала;

- Адекватна интерпретација културне баштине (кроз едукацију локалног становништва или од стране стручних лица);
- Организовање локалних или националних уметничких дешавања;
- Креирање културних рута или фестивала са различитим културним темама, помаже представљању локалних ресурса и продужавању туристичке сезоне;
- Умрежавање и сарадња између заједница, градова и региона;
- Коришћење масовних медија је неопходно ради промоције туристичке дестинације и привлачења туриста да посете културну руту (Драгићевић-Шешић, 2007).

**Комуникација** се када су у питању културне руте обично врши кроз туристичке публикације. Туристичке брошуре су неопходан део интерпретативног материјала било које тематске и културне руте. Приликом креирања тематске руте неопходно је креирати следеће типове брошура: водич кроз културну руту, флајере културне руте, мапа руте/предлог итинерера, појединачне флајере за сваку дестинацију/атракцију укључену у културну руту, пасош културне руте који је посебан вид публикације са основним информацијама о локалитетима и другим атракцијама у оквиру руте, капацитетима и услугама које се нуде на рути, као и могућност остваривања одређених погодности приликом посете дестинацијама. Дистрибуција промотивних публикација се врши преко туристичких организација и агенција, на сајмовима и изложбама у земљи и



и иностранству. Комуникација кроз интернет је данас један од основних видова комуникације. Једна од основних предности интернета је његова глобална доступност. Ово је и основни разлог зашто културна рута „Тврђаве на Дунаву“ треба да буде праћена и одговарајућим веб-сајтом. Приликом креирања сајта треба користити следећа начела - Google линкови, CMS, систем регистрације корисника, механизам претраге садржаја, могућност емитовања аудио и видео садржаја, слање обавештења, систем анкетирања и слично. Рута треба да се промовише и популаризује кроз тематски дизајнирани веб-сајт који треба да обезбеди: мултимедијални водич кроз културну руту, виртуалну туру кроз кључне атракције, информације о услугама, календар манифестација, систем резервација, контакт са организацијом културне руте.

Слика 52. Веб-сајт ТОС-а

Извор: [www.srbija.travel](http://www.srbija.travel)

**Интерни маркетинг** - У домену туристичке руте подразумева се да се одређеним маркетинг активностима утиче на различиту публику која је у индиректној или директној вези са развојем ове културне руте. Постоје три циљне публике: запослени у култури и туризму на коридору којим културна рута пролази, приватни туристички бизнис који треба стимулисати за придруживање тематици и развоју руте, затим, јавни сектор ради добијања одрживе подршке за будуће пројекте и реализацију програма развоја културне



руте, и резиденти, како би се стимулисала заједничка иницијатива, сарадња и брига о наслеђу. Стратешки маркетинг план туризма чини основу за доношење одлука у оквиру целокупног маркетинг система. Циљеви стратешког маркетинг плана за развој културне руте „Тврђаве на Дунаву” треба да буду дефинисани у односу на основе развоја туризма Републике Србије, и тиме би требало да представљају додатну подршку реализовању кључних ставки развоја туризма Србије. То подразумева дефинисање кључних маркетинг циљева и активности.

Кључни циљеви маркетинг активности су одређени на следећи начин:

- Позиционирати културну руту „Тврђаве на Дунаву” као туристичку дестинацију на иностраном и домаћем туристичком тржишту;
- Повећати број иностраних и домаћих посетилаца уз одговарајуће повећавање обима продаје у свим аспектима туристичког бизниса;
- Успоставити и операционализовати систем управљања развојем туризма, а посебно маркетинг активности на нивоу културне руте у складу са одговарајућим променама на нивоу Србије као туристичке дестинације.

Један од основних циљева маркетинг система је оптимизација туристичких производа дефинисаних Стратегијом развоја туризма Србије, али и развој нових туристичких производа у циљу повећања конкурентности регије, разноликости, квалитета и врсте понуде на основу којих се може очекивати раст прихода од туристичке индустрије. Маркетинг план тематске/културне руте као туристичког производа треба да обухвати: позиционирање, брендирање, маркетинг и продају туристичког производа културне руте. Једно од значајних питања је потреба да се утврде одговорности појединих маркетиншких активности у односу на туристичко тржиште, као и одговорности кључних субјеката за те активности.

Тренутно стање у туризму Србије указује на доминантну позицију Туристичке организације Србије и невладиних организација када је у питању промоција на иностраном тржишту, док на нивоу туристичког тржишта Србије доминантну улогу имају локалне туристичке организације, док остале организације имају улогу повременог носиоца маркетиншких активности. Уочљива је изразито слаба активност свих наведених актера на промоцији Србије као туристичке дестинације, што резултира и slabим ефектима промоције. Од врста промоције најчешће се користе интернет промоција, промоција кроз туристичке брошуре и сајамска промоција, док се промоција коришћењем средстава јавних медија ређе користи.

Тренутна ситуација указује на потребу сарадње туристичких организација на локалном, регионалном и националном нивоу, те преузимање одговорности главног носиоца маркетиншких активности ТОС-а на наведеним тржиштима, а што наравно зависи и од буџета организације. У развоју маркетинг модела за развој културне руте „Тврђаве на Дунаву“, потребно је нагласити да питање туристичког искуства варира и било би мудро указати на то приликом креирања маркетинга ових локалитета. У складу са очекивањима туриста, маркетингом се може успешно управљати, пошто посетиоци морају бити свесни да ови локалитети нису упоредиви у погледу својих ресурса и нивоу презентације и интерпретације. Другим речима, презентација на овим локалитетима мора бити адекватно постављена како они који их посећују не би очекивали да добију исти ниво услуга или квалитет информација на сваком од локалитета.

Табела 51. Предлог маркетиншких тактика за културну руту „Тврђаве на Дунаву”

<p><b>Основна мотивација</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• културни доживљај,</li> <li>• тулинг,</li> <li>• крузинг.</li> </ul> <p><b>Структура производа</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• тврђаве на Дунаву</li> <li>• музеји, галерије, археолошки локалитети, подземне галерије.</li> <li>• фестивали и догађаји</li> <li>• пловидба Дунавом</li> </ul>	<p><b>Тактике производа</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Културна рута треба да се нађе у понудама националних и регионалних туроператора.</li> <li>• Понуда културних атракција у Србији треба бити формирана у виду тематских рута, и конципирана тако да се понуда атракција попише, стандардизује и класификује. Треба навести и атракције које представљају додатну вредност туристичког производа - догађаји, гастрономија, итд.</li> <li>• Могућност да се руте валоризују као туристички производи кроз посебне пакете за одређене групе туриста.</li> <li>• Направити пакет аранжмане у трајању од 3 до 7 дана, који у понуди обилазака градских центара и тврђава, пружају посетиоцима прилику да посматрају и учествују у манифестацијама, спортским и рекреативним активностима и програмима анимације.</li> </ul>
<b>Предлог стратегије развоја туристичког производа</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Заједничка кампања и сарадња свих стејкхолдера (локалних власти, културних институција, туристичких организација, угоститељских објеката и локалног становништва) у циљу развоја културне руте као умреженог туристичког производа;</li> <li>• Сарадња свих стејкхолдера на дестинацијама обухваћеним културном рутом ка креирању посебног туристичког брэнда који може да буде део неког другог туристичког производа;</li> <li>• Креирање посебних тематских програма јединствених за подручје Дунава, где ће постојати опција да туристи купе одређени пакет или појединачни производ дестинације;</li> <li>• Интернет промоција и електронска продаја аранжмана;</li> <li>• Креирање брошуре, итинерера и пасоша културне руте где се наглашавају детаљи важни потенцијалним корисницима овог туристичког производа.</li> </ul>	
<b>Предлог елемената пласмана туристичке руте „Тврђаве на Дунаву,,</b>	
<b>Опис пакета производа</b>	<p>Пакет садржи мапу Дунава са тачкама на којима се налазе тврђаве уз предлоге културних атракција у околини са циљем повећавања квалитета производа. У ову врсту пакета могу бити укључене посете музејима, галеријама, археолошким локалитетима, сакралним и световним грађевинама, фестивалима и слично уколико се уклапају у тематику руте.</p>
<b>Начин промоције</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сарадња са новинарима, сарадња са туроператорима, хотелима и угоститељским објектима,</li> <li>• <i>DMO portal</i></li> </ul>
<b>Период у години</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Током целе године, са доминацијом летње сезоне.</li> </ul>
<b>Тржиште пласмана</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Земље региона – Србија, Хрватска, Словенија, Мађарска, Турска и Дијаспора</li> </ul>
<b>Циљне групе</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Породица, парови, индивидуалци, сениори, млади (екскурзије).</li> </ul>
<p><b>Напомена:</b> Постоји простор за прекограничну сарадњу у домену креирања европске културне руте „Тврђаве на Дунаву“ која би се у будућности могла проширити на све Подунавске земље.</p>	

## ПОЗИЦИОНИРАЊЕ И БРЕНДИРАЊЕ КУЛТУРНЕ РУТЕ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“

Позиција туристичке дестинације на тржишту подразумева начин опажања дестинације од стране потенцијалних и актуелних туриста у вези са искуствима и користима које за њих обезбеђује конкретна дестинација у односу на конкурентске дестинације. Опажање које утиче на позицију дестинације, може бити засновано на појединим карактеристикама имица дестинације или на укупном имицу земље као дестинације. Потрошачево виђење дестинације је под утицајем имица, који произилази из идентитета дестинације и маркетинг стратегије локалних стејкхолдера. Позиционирање дестинације је под утицајем спољних стимуланса (медији, утицајни људи, усмена пропаганда), а туристички актери треба да наводе туристе ка јединственом имицу и тиме утичу на њихову мотивацију и ставове према дестинацији.

Садашњи и потенцијални туристи могу да утичу на развој производа кроз потрагу за информацијама, процену различитих производа и искустава, изражавање сопственог мишљења и оцену након конзумирања производа и услуга. У центру овога налазе се доживљај дестинације са њеним ресурсима, локалним актерима (локална заједница, јавне и приватне институције) и другим учесницима ван дестинације (инвеститори, организатори путовања), који својим стратегијама и политикама подржавају развој производног микса туристичке дестинације. У суштини, назив (име, тема дестинације) функционише као бренд, тј. основа за позиционирање, иако се њиме не мора управљати на основу концептуалних основа за брендирање туристичке дестинације. Брендирање је првенствено уклопљено са економском тежњом за што позитивнијим позиционирањем у оквиру веома конкурентног тржишта туристичких дестинација. Чињеница је да све развијене туристичке дестинације имају развијену стратегију бренда (Pike, 2008). Брендирање културне руте је, дакле, метод креирања специфичног идентитета производа, где се уз помоћ имена, дизајна, знака, симбола или њихове комбинације, а на бази диференцирања у односу на конкурентске производе настоји дати одређено обећање у погледу квалитета услуга и богатства туристичких доживљаја. Рута треба да има кратко, једноставно име које прати тематику културне руте, али садржи и јединствен систем визуелне идентификације (лого руте, ознака руте, сигнализација). Развој идентитета бренда подразумева да је:

- Бренд утемељен на примарним (опипљивим) атрибутима културне руте, а на основу тих атрибута туристи имају неке рационалне и неке емоционалне користи;
- Бренд има свој лик који преноси диференцирајуће карактеристике културне руте;
- Бренд има своју вредност која има одређено значење за посетиоце, и
- Бренд има суштину, која је базна карактеристика руте као туристичког производа.
- Финални део брендирања руте је креативна израда логоа, слогана и симбола.

Ово је изузетно важан елемент, који ако је адекватно развијен даје одређену гаранцију у погледу карактера и квалитета доживљаја туристичког производа. Уз то омогућава да се на саму атракцију под истим брендом надовежу и други производи и услуге који се другачије не би могли успешно позиционирати на тржишту. Брендирање културне руте подразумева коришћење главне теме.

Табела 52. Основни елементи за креирање бренда културне руте „Тврђаве на Дунаву“

Основни елементи бренда		
<p><b>Примарни атрибути</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Дунав као европска река;</li> <li>• Богато културно-историјско наслеђе;</li> <li>• Природни пејзажи и атракције;</li> <li>• Велики број метропола на Дунаву (у Србији - Београд, Нови Сад)</li> <li>• Мултиетничност средине;</li> <li>• Фестивали и догађаји;</li> <li>• Додатне културне атракције.</li> </ul>	<p><b>Рационалне и емоционалне користи</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Културно наслеђе,</li> <li>• Природа,</li> <li>• Људи,</li> <li>• Гостопримство,</li> <li>• Традиција,</li> <li>• Догађаји,</li> <li>• Едукација.</li> </ul>	<p><b>Вредност бренда</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Култура,</li> <li>• Откриће,</li> <li>• Едукација,</li> <li>• Повезивање,</li> <li>• Аутентичност,</li> <li>• Забава.</li> </ul>
<p><b>Суштина бренда:</b> Доживљај кроз који се врши упознавање и едукација о култури и историји дестинација и локалитета обухваћених рутом, са посебним акцентом на архитектонском наслеђу, односно тврђавама на Дунаву.</p>		

Конкретна позиција дестинације на тржишту служи као основа за диференцирање у односу на конкурентске дестинације. Осим тога бренд дестинације треба да служи и као обележје које ће свим актерима на дестинацији омогућити идентификацију, препознатљивост, континуитет и заједништво. Позиционирање и брендирање туристичких дестинација, служи и за успостављање везе између имица дестинације и самооцењивање имица од стране туриста.

## ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

Културни туризам у савременом свету, у глобалним размерама, доживљава експанзију и све више се диференцира. Откако су се појавили као предлог повезаног, осмишљеног и контекстуализираног обиласка неког града или подручја, руте, итинерери, путеви и стазе културне баштине добијају све више на популарности и значају. Један од разлога је чињеница да путеви културе нуде одређени контекст чији се делови могу комбиновати. Посетиоци могу изабрати само део културне руте, могу путовати самостално или у групи и конзумирати туристичку понуду руте на одређени начин и темпом који им одговара. Презентација културне баштине кроз итинерере је сасвим у складу са преференцијама стратегије развоја културног туризма, а „туристичке руте“ су представљене и као приоритети националне стратегије развоја туризма, што се огледа у низу предложених и реализованих пројеката сличног типа.

На основу бројних примера, тврђаве које су грађене у одбрамбене сврхе, данас имају интензивну улогу културних центара региона и у великој мери су туристички посећене, посебно у туристичкој сезони двораца која обично траје од марта до новембра. Делови тврђава се обично користе као хотели, хостели, ресторани, музеји, галерије и различите трговине. Културна историја има ефекта на локацију као фактор стварања идентитета и кристализовања регионалне историје која је подвучена и коришћена у сврхе квалитетне музејско-археолошке презентације историје саме тврђаве и додатне музејске изложбе у сарадњи са разним институцијама који се баве конзервацијом и археологијом. Додатно, делови тврђава могу представљати јединствене позорнице за одржавање бројних културних догађаја. Стратегије за валоризацију културних рута и тврђава као кључних атракција, захтевају признање њихове специфичне вредности, као и напор да се њихова вредност одржи, оживи и доживи, што се постиже кроз специфичне мере које имају за циљ стварање добити и имиџа. Информативни систем, водичка служба и сигнализација за посетиоце, су неопходни и захтевају посебан дизајн, што доприноси аутентичности и креирању идентитета локације и истовремено указују на карактер споменика. На овај начин ствара се посебан „дух места“ који ако је успешно створен, кроз усклађивање туристичке и економске користи, без смањења аутентичности споменика, доприноси туристичком доживљају.

Уочавањем ових проблема, те интересовањем савремених туриста за културне садржаје, архитектуру и историју Србије, добијених на основу спроведених анкета, увиђа се значај и потенцијал који поседују тврђаве на Дунаву у Србији. Тврђаве на Дунаву у Србији, с обзиром на њихов број, импозантност, историјски значај и позицију на Дунаву представљају изузетан потенцијал за развој културног туризма. С обзиром на њихов културно-историјски значај и културне програме (манifestације) који се на њима повремено организују, свих седам тврђава на Дунаву у Србији могу се укључити у понуду културног туризма Србије и наутичког туризма на Дунаву. Један од покушаја туристичке активације ових тврђава представља и пројекат формирања културне руте „Тврђаве на Дунаву“, које спроводи Министарство културе Србије, под покровитељством УНЕСКО-а. Међутим, на основу спроведених истраживања, може се закључити да већина тврђава на Дунаву у Србији има слабо изграђену инфраструктуру, те да су потребна велика улагања за туристичку афирмацију свих тврђава које се налазе на овом простору, а посебно оних које су укључене у формирање културне руте, као њене кључне атракције. Основне информације и интерпретација, као и анимациони програми на културној рути и самим тврђавама такође недостају, што представља још већи проблем пошто указује на неодговорност нације према свом наслеђу, с обзиром да овај сегмент не захтева велике инвестиције. Главни разлог

непостојања туристичког развоја када су у питању културни локалитети у Србији је пре свега слаба локална иницијатива, некреативност и недостатак финансијских средстава.

Први корак у развоју туристичке понуде у Србији која ће бити базирана на културним добрима је постављање ознака и базе интерпретације на локалитетима, а затим и веће реконструкције и изградња инфраструктуре. У развоју успешне туристичке дестинације или атракције најважније је креативно размишљање, идеје и интерпретација. Кроз коришћење интерпретације, тематских културних и анимационих програма може се оживети „дух“ ових величанствених творевина. С обзиром да свако историјско место има потенцијал за туристички развој, али с обзиром да су овакви локалитети осетљиви, туризам се треба увести опрезно и са циљем одрживости. Најважнији део туристичког развоја на Дунавским и свим осталим тврђавама је адекватна конзервација, менаџмент и интерпретација. Укључивањем ових средстава у развој културне руте „Тврђаве на Дунаву“ у Србији, она би свакако постала атрактивнија, посета локалитетима у њеном оквиру би порасла, а повећао би се и степен едукације како резидената тако и туриста о потреби заштите ових културних споменика.

Како би туристичке/културне руте заиста заживеле у Србији потребно је:

- Идентификовати управно тело, институцију или агенцију која ће бити задужена да управља локалитетима и претворити туристичка места у дестинације са макар минималним могућностима пружања основних туристичких услуга (паркиралишта, тоалети, информативне и интерпретативне ознаке, и слично). Та агенција треба наћи и спонзоре за опремање руте, наћи сараднике и савезнике у туристичким организацијама (који би требали финансирати неке програме везане за руте), Министарству туризма и другим организацијама од интереса, као и радити на сталном обогаћивању понуде у оквиру руте. С друге стране, мора умети сарађивати и радити на продубљењу квалитета програма са стручњацима из области културе. Такође мора радити на маркетингу и активној промоцији итинерера, као и пратити начин на који се итинерер користи (укључујући и анкетирање свих примарних интересних група). Иако је потребно доста труда да се изврше иницијална истраживања и инвестиције да би се креирале културне руте, још више труда је потребно за одржавање и флексибилно прилагођавање новим развојним могућностима када су у питању ови комплексни туристички производи.

- Формирање културне руте „Тврђаве на Дунаву“ има карактеристике „top-down“ приступа (одозго према доле) што значи да је пројекат осмишљен без директног контакта са локалним заједницама у којима ће се одвијати. То може довести у питање његову одрживост, па је неопходно формирање тела које ће се бавити имплементацијом ове руте, које мора поштовати нужне кораке у том процесу. Треба проценити интерес локалних заједница за његов развој и у договору са њима разрадити детаљну доградњу и детаље формирања руте. Локална заједница у ужем смислу није једина интересна група у овом случају, тако да треба подстакнути сарадњу различитих интересних група, како би се обогатила понуда и постигли одређени циљеви. Умеће преговарања део је опште методологије која се примењује у овим случајевима, с тим да је потребно искуство, пошто се у неким случајевима ради о местима са израженом депопулацијом, местима уз границу или сличним сложенијим околностима. Посебно треба стимулисати настанак и развој пружања услуга смештаја и исхране, тако да поједине регије осете што већу корист од туристичких посета.

- Ускладити критеријуме и поступке са постојећим иницијативама на тематским рутама. На пример, постоји неколико иницијатива за израду туристичке сигнализације и интерпретативних табли на подручју које се великим делом поклапа са оним наведеним у тематским итинерерима. Туристичке руте треба означити у простору, као што и објекте наведене у итинерерима треба опремити информативним таблама. Све то осим препознатљивог лога, треба одражавати исти приступ и начин презентације. Свака

информативна табла треба бити разумљива сама за себе, али и повезана са осталим локалитетима у оквиру руте. Комуникативност тих информативних табла треба бити добра, посебно када је реч о археолошким локалитетима где више нема много надземних остатака архитектуре. За поједине локалитете би требало направити музеје или визиторске центре где би се понудиле информације, интерпретације и доживљаји везани за локалитете и теме. Они не би интерпретирали само културну баштину места у коме се налазе, већ и целокупну руту, односно феномен који је главна тема културне руте. Такви визиторски центри не морају бити захтевни и скупи попут музеја, а могу знатно унапредити ниво интерпретације и општих тема које покривају ове руте.

- У циљу сензибилизирања што већег броја људи, треба организовати одговарајуће курсеве и посете културним рутама за различите интересне и циљне групе: за локално становништво, школску децу, туристичке привреднике из Србије и Европе, припаднике медија, стручњаке у култури (посебно када су у питању ужи тематски итинерери). Као последица сензибилизације можда ће бити више оних који ће увидети лоше стање неког споменика, локалитета или дела града, па ће се повећати притисак или иницијатива за боље одржавање и конзервацију тих места.

- Посетиоци било којег места наведеног у итинерерима (рутама) свакако не би требало да верују да се ради о издвојеном, јединственом споменику или културном добру, већ о делу ширег историјског простора, односно културног контекста. Анимирати локалне заједнице да заинтересују туристе који стижу захваљујући културним итинерерима и за друге културне атракције и теме које њихово подручје нуди, можда чак и у облику локалних микро-рута, пре свега пешачких. На бази свих тих могућности потребно је штампати прикладне брошуре, а припадници локалних заједница требало би бити у стању и самостално интерпретирати сопствену баштину. Са њима треба искомуницирати и осмислити који то елементи нематеријалне културне баштине (обичаји, легенде, музика, вештине и друго) могу бити презентовани посетиоцима. Искористити локалне митове, легенде, предања и њихов садржај на различите начине укључити у туристичку понуду.

- Организовати курсеве, радионице и оживљавати неке замрле традиције и обичаје уколико локална заједница у томе препознаје свој сопствени културни интерес. На овакве иницијативе се могу надовезивати и теме из природне баштине, као и друге врсте развоја одрживог туризма, чиме ће се подстакнути жељена дисперзија посетиоца кроз регију.

- Укључити културне институције, просвету, удружења грађана и различите иницијативе и активности које ће квалитативно обогаћивати културни живот становништва на подручју простирања културне руте, а упоредо тиме и обогаћивати укупну туристичку понуду. Организовање средњовековних турнира, балова и призора из домена „живе историје” може бити занимљив садржај за децу, младе, али и локално становништво које у тим програмима може препознати додатне делове споствене културне историје.

Овакви резултати се постижу сарадњом на више нивоа. Концепт је базиран на представљању хијерархијског система циљева, на чијем врху стоји конзервација као кључни циљ који је у сагласности са модерним економским и еколошким циљевима одрживог развоја. Економска предност инвестиција у валоризацију заштићених области и категорисаних споменика културе налази се у планском укључивању ових простора у националну туристичку промоцију, са специфичним маркетиншким структурама. Валоризација, туристички развој и економска корист фортификација базирана на принципима конзервације је ставка врло комплексног система менаџмента. Са јавним сектором и организацијама попут УНЕСКО-а и Савета Европе које играју водећу улогу у

креирању културних рута и дестинација, ствара се нова форма културног туризма. Подршка међународних организација које дају подршку креирању друштвених мрежа и основних предуслова потребних за креирање културне руте, туристичке организације и надлежна министарства треба да предузму посебне акције за пружање подршке локалним иницијативама које имају за циљ очување културног наслеђа.

Пројектом је предвиђено постављање информативних табли, организовање манифестација, а у први план је стављена промоција тврђава на Дунаву. Културне руте и мреже имају карактеристику хоризонталности, тако да је њихово оснивање обично процес формулисан од стране виших институција, односно средства културног очувања и социјалног и економског развоја, као и регенерације локалитета, места и заједница. Укључивањем значајнијих финансијских средстава у развој културне руте „Тврђаве на Дунаву” у Србији, културна рута и саме тврђаве које се на њој налазе би свакако постале атрактивније, туристичка посета би порасла, као и степен едукације како резидената тако и туриста на подручју простирања руте. Након имплементације овог пројекта, очекује се побољшање укупне туристичке понуде Србије, а посебно понуде Дунавског региона и комплементарних могућности за наутичаре и туристе на крстарењима Дунавом.



**ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ ПОДАТАКА**

1. Aas, C., A. Ladkin & J. Fletcher (2005): Stakeholder Collaboration and Heritage Management. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 28-48.
2. Beau, J.F. (1998): Dossier les routes touristiques. *Decision Tourism*, No. 29, April 1998.
3. Beck, L., & Cable, T. (2002): Interpretation for the 21st Century. Fifteen Guiding Principles for Interpreting Nature and Culture. Champaign: Sagamore Publishing.
4. Briedenhann, J. and Wickers, E. (2003): Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas – Vibrant hope or impossible dream. *Tourism management*, July issue.
5. Bruce, D. (2006): Contested identities: The dissonant heritage of European town walls and walled towns. *International journal of heritage studies*, Vol 12. pp 234-254.
6. Брујић, Д. (2005): Водич кроз свет антике. Београд.
7. Vanhamaki, I. (2008): A model for networked product development in heritage tourism: developing partnerships between small and medium-sized enterprises. *ISTEE 2008*. Centre for tourism studies, Joensuu, Finland.
8. Garrod, B., & Fyall, A. (2000): Managing Heritage Tourism. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 682-708.
9. Garrod, B., & Fyall, A. (2001): Heritage Tourism: A Question of Definition. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 1049-1052.
10. Goeldner, C., & Ritchie, J.B. (2005): Cultural and international tourism for life's enrichment. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (10th ed.) (pp 263-296), New York: John Wiley & Sons.
11. de Rojas, C. & C. Camarero (2007): Visitor's Experience, Mood and Satisfaction in a Heritage Context: Evidence from an Interpretation Center. *Tourism Management*, 29, 525-537.
12. Дероко, А. (1950): Средњовековни градови у Србији, Црној гори и Македонији. Београд.
13. Драгин, А.С. (2008): *Међународна крстарења Коридором 7 и научички туризам Србије*. Докторска дисертација. Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.
14. Драгин, А.С., Ђурђевић, Б. С., Арменски, Т. (2008): Да ли су међународна туристичка крстарења Пан-европским Коридором 7 заиста путовања туриста треће доби? *Гласник српског географског друштва*, књига LXXXVIII/4, стр. 29-38
15. Dragin, V., Ivkov, A., Maletin, A. (2004): Kruzning putovanja Dunavom kao vid savremenih tendencija globalnih turističkih kretanja. *Turizam* 8/2004, *Časopis departmana za geografiju, turizam i hotelijerstvo*, Prirodno-matematički fakultet, Novi Sad, str. 19-21.
16. Dragin, A., Ivkov, A., Dragin, V. (2006): Nautical Tourism as Development Potential of the Danube Countries in South Eastern Europe. *Danubius Pannonico Mysicus*, Space of Challenges, page 28. Novi Sad: University of Novi Sad, Faculty of Natural Science and Mathematics, Department of Geography, Tourism and Hotel Management
17. Драгићевић, Љ. (1997): Савремени материјали у заштити споменика културе. Републички завод за заштиту споменика културе, Београд.
18. Драгичевић-Шешић, М., Стојковић, Б. (2007): Култура – менаџмент, анимација, маркетинг. Клио, 399 стр., Београд.
19. Дунавска туристичка комисија (2005) *The Danube – A River's Lure*. [www.danube-river.org](http://www.danube-river.org)
20. Ђидић, П. (2008): Тврђаве и остаци утврђених градова. Београд.

21. 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](http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/studies_heritage.htm))
22. European Travel Commission, Tourism Trends for Europe, September 2006.
23. Здравковић, И. (1982): Конзерваторски принципи и методи. Београд.
24. ICOMOS Ename Charter for the Interpretation of Cultural Heritage Sites. <http://hgk.biznet.hr/hgk/fileovi/5675.doc>
25. ICOMOS - International Cultural Tourism Charter. (<http://hgk.biznet.hr/hgk/fileovi/5674.pdf>)
26. Извршно веће АПВ (2006): *Програм привредног развоја АП Војводине – Новелирана Ex Post анализа привреде АП Војводине* (програм је рађен у сарадњи са Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH и Савезним министарством за економску сарадњу и развој СРН). Нови Сад: Извршно веће АП Војводине.
27. Илић, М. (1997): SWOT анализа и еко-маркетинг. Маркетинг, Прва искра, Београд, вол. 28, бр. 1, стр. 41-46.
28. Itrich, A. (2008): Castle tourism in Macklenburg Western Pomerania in competition with other Baltic tourism destinations. 4<sup>th</sup> International Student Conference, Rostock, Germany.
29. Ивков, А., Стаменковић, И. (2006): Значај тематских вечери за квалитет туристичке понуде у туристичкој дестинацији. Часопис Туризам, Број 10, стр. 163-166.
30. Ивков-Џигурски (2009): Анимација у туризму. Скрипта. Департман за географију, туризам и хотелијерство, Природно-математички факултет, Нови Сад.
31. Јаковљевић, Р. (2010): Историја Кладова. Кладово.
32. Јокић, С. (2005): Петроварадинска тврђава – корак по корак. ТСБ Бечкерек, Нови Сад.
33. Јовичић, Д. (1998) Туризам и животна средина у контексту одрживог развоја. Докторска дисертација. Природно-математички факултет, Институт за Географију, Нови Сад.
34. Јовић, Д., Бранков, Ј. (2009) Туристичке атракције – кључни елементи туристичке ресурсне основе. Гласник српског географског друштва, Св.LXXXIX- Бр. 1, стр. 3 – 13.
35. Кандић, М. (2004): Смедеревска седмица – Народна веровања у Смедеревском крају. Смедерево.
36. Kokkonen, P., & Tuohino, A. (2007): The Challenge of Networking. Analysis of Innovation Potential in Small and Medium Sized Tourism Enterprises. Entrepreneurship and Innovation, 8(1), 44-52.
37. Ковјанић, Г. (2003): Могућности туристичке валоризације и заштите Бачке тврђаве. Часопис Туризам, Департман за географију туризам и хотелијерство, Природно-математички факултет, Нови Сад, бр 7, стр. 31-33.
38. Косар, Љ. (2002): Хотелијерство – теорија и пракса. Виша хотелијерска школа, Београд.
39. Кулишић, Ш., Петровић, П.Ж., Пантелић, Н. (1970): Српски митолошки речник, Нолит, Београд.
40. Кушен, Е. (2002): Туристичка атракцијска основа. Загреб: Институт за туризам.
41. Лопандић, Д. (2007): Пурпур империје – римски цареви са простора Србије и Балкана, Београд.
42. Mangion, T., Tamen, I. (1998): European Cultural routes. Council Of Europe, Strasbourg.
43. Мастер план културно-историјске руте „Пут римских царева,, (2007): Министарство економије и регионалног развоја, Београд.
44. Мастер план Доње Подунавље (2007): Министарство економије и регионалног развоја, Београд.

45. 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. Tourism. London: ODI. ([www.pppilot.org.za](http://www.pppilot.org.za))
46. Министарство трговине, туризма и услуга Републике Србије, Horwath Consulting Загреб и Економски факултет Београд (2005): Стратегија туризма Републике Србије – Први фазни извештај. Београд: Министарство трговине, туризма и услуга Републике Србије.
47. Министарство трговине, туризма и услуга Републике Србије (2006а) Стратегија туризма Републике Србије – Други извештај: Маркетинг план. Београд: Министарство трговине, туризма и услуга Републике Србије.
48. Министарство трговине, туризма и услуга Републике Србије (2006 б) Стратегија туризма Републике Србије – Други извештај: План конкурентности. Београд: Министарство трговине, туризма и услуга Републике Србије.
49. Moulin, C., 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.
50. McKercher, B. & H. du Cros (2002): *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*. New York: The Haworth Hospitality Press.
51. Ненадовић, С. М. (1980): Заштита градитељског наслеђа, Београд.
52. Нешковић, Ј. (1975): Смедеревски град, Смедерево.
53. Нешковић, Ј. (1986): Ревитализација споменика културе, Београд.
54. Цуњак, М. (1998): Смедеревска тврђава, Смедерево.
55. Попеску, Ј. (2008): Менаџмент туристичке дестинације. Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд.
56. Поповић, М. (1982): Београдска тврђава, Археолошки институт, Београд.
57. Поповић, М. (1991): Београдска тврђава, Завод за заштиту споменика културе града Београда и Републички завод за заштиту споменика културе, Београд.
58. Pike, S. (2008): *Destination Marketing*. Butterworth-Heinemann Elsevier, Burlington, USA
59. Page, S., Hall, C. M. (2002): *Managing Urban Tourism*. Prentice Hall. Pearson Education Print, New York, 416.
60. Prentice, R. (1994): Heritage: A key sector of the „new,„ tourism. IN C.P.Cooper,& A. Lokwood (Eds), *Progress in tourism, recreation and hospitality management*, Vol.5 (pp.309 -324).Chichester: Wiley.
61. Puczko, L. (2006): Interpretation in cultural tourism. In Smith, M. & Robinson, M. (ed.) *Cultural Tourism in a Changing World: Politics, Participation and (re)presentation (Tourism and Cultural Change)*, pp. 227 – 244.
62. Pye, E. (2001): *Caring for the Past: Issues in Conservation for Archaeology and Museums*. London: James and James.
63. Радновић, Б., Илић, М. (2010): PEST i SWOT анализа предузећа „Синтелон,, А.Д. Бачка Паланка у функцији формирања маркетинг стратегије. *Анали Економског факултета у Суботици*. Бр 24, стр. 255-262.
64. Richards, G. (1996): *Cultural Tourism in Europe*. CABI, Wallingford. Available to download from [www.tram-research.com/atlas](http://www.tram-research.com/atlas)
65. Richards, G. (2000): World culture and heritage and tourism. *Tourism Recreation Research*, 25 (1), 9-18.
66. Richards, G. (2007, ed.): *Cultural Tourism: Global and local perspectives*. New York: Haworth Press.

67. Richards G. (2007): ATLAS Cultural Tourism Survey – Summary Report 2007. Internet://www.tram-research.com/cultural%20tourism%20in%20europe.pdf
68. Richards, G., Wilson, J. (2006): Developing Creativity in Tourist Experiences: A Solution to the Serial Reproduction of Culture? *Tourism Management*, 27, 1209-1223.
69. Richards, G., Wilson, J. (2006): The Creative Turn in Regeneration: Creative Spaces, Spectacles and Tourism in Cities. In Smith, M. (ed.) *Tourism, Culture and Regeneration*, pp. 12-24.
70. Regional Programme for cultural and natural heritage in South-Eastern Europe – Serbia, 2008. ([http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/cooperation/see/countries/Serbia\\_en.asp](http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/cooperation/see/countries/Serbia_en.asp))
71. Rudaković, O. (2004): Turistička valorizacija prostora Srbije u funkciji izdvajanja kulturnih pejzaža kao nove kategorije svetske baštine. Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Prirodno-matematički fakultet, Univerzitet u Novom Sadu.
72. Rudaković, O. (2002): Rute kao deo kulturnog nasleđa i njihova uloga u kulturnom turizmu. *Turizam* 6/2002, Časopis departmana za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Prirodno-matematički fakultet, Novi Sad, str. 74-75.
73. Russo, A., van den Borg, J. (2002): Planning considerations for cultural tourism: a case study of four European cities. *Tourism management*, Vol 23, pp. 631-637.
74. Russo, A. P. (2002): The ‘Vicious Circle’ of tourism development in heritage cities. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 165–182.
75. Rutten, P. (2006): Culture & Urban Regeneration. Cultural activities & creative industries, a driving force for urban regeneration. Finding & conclusions on the economic perspective. Urban Culture Network, [http://urbact.eu/fileadmin/subsites/Cultural\\_Activities\\_Cr/pdf/PRutten-E.pdf](http://urbact.eu/fileadmin/subsites/Cultural_Activities_Cr/pdf/PRutten-E.pdf)
76. Savić, M. (2007): Turistička valorizacija srednjevekovnih utvrđenja na Dunavu u Srbiji. *Turizam* 11/2007, Časopis departmana za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Prirodno-matematički fakultet, Novi Sad, str. 98–102.
77. Срејовић, Бабовић (1983) Уметност Лепенског Вира. Београд, стр. 37-39.
78. 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, Природно-математички факултет, Нови Сад.
79. Станојловић, А., Ђурчић, Н., Павловић, Н. (2010): Туристичка валоризација локалитета „Лазарев град” у Крушевцу. Зборник радова Географског института „Јован Цвијић”, САНУ, књ.60, бр. 2, стр. 77-92.
80. Stanojlović, A., Ivkov-Džigurski, A., 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.
81. Stanojlovic, A., Lukic, T., Curcic, N. (2011): The initiative for cultural tourism development in Serbia – Cultural route „Fortresses along the Danube”. 2H2S Consortium europeen de Recherche en sciences humaines et sociales „L’invention de nouveaux territoires en Val de Loire, comparaisons europeennes”, 18 – 23. July 2011, Pays de Loire, Universite d’Angers, France.
82. Stewart, E., Hayward, B., Devlin, P. (1998): The „place” of interpretation: a new approach to the evaluation of interpretation. *Tourism management*, Vol.19, No. 3, Elsevier Science Ltd., Great Britain, pp 257-266.
83. Трбовић, Б. (2009): Конкурентност и одрживост Србије као туристичке дестинације. Дипломски рад. Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Универзитет Сингидунум, Београд.

84. Timothy, D. (1998): Cooperative Tourism Planning in a Developing Destination. *Journal of Sustainable Tourism*, 6(1), 52-68.
85. Timothy, D. (2007): *Managing Heritage and Cultural Tourism Resources. Critical Essays, Volume One.* Cornwall: Ashgate.
86. Timothy, D., & Boyd, S. (2001): Developing Partnerships: Tools for Interpretation and Management of World Heritage Sites. *Tourism Recreation Research*, 26(1), 47-53.
87. Timothy, D., & Boyd, S. (2003): *Heritage Tourism.* Hong Kong: Pearson Education.
88. Timothy, D., & Boyd, S. (2006): Heritage Tourism in the 21st Century: Valued Traditions and New Perspectives. *Journal of Heritage Tourism* 1(1), 1-16.
89. Туристичка организација Србије (2007) Дунавом кроз Србију. Каталог, ТОС, Београд, Београд.
90. Ункових, С. (2001) Економика туризма. Економски факултет, Београд.
91. UNESCO (<http://whc.unesco.org/archive/routes94.htm>).
92. UNESCO Universal declaration on cultural diversity. (<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160m.pdf>)
93. UNWTO, World Tourism Barometer, Vol.7 (1), January 2009, Madrid.
94. Хаџић, О. (2004) Неки аспекти сарадње у културном туризму. Часопис Туризам, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Природно-математички факултет, Нови Сад, бр. 8, стр. 53-56.
95. Хаџић, О. (2006) Стејкхолдерски приступ управљању одрживим развојем културног туризма. Докторска дисертација. Департман за географију, туризам и хотелијерство, Природно-математички факултет, Нови Сад.
96. Hadžić, O., Dragin, A. (2010) Cooperation in Danube region related to cultural routes. Conference proceedings. Danube Rector's Conference, 26<sup>th</sup> Annual Meeting and General Assembly, February 4-6. 2010, Novi Sad, Serbia.
97. Хаџић, О., Стојаковић, Г., Херман-Милинковић, Ванић, Т., Ивановић, И. (2005) Културни туризам. Департман за географију, туризам и хотелијерство, Природно-математички факултет, Нови Сад.
98. Hems, Alison i Marion Blockey: *Heritage Interpretation, Issues in Heritage Managment,* Routledge, Lonodon and New York, 2006
99. Henrich, L. (2009): Interpretation and sustainable tourism in Finnish world heritage site: Fortress of Suomenlinna.
100. CIUTAT Project (2005) in CIUTAT: Tourism, cultural events and the production of urban space: Changing images,shifting meanings? Online source: [www.ciutatproject.net](http://www.ciutatproject.net)
101. Чомић, Ћ. (2002): Феноменологија туристичког доживљаја. Часопис Туризам 6/2002, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Природно-математички факултет, Нови Сад, стр. 15-16.
102. Чомић, Ћ. (2007): Анализа мултифазних туристичких доживљаја. Часопис Туризам 11/2007, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Природно-математички факултет, Нови Сад, стр. 7 – 9.
103. Ђоровић, В. (2005): Илустрована историја Срба. Политика: Народна књига, Београд, књиге 1 – 5.
104. Шкокљев, А., Шкокљев, И. (1998) Богови Олимпа из Србије – Називи Паноније корени духовне културе Европе. Издавачко предузеће Наука, Београд, 186 стр.
105. Штоковић, Б. (2004): Бенчмаркинг у туризму. Економски преглед, Факултет Економије и туризма, Пула, број 55 (1-2), стр. 66-84.
106. Штетић, С. (2007): Посебни облици туризма. Београд, стр. 154-159.

107. Wiesand, A., Söndermann, M. (2005): The „creative sector” – An engine for diversity, growth and jobs in Europe. An overview of research findings and debates prepared for the European Cultural Foundation, September 2005, <http://www.eurocult.org/uploads/docs/114>.
108. Williamson, D. , Cooke, P., Jenkins, W., Moreton, K. M. (2003): Strategic business and strategic management. Elsevier, Oxford, United kingdom.
109. WTO (2005 – 2009) Tourism Market Trends Edition: World overview and tourism topics. Madrid:WTO.

**Интерна документа добијена од појединих институција:**

- Министарство културе Републике Србије
- Министарство економије и регионалног развоја, Сектор за туризам
- Покрајински завод за заштиту споменика културе
- Регионални завод за заштиту споменика у Смедереву
- Туристичка организација Србије
- Туристичка организација Војводине
- Локалне туристичке организације: Нови Сад, Београд, Смедерево, Бач, Велико Градиште, Кладово
- Музеји: Музеј града Новог Сада, Историјски музеј Србије (Београд), Археолошки музеј Ђердапа (Кладово)

Веб-сајтови:

- <http://culturakulturaserbia.org>
- [http://gradic.com/?page\\_id=697](http://gradic.com/?page_id=697)
- <http://loirevalley-worldheritage.org>
- <http://nauticar.rs/regate.php>
- <http://sacredmistsblog.com/the-day-of-saint-george>
- [www.basaid.rs/kat-4/un-69/kulturni\\_vremeplov](http://www.basaid.rs/kat-4/un-69/kulturni_vremeplov)
- [www.bgdmarathon.org](http://www.bgdmarathon.org)
- [www.burgenstrasse.de](http://www.burgenstrasse.de)
- [www.catharcastles.info](http://www.catharcastles.info)
- [www.ciklonaut.com](http://www.ciklonaut.com)
- [www.culturalrealms.com](http://www.culturalrealms.com)
- [www.culture-routes.lu](http://www.culture-routes.lu)
- [www.danibeograda.org](http://www.danibeograda.org)
- [www.danubecommission.org](http://www.danubecommission.org)
- [www.danube-info.org/accomodation/serbia](http://www.danube-info.org/accomodation/serbia)
- [www.dunavskastrategija.rs](http://www.dunavskastrategija.rs)
- [www.danubeday.org](http://www.danubeday.org)
- [www.eastadventures.com](http://www.eastadventures.com)
- [www.evropa.gov.rs](http://www.evropa.gov.rs)
- [www.exitfest.org](http://www.exitfest.org)
- [www.franadria.si/adriatik-regija](http://www.franadria.si/adriatik-regija)
- [www.godsbay.ru/slavs/images/slav090.jpg](http://www.godsbay.ru/slavs/images/slav090.jpg)

- [www.icomos-ciic.org](http://www.icomos-ciic.org)
- [www.interfest.org.rs](http://www.interfest.org.rs)
- [www.istar21.rs](http://www.istar21.rs)
- [www.klasteri.merr.gov.rs](http://www.klasteri.merr.gov.rs)
- [www.kultura.gov.rs](http://www.kultura.gov.rs)
- [www.nocmuzeja.rs](http://www.nocmuzeja.rs)
- [www.manifestacije.com](http://www.manifestacije.com)
- [www.marketing-intelligence.co.uk](http://www.marketing-intelligence.co.uk)
- [www.medieval-life-and-times.info](http://www.medieval-life-and-times.info)
- [www.myexit.org](http://www.myexit.org)
- [www.oup.com](http://www.oup.com)
- [www.pressonline.rs](http://www.pressonline.rs)
- [www.rodoslovlje.com](http://www.rodoslovlje.com)
- [www.romaniatourism.com](http://www.romaniatourism.com)
- [www.seecult.org/vest/43-kalemegdanski-sutoni](http://www.seecult.org/vest/43-kalemegdanski-sutoni)
- [www.sekcijatvrđjava.org](http://www.sekcijatvrđjava.org)
- [www.srbija.travel](http://www.srbija.travel)
- [www.slovenia.info](http://www.slovenia.info)
- [www.smederevskajesen.com](http://www.smederevskajesen.com)
- [www.srbija.travel/dunavski-festival](http://www.srbija.travel/dunavski-festival)
- [www.svibor.org](http://www.svibor.org)
- [www.tds.co.rs](http://www.tds.co.rs)
- [www.travel.rs](http://www.travel.rs)
- [www.tvrđjavateatar.rs](http://www.tvrđjavateatar.rs)
- [www.turisticki-adresar.com](http://www.turisticki-adresar.com)
- [www.tovg.org](http://www.tovg.org)
- [www.tvorac-grada.com](http://www.tvorac-grada.com)
- [www.tvrđjava.com](http://www.tvrđjava.com)
- [www.vecernjenovosti.info](http://www.vecernjenovosti.info)
- [www.veljkomilkovic.com](http://www.veljkomilkovic.com)
- <http://virtuelnimentor.com>



## **ПРИЛОЗИ**





## ПРИЛОГ 1: ОБРАЗАЦ ЗА ИДЕНТИФИКАЦИЈУ КУЛТУРНЕ РУТЕ САВЕТА ЕВРОПЕ

**МЕЂУНАРОДНИ КОМИТЕТ ЗА КУЛТУРНЕ РУТЕ (ICOMOS СПС/ICCR)  
ОБРАЗАЦ ЗА ИДЕНТИФИКАЦИЈУ КУЛТУРНЕ РУТЕ**

**1. Назив културне руте****2. Тип намене (функције) руте**

- Примарна намена (религиозно, културно или трговинско повезивање, стратешко, политичко и административно управљање територијом, итд.)

- Секундарне намене и други начини коришћења,

- Претходна намена и тренутни начин коришћења,

**3. Региони или Државе тренутно укључених у руту****4. Физичка природа руте**

- Континентална, тј. копнена (асфалитрана или земљана, поплочана, цела уређена или је само део очуван, да ли је претрпела модификације и губитак аутентичности,...)

- Поморска,

- Речна,

- Језерска,

- Комбинована (одредити)

**5. Простор руте** (укључује мапу која одређује просторне границе), аутентичност руте и опис географске области)

**6. Приближна дужина руте** (у km, у научним миљама)

**7. Средства транспорта и форме кретања која се користе за путовања** (пешачење, јахање, фијакери, кочије, бродови и чамци, итд; индивидуална или групна путовања; путовања организована од стране приватних или јавних институција, итд.)

- Историјски начини транспорта (одредити)

- Садашњи начини транспорта

**8. Фреквентност коришћења, правац и трајање историјских и садашњих кретања дуж руте** (одредити у месецима, недељама, данима, годишњим добима, фазама, итд)

**9. Главне артерије руте**

**10. Делови или главне фазе руте** (нпр. од града до града, од луке до луке, итд.)

**11. Сигнали, маркери, знаци и симболи који идентификују пут и руту која се следи** (физички остаци пута - стазе, извори, маркери, мостови и други елементи)

**12. Тачке снабдевања, поправке и одморишна места** (болнице, боравишта, грбови, места посвећености, манастири, луке, насеља, итд)

**13. Историјски оквир и догађаји релевантни за формирање руте**

**14. Период коришћења руте**

- Историјско коришћење

- Садашње коришћење, ако је адекватно

**15. Значајност руте**

- Репрезентује (културу, цивилизацију, религију, управљање територијом, и слично)

- Евокативност (прошле културе или цивилизације, религије, итд)

**16. Симболична вредност руте****17. Релевантни ритуали****18. Инспиративна вредност****19. Динамика која је генерисана од стране руте\*****20. Садржај наслеђа\*\*** (Набрајање, опис и вредновање елемената):

- Материјални садржаји: физички елементи наслеђа (антрополошки, археолошки, архитектонски)

- Културни садржаји нематеријалне или духовне природе (неопипљиво наслеђе)
- Садржаји природног окружења: културни пејзажи, утицај природног пејзажа, итд.
- Власништво, управљање и законска заштита елемената које чине наслеђе
- Стање очуваности, аутентичности и интегритета елемената културног наслеђа

**21. Степен учешћа становништва које живи у области коју пресеца рута у вредновању и очувању руте** (оптимално, скромно, минимално или непостојеће)

**22. Степен учешћа ауторитета (државних органа) у вези са вредновањем и очувањем руте.** Потенцијал за остваривање њихових интереса (интересовања за споменике културе).

**23. Друге сличне руте**

**24. Наводи и извори** (историјски, културни, религиозни, итд.)

**25. Претходно спроведене студије и истраживања која су у току**

**26. Фотографије**

\*културна вредност руте може се мерити динамиком (комерцијалном, филозофском, религиозном) која може генерисати или фаворизовати (размену добара, знања, искустава) али и симболичким значајем који представља за све који је користе (за оне који су је користили или за оне који су се ослањали на њу),

\*\* по државама или зонама, независно од детаљнијег описа који се даје за одређене делове сваке руте.”

Извор: <http://www.icomos-ciic.org>

ПРИЛОГ 2: АНКЕТА – ПОТЕНЦИЈАЛ РАЗВОЈА КУЛТУРНЕ РУТЕ  
„ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ”

Ова анкета се спроводи у оквиру истраживања и докторске дисертације Александре Терзић, као и у циљу процене развоја дестинације и менаџмента у оквиру пројекта развоја културне руте „Тврђаве на Дунаву”. Резултати овог истраживања биће употребљени у научне сврхе.

## 1. Пол

 Мушки Женски

## 2. Старосна доб

 До 20 година 21 – 30 година 31 – 50 година 51 – 65 година преко 65 година

## 3. Степен образовања

 Основно образовање Средње образовање Више/високо образовање Постдипломске студије

## 4. Место пребивалишта \_\_\_\_\_

## 5. Колико често путујете из туристичких разлога током године?

 ретко (мање од једном годишње) једном годишње два – три пута годишње често (више од три пута годишње)

## 6. Како најчешће путујете?

 индивидуално у пару породично у друштву пријатеља у групи

## 7. Који је најчешћи начин организације Вашег туристичког путовања?

 самостална организација путовања у организацији туристичке агенције

## 8. Да ли сматрате Дунав атрактивним туристичким потенцијалом Србије?

 ДА Можда НЕ

## 9. Да ли сматрате тврђаве на Дунаву атрактивним туристичким потенцијалом Србије?

 ДА Можда НЕ

## 10. Да ли сте обавештени о формирању културне руте „Тврђаве на Дунаву” у Србији?

 ДА Делимично НЕ

## 11. Коју тврђаву на подручју Подунавља у Србији сматрате најатрактивнијом?

 Бачка тврђава Петроварадинска тврђава Београдска тврђава Смедеревска тврђава Рамска тврђава Голубачка тврђава Тврђава Фетислам (Кладово)

12. Шта сматрате најатрактивнијим аспектима ове културне руте или код појединих тврђава?

- архитектура и уметност
- музеји и галерије
- историја и историјске личности
- религиозна места
- фестивали и догађаји
- друго: \_\_\_\_\_

13. Шта сматрате највећим проблемом код ових тврђава?

- лоше стање репарације и конзервације тврђава
- лоша инфраструктура – путеви, тоалети, клупе, продајна места
- лоша сигнализација – нема информативних табли, путоказа, ознака
- лоша презентација – не постоје инфо-пултови, водичке службе, мапе локалитета, брошуре (нема основних информација о појединим деловима локалитета)
- лоша туристичка понуда – нема конкретне понуде за посету тврђава у каталозима и на сајтовима туристичких агенција и организација
- друго: \_\_\_\_\_

14. Да ли сматрате да је формирање културне руте „Тврђаве на Дунаву” у Србији адекватан начин за оживљавање и активирање ових тврђава у туристичке сврхе?

- ДА                                       Можда                                       НЕ

15. Да ли бисте у будућности желели да обиђете културну руту „Тврђаве на Дунаву”?

- ДА                                       Можда                                       НЕ

16. На који начин бисте били спремни да се укључите у обилазак културне руте „Тврђаве на Дунаву” у Србији?

- Радије бих самостално организовао/ла обилазак културне руте (самостални избор дестинација и атракција које ће се посетити)
- Радије бих користио/ла туристички аранжман базиран на културној рути (већ креирана листа дестинација и атракција које ће се посетити)
- Не бих се укључио/ла у обилазак ове културне руте ни под каквим условима

17. Којим превозним средством бисте најрадије обишли културну руту „Тврђаве на Дунаву” у Србији?

- аутомобилом
- аутобусом
- бродом или чамцем
- бициклом или мотоциклом
- друго: \_\_\_\_\_

Извор: <https://spreadsheets.google.com/viewform?formkey=dFpZRxlHbEVsQktOWC1yMlo4dTV6UUE6MQ>

ПРИЛОГ 3: УПИТНИК ЗА РЕЗИДЕНТНО СТАНОВНИШТВО  
КУЛТУРНА РУТА „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ”

Упитник се спроводи у оквиру истраживања и израде докторске дисертације Александре Терзић, као и ради уочавања реалних потенцијала развоја туризма на Дунаву и креирања културне руте „Тврђаве на Дунаву” у оквиру пројекта Министарства културе Републике Србије. Добијени резултати биће коришћени искључиво у научне сврхе.

1. Општина (Место) \_\_\_\_\_

2. Пол

Мушки

Женски

3. Старосна доб

До 20 година

21 – 30 година

31 – 50 година

51 – 65 година

преко 65 година

4. Степен образовања

Основно образовање

Средње образовање

Више/високо образовање

Постдипломске студије

5. Да ли сматрате ток Дунава у Србији туристички атрактивним?

ДА

Можда

НЕ

6. Да ли сматрате Ваше место (општину) туристички атрактивним?

ДА

Можда

НЕ

7. Да ли је тврђава која се налази на подручју Ваше општине туристички атрактивна?

Навести која је тврђава у питању: \_\_\_\_\_

ДА

Можда

НЕ

8. У којој мери је наведена тврђава туристички атрактивна

највећа атракција на ширем подручју (цео регион)

највећа атракција на подручју општине

средње атрактивна атракција на подручју општине

уопште није атрактивна

9. У каквом је тренутно стању наведена тврђава?

одлично

врло добро

добро

лоше

врло лоше

10. У каквом су стању културни споменици на подручју Ваше општине?

одлично

врло добро

добро

лоше

врло лоше

11. Какву улогу има Тврђава у свакодневном животу локалног становништва?

представља место свакодневног живота и рада локалног становништва

представља излетиште и туристичку атракцију

- представља место окупљања становништва
- представља место одржавања манифестација
- представља проблем за локално становништво (одрони, смеће, саобаћајне гужве)
- друго: \_\_\_\_\_

12. На који начин би, по Вашем мишљењу, требало побољшати тренутно стање ових културних ресурса?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

13. Да ли сте упознати са пројектима развоја туризма на подручју Ваше општине или ширег подручја у које је укључена и Ваша општина? Навести који су пројекти у питању.

- ДА
- Делимично
- НЕ

У питању је пројекат:

\_\_\_\_\_

14. Шта очекујете од ових пројеката када је у питању Ваша општина и локална заједница?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

15. Да ли сматрате да ће пројекат „Тврђаве на Дунаву” допринети побољшању стања тврђаве и развој туризма на подручју Ваше општине?

*Пројекат „Тврђаве на Дунаву” које спроводи Министарство културе Републике Србије предвиђа формирање пута културе који укључује све тврђаве дуж Дунава у Србији, а покренуће пројекте ревитализације тврђава и креирање нових програма и манифестација на тврђавама.*

- ДА
- Можда
- НЕ

16. Да ли сматрате да ће овакви пројекти допринети бољим условима живота локалне заједнице у Вашој општини?

- ДА
- Можда
- НЕ

17. Шта очекујете од ових пројеката?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

18. По Вашем мишљењу, ко ће имати највише користи од спровођења пројеката развоја туризма на подручју Дунава у Србији?

- држава и државне институције
- приватни предузетници
- невладине организације
- локалне заједнице
- туристи
- друго: \_\_\_\_\_

19. Да ли подржавате спровођење пројеката развоја туризма и коришћење споменика културе у туристичке сврхе?

- ДА
- Можда
- НЕ

Извор: <https://docs.google.com/spreadsheets/viewform?formkey=dDFfZklnRGFtcGloZlBFOGNQT2FaUUE6MQ>

## ПРИЛОГ 4: МЕДИЈСКИ ИЗВЕШТАЈИ О ПРОЈЕКТУ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ”

subota, 12. feb 2011. | Izaberite jezik: Српски  
 Ulogujte se | RSS | Newsletter | Kontakt | pretraga  GO

**PTC**  
 БРЗО, ТАЧНО, ЈАЧНО  
 Radio-televizija Srbije  
 www.rts.rs

O javnom servisu | Akcije i kompanije | Filmovi i program | Muzička produkcija | PGP | Pisma Evrovizije | Liga šampiona | Live score

VESTI | SPORT | MAGAZIN | VIDEO | TV | EMISIJE | RADIO | RTS | BLOG | RTS UŽIVO | ANKETE

NASLOVINA > VESTI > KULTURA > "TVRĐAVE NA DUNAVU" U PARIZU

ponedeljak, 07. feb 2011. 10:55 -> 21:44

## "Tvrđave na Dunavu" u Parizu

Izložba fotografija "Put kulture – tvrđave na Dunavu" od večeras, pa do 11. februara, u zgradi UNESCO-a, u Parizu. Izložbu zvanično otvorio ministar kulture Nebojša Bradic.

Ministar kulture Srbije Nebojša Bradic otvorio danas, u zgradi UNESCO-a u Parizu, izložbu fotografija "Put kulture – tvrđave na Dunavu".



Glebački grad, jedna od fotografija sa izložbe

Ova izložba, koja će trajati do 11. februara, jeste promotivni deo istovrsnog projekta koji Ministarstvo kulture sprovodi u okviru UNESCO-ovog regionalnog programa za kulturno nasleđe jugoistočne Evrope "Kulturno nasleđe - most ka zajedničkoj budućnosti".

Ovaj projekat je uspostavljanje održivog razvoja tvrđava u sedam gradova u Srbiji kroz koje protiče Dunav: Bač, Novi Sad, Beograd, Smederevo, Golubac, Veliko Gradsko i Kladovo.

Kako je najavio Ministarstvo kulture, prisutnima će se, pored Bradica, obratiti generalna direktorka UNESCO-a Irina Bokova i ambasadorica stalne misije Srbije pri UNESCO-u Zorica Tomić.

Puzujuća izložba "Put kulture – tvrđave na Dunavu", tokom 2010. godine, bila je predstavljena u Evropskoj komisiji u Briselu, u okviru "Dunavskog festivala" u Ulmu, kao i u Ingolštatu, u Nemačkoj. Parizani su imali priliku da je vide u Kulturnom centru Srbije, od 17. decembra do 2. februara.

**KULTURA**

- Izložba fotografija Gorankice Masic
- Kulturni program Srbije
- Izložba Branka Popovica
- Urubene 'ukovne nagrade
- Otkriven banjevič Branka Mijkovica

Верзија за штампу  
 Пошаљи текст  
 Пошаљи коментар

Facebook | Twitter | YouTube | LinkedIn | StumbleUpon

NAJČITANIJE | NAJNOVIJE

Multimedijalni pred izlozbenim

Извор: <http://www.rts.rs/page/stories/sr/story/16/Kultura/838742/%22Tvr%22ave+na+Dunavu%22+u+Parizu.html>

ПОЛИТИКА ONLINE

12. februar 2011.  
poslednja izmena u 11:36

SR LAT f g Google pretraga Trazi

---

SVET

POLITIKA

DRUŠTVO

TEMA DANA

POGLEDI

HRONIKA

EKONOMIJA

SPORT

KULTURA

SREBNA

REGION

BEOGRAD

POGLEDI SA STRANE

ŠTA DA SE RADI

TEMA NEDELJE

KULTURNI DODATAK

MOJ ŽIVOT U INOSTRANSTVU

SPEKTAR

NEKRETNINE

POSLO

PUTOVANJA

POTROŠAČ

MOJA KUĆA

KARIKATURISTI

MAGAZIN

DŽEZ SPECIJAL

WIKILEAKS SPECIJAL

DOSIJE TAČ

ŠARENOSTRANA

---

PRETPLATA

IMPRESUM

OGLAŠAVANJE

ARHIVA

Kup sred prod

102.9 103.3 103.6

75.94 76.17 76.4

78.32 78.56 78.79

Версија: 01/02/2011

**VESTI KULTURA I ZABAVA**

## Otvorena izložba „Put kulture - tvrđave na Dunavu“

**PAREZ** - Ministar kulture Srbije Nebojša Bradić, u prisustvu velikog broja zvaničnika, otvorio je u zgradi UNESCO-a u Parizu izložbu fotografija „Put kulture - tvrđave na Dunavu“.

„Za Srbiju su od velikog značaja srednjovekovni spomenici kulture, koji predstavljaju i potencijal za povezivanje sa drugim zemljama u regionu“, rekao je Bradić sinoć Tanjugu, ukazujući da su već neke od zemalja, poput Mađarske, pokazale želju da se uključe u projekat.

Cilj projekta je uspostavljanje održivog razvoja tvrđava u sedam gradova u Srbiji kroz koje protiče Dunav - Bač, Novi Sad, Beograd, Smederevo, Golubac, Veliko Graditze i Klodovo, a prema Bradićevim rečima, o značaju projekta govori i to što ga je UNESCO podržao u ranij fazi.

„Ideja da se promovira tvrđave u Srbiji, jasno pokazuje da sa velikom pažnjom brinemo o svom kulturnom nasleđu“, dodao je ministar.

Putujuća izložba „Put kulture - tvrđave na Dunavu“ tokom 2010. godine bila je predstavljena u Evropskoj komisiji u Briselu, u okviru Dunavskog festivala u Ulmu, kao i u Ingolštatu (Nemačka). Parizani su imali priliku da je vide u Kulturnom centru Srbije, od 17. decembra do 2. februara.

Ova izložba, koja će u zgradi UNESCO-a u Parizu trajati do 11. februara, promotivni je deo istovrsnog projekta koji Ministarstvo kulture sprovodi u okviru UNESCO-ovog regionalnog programa za kulturno nasleđe jugoistočne Evrope „Kulturno nasleđe - most ka zajedničkoj budućnosti“.

**Tanjug**  
obzvezica: 08.02.2011

**NAJNOVIJE VESTI**

beograd

**18:38** Suzna nastavak štrajka policije, sa Dačićem razgovori u nedelju

**16:59** EPS i Italijani: Sporazum o izgradnji hidroelektrana

**16:49** Eventualna rekonstrukcija vlade u interesu građana

**11:36** Koliko je bogatstvo Horija Mubarak?

**11:03** Šolkić: Razmotriti novi aranžman sa MMF-om

**10:44** Đoković: Punjenje budžeta bolje od projektovanja

**10:31** Uskoro presuda Stanićevoj grupi

SVE VESTI

Izvor: <http://www.politika.rs/rubrike/kultura-i-zabava/Otvorena-izlozba-Put-kulture-tvrđave-na-Dunavu.lt.html>



## NASLOVNA

## KATEGORIJE

Vesti

Politika

Srbija

Region

Evropa

Nemačka

Svet

Izbor iz štampe

Vodič kroz EU

Nauka Tehnika Medicina

Kultura i Lifestyle

Dostaje

Sport

## DEUTSCHLAND-INFOS

Upoznajte Nemačku

Lica Nemačke

Ujedinjenje Nemačke

Studiranje u Nemačkoj

## KURSEVI NEMAČKOG

Uđite nemački

Nemački za predavače

Deutsch XXL

## DW-RADIO

Audio on Demand

Program

Emisije

Prijem

Kontakt

## DW-TV

Program na engleskom

## INTERAKTIV

Ankete

Newsletter

Previdivno

SRBIJA | 06.07.2010

## Srpske tvrđave osvojile Evropsku komisiju



Plakat za izložbu „Tvrđave na Dunavu“

Ministarstvo kulture Srbije otvorilo je u zgradi Evropske komisije u Briselu izložbu fotografija na kojima su prikazane tvrđave nastale na obalama dunavskog toka kroz Srbiju.

Da se o Srbiji u zgradi Evropske komisije u Briselu ne govori samo u kontekstu evrointegracija, politike i ekonomije, pokazala je i izložba fotografija tvrđava na Dunavu koju je u poznatom „Berlaminu“ organizovalo Ministarstvo za kulturu Republike Srbije uz kooperaciju evropskog komesarijata za proširenje. Evropski zvaničnici, zaposleni, kao i posetioci Evropske komisije, u prilici su da upoznaju Srbiju kroz slike sedam veličanstvenih srednjovekovnih tvrđava, počevši od utvrđenja u Baču, preko petrovarđinske, beogradske i smederevske tvrđave, do onih iz Velikog Gradišta, Golubca i Kládova.

Za mnoge će i sama činjenica da jedna od najvećih evropskih reka, Dunav, prolazi gotovo 500 kilometara kroz Srbiju, predstavljati iznenađenje. Direktor Generalnog direktorijata za proširenje Majk Li, za Dojče vele je izjavio:

„Oni će takođe naučiti da je Srbija učestvovao u velikom broju faza evropske istorije, jer svaka od ovih tvrđava na neki način predstavlja i drugačiju kulturu. To će pomoći ljudima da shvate da je Srbija bila sastavni deo istorije Evrope, ali i da je sastavni deo njene budućnosti.“

## Tvrđave- nekada simbol ratova, danas mostovi saradnje

Ministarstvo kulture Srbije pokrenulo je projekat „Tvrđave na Dunavu“ kao deo programa UNESC-o, koji se bavi kulturnim nasleđem jugoistočne Evrope, pod nazivom „Kulturno nasleđe - most ka zajedničkoj budućnosti“. Projekat za cilj ima promociju, ali i svrsishodno korišćenje bogatog kulturnog nasleđa Srbije. Tako su tvrđave, nekada simboli ratova i vojne moći, danas dobile kulturno-turističku perspektivu, ali i perspektivu regionalne i međunarodne saradnje. Ministar za kulturu u Vladi Srbije, Nebojša Bradic posle otvaranja izložbe u Briselu za Dojče vele je izjavio:



Izložba je postavljena u zgradi Evropske komisije u Briselu

Izvor: <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,5764122,00.html>

ПРИЛОГ 5: ПЛАН ИЗГРАДЊЕ КУЛТУРНОГ ЦЕНТРА У ОКВИРУ  
БЕОГРАДСКЕ ТВРЂАВЕ

БЕОГРАД Субота 28. март 2009.

## Кула Небојша нови културни центар



Будући прилаз кули саграђеној у 15. веку

**Изложбени простор на четири нивоа повезан степеницама.  
– У априлу ће почети радови захваљујући донацији од 1.340.800 евра**

**К**ада у јуну следеће године закораче у кулу Небојша посетиоци ће ући у нови, сређени изложбени простор на четири нивоа повезан степеницама. У приземљу ће их дочекати историја овог средњовековног здања. На преосталим етажама видеће поставке које ће веродостојно описати Први српски устанак, док ће посебан део бити посвећен Риги од Фере, грчком револуционару, који је у кули страдао. Ово је сажетак будућег изгледа и програмског решења на коме су радили пројектантски тимови Архитектонског факултета Универзитета у Београду, Републичког завода за заштиту споменика културе и грчко-српски програмски савет. Идејни пројекат биће представљен 31. марта у градској скупштини, а радови ће почети средином априла захваљујући донацији грчке владе од 1.340.800 евра.



**Идејно решење**

Према речима Иване Лучић-Тодосић, директорке ЈП „Београдска тврђава“, предвиђена рестаурација односи се пре свега на обезбеђивање стабилности објекта, заштиту од негативних спољашњих утицаја и оспособљавање унутрашњости куле.

Грчки новац послужиће и за испитивање бедема као простора предвиђеног за вишенаменску салу од 500 седишта чију ће изградњу највероватније да финансира град, и за сређивање Водене капије.

Остваривање идеје да се кула Небојша отвори за јавност и постане још један културни центар започело се крајем 2007. године када су Европски центар за византијске и поствизантијске споменике из Солуна и град закључили Уговор о сарадњи за пројекат ревитализације, конзервације и поновне употребе куле.

Она је досад неколико пута обновљана, а у току бурне историје била је чувар београдског пристаништа, симбол отпора од најезде Османлија. Служила је и као тамница у којој су погубљени српски родољуби. Саградили су је Угари у 15. веку. Д. М.

Извор: [arhitekturabezbeograda.wordpress.com](http://arhitekturabezbeograda.wordpress.com)

## ПРИЛОГ 6: ВЕСТ О ОДРЖАВАЊУ ИЗЛОЖБЕ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ”



## Izložbe "Tvrđave na Dunavu" i "Dunavska avantura" u Kladovu

12.07.2011.

Punjača izložba „Put kulture – TVRĐAVE NA DUNAVU” Ministarstva kulture, informisanja i informacionog društva, započela je svoju letnju tureju po Srbiji u Kladovu. Ovaj izložbeni projekat ima za cilj narvoj putu kulture koji treba da poveže, u jedinstvenu tematsku celinu, lokalne zajednice na Dunavu – Bač, Novi Sad, Beograd, Smederevo, Golubac, Veliko Gradište i Kladovo - koje baštine reprezentativne tvrđave i utvrđene gradove, i pomogne da ovaj značajan potencijal bude stavljen u funkciju razvoja lokalnih sredina.

Tvrđave na Dunavu danas su sponenici kulture koji svedoče o brojnim bitkama i važnim istorijskim događajima koji su se odigrali na njegovim obalama, ali i prisustvu različitih kultura koje su dale počat jedinstvenom i bogatom konglomeratu naše današnje baštine.

Iako su odraz vojne arhitekture, tvrđave nisu imale samo odbrambenu funkciju, već je trebalo i da fascinišu protivnika. Po svojim oblicima i dimenzijama, one su često bile simbol i odelovostne snage, moći, blagostanja i napetka. Podignute na pažljivo odabranim mestima od izuzetnog strateškog značaja, one i danas pobudaju naše divljenje. Dragocene i izuzetne po svojoj prirodi, tvrđave umnogome uvećavaju lepotu pejzaža, i što je još važnije, doprinose identitetu lokalnih zajednica koje su često vezane za svoje kulturno nasleđe.

Sedan tvrđava na Dunavu, postu amiktivna postavka, u vidu zasebnih tematskih celina, koja kroz svoju formu, fotografiju i tekst dočarava lepotu i važnost tvrđava u Baču, Petrovaradina u Novom Sadu, Kalenogdana u Beogradu, Smederevska, Rarnku kraj Velikog Gradišta, Golubačku i Petišlan u Kladovu. Izložba je postavljena u anđijum bašti Centra za kulturu Kladovo i privlači veliku pažnju meštana i turista.

Puneci deo ove izložbe je interaktivna izložba „Dunavska avantura” koju je osmislilo kreativni tim Turističke organizacije Srbije. Interakcijom kulture i turizma na jedan specifičan način, javnosti je pebiljeno bogatstvo kulturnološke različitosti Dunava. Posetioei imaju priliku da učestvuju u sadržajima izložbe; šetaju šumom uz zvuke cvrkuta ptica i žubor potoka, oblaćti se u ribar, sanjavati zanimljive scene sedeci na hoklici u seoskom domaćinstvu, voziti bicikl uz video simulaciju puta kroz bogatu šumu i šarnu Dardapske klisur, pogledati maketu potopljenog ostrva Ada-Kale, fotografisati se kraj pataka sa ilustracijama srednjovekovnog viteza i dama, Rimskih legionara, Lepetca.

Postavka je izložena u galeiji Centra za kulturu Kladovo.



Izvor: [http://www.kulturakladovo.rs/vest-Izlozbe-Tvrđave-na-Dunavu-i-Dunavska-avantura-u-Kladovu\\_16](http://www.kulturakladovo.rs/vest-Izlozbe-Tvrđave-na-Dunavu-i-Dunavska-avantura-u-Kladovu_16)

## ПРИЛОГ 7: ПРОГРАМ СТУДИЈСКЕ ТУРЕ „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“



**“Cultural Route – Fortresses on the Danube”  
Study-tour on the sustainable management of cultural heritage sites**

**June 5<sup>th</sup> – 11<sup>th</sup> 2011, Serbia**

Organised by the UNESCO Office in Venice, and the  
Ministry of Culture, Media and Information Society of Serbia,  
With the support of the Italian Development Cooperation

**TENTATIVE PROGRAMME**

**Sunday, June 5**

Arrival to Belgrade – transfer to Bač

**Monday, June 6: Bač**

**Workshop 1 – Heritage governance: institutional aspects**

**(Venue: Bač, Franciscan Monastery)**

09h00 – 09h45: Welcoming addresses (Ministry of Culture, Media and Information Society of Serbia; UNESCO Venice Office)

09h45 – 10h30: Presentation of participants

10h30 – 12h30: “Heritage governance: institutional aspects”, lecture by Katri Lisitzin (Researcher SLU Sweden, guest professor AAA Denmark, international consultant)

12.30 – 13h00: Discussion - questions and answers

Lunch break

14h30 – 15.00: Presentation of the project “Centuries of Bač”, for the integrated protection of cultural and historical values of Bač (Institute for the protection of monuments of the Autonomous Province of Vojvodine)

15h00 – 17h30: Visit to cultural and historical Bač – Mediaeval fortress, Franciscan Monastery, Monastery of Bodjani

## ПРИЛОГ 8: „ТВРЂАВЕ НА ДУНАВУ“ - ТУРИСТИЧКИ ПРОГРАМ АГЕНЦИЈЕ МАГЕЛАН ЗА СТРАНЕ ТУРИСТЕ



TRAVEL AGENCY  
**Magellan**  
CORPORATION  
INCOMING@MAGELAN.RS

Home General Conditions About Us Contact



**Incoming offer**

- ▶ Guaranteed Tours
- ▶ Group Tours
- ▶ Self / Fly and Drive
- ▶ Sightseeing and Excursions
- ▶ City Break
- ▶ Medical Tourism
- ▶ Transfers
- ▶ Links
- ▶ Tourist Impressions

**Group Tours**

- ▶ Culture Tours
- ▶ Balkan Tours
- ▶ Special interest Tours

**Special interest**

**Wine tours**

- ▶ Short wine tour
- ▶ Royal wine tour through Serbia

**Monastery tours**

- ▶ Holy Places of Serbia I
- ▶ Holy Places of Serbia II
- ▶ Transmanica

**Historical tours**

- ▶ Roman Paths
- ▶ Byzantine Tour in Serbia
- ▶ Fortresses Along Danube
- ▶ The Roads of Roman Emperors - two day tour II
- ▶ The Roads of Roman Emperors - two day tour
- ▶ The Roads of Roman Emperors - one day tour
- ▶ The Roads of Roman Emperors - 11 days tour
- ▶ Exclusive Cruise To Dierdip

**Birdwatching tours**

- ▶ Short Birdwatching Tour
- ▶ Birdwatching And Culture Tour
- ▶ Birdwatching in Serbia - 9 days
- ▶ Birdwatching in Serbia 11 days

**Walking tours**

- ▶ Balkan Triangle - Hiking
- ▶ The Trace
- ▶ The Mountains of West Serbia by Foot
- ▶ Serbia Towards East
- ▶ Kopaonik - Brzece

**Bike tours**

- ▶ The Great Bike Adventure Along The Danube
- ▶ Short Bike Tour in and Around Belgrade and Novi Sad
- ▶ Bike Tour
- ▶ Bike Tour - option 2
- ▶ Bike Tour - option 3

**We recommend...**



On line reservation hotels in Belgrade, Novi Sad and all Serbia

- Best prices guaranteed!
- Great choice!
- Free booking!
- Secure reservation!

### Fortresses along the Danube river - 7 days / 6 nights

Danube-the river that unites is a slogan which is usually used for promotion of tourism on the river Danube. However, during the history, the Danube was more often the river that disconnected territories. On the crossroads of world civilizations, between East and West, North and South, the Danube was the border between the great empires. To cross the Danube meant conquering new territories. To protect themselves from invaders people built fortresses on the Danube.

Modern fortresses were built on the places of previously built fortresses of the times of Romans, Celts, Ottomans, Serbians... During these seven days of our tour you'll visit fortresses, but you will also hear more about history, culture and tradition of people that once lived here as well as about the rich culture and tradition of people that live here today. Hoping that fortresses will never have the previous function and that they will be only tourist attraction and place for cultural events.

- Tradition: 
- Culture: 
- Nature: 
- Beauty: 



**Day 1. NOVI SAD (D)**  
Arrival to Novi Sad. Accommodation in a hotel. Dinner. Overnight.

**Day 2. NOVI SAD - BACSKI PETROVAC - BAC - SOMBOR - NOVI SAD (B,I,D)**  
Breakfast. Departure to **Bacski Petrovac**, small town famous after the Slovak majority. Lunch - traditional Slovak kitchen. Departure to **Bac** and visit to the fortress, the oldest fortress in **Vojvodina**. It was raised on **Mostonga river**, by Ungarn king Robert Anzuj in period between 1339 - 1342. Today remains only the main tower and eight towers in ruins. Moving on to **Sombor**, town famous for its greenery, cultural life and beautiful 18th and 19th century center. Sightseeing of the most important cultural institution - **National Theater**, the **Regional Museum**, the **Modern Art Gallery**, the **Serbian Reading House**, and the **Grammar School**. Carriage tour through the town. Dinner on a salar farm, along with the traditional specialties. Return to Novi Sad. Overnight

**Day 3. NOVI SAD - PETROVARADIN FORTRESS - SREMSKI KARLOVCI - SMEDEREVO (B,I,D)**  
Breakfast. Short sightseeing in the city center - **Sloboda square**, **Zmaj Jovina street** - main pedestrian zone, **Dunavska Street**, **Orthodox church**. Departure to **Petrovaradin Fortress**, famous as the "Gibraltar on the Danube". This is a classical example of military architecture from XVIII century, built by Marquise Sebastian Voban, French architect and military leader. The Fortress stands on the serpentine rock, therefore due to its strategic position and significance, many people have struggled for it during the centuries. Sightseeing of **Underground Military galleries**. This communication system was built in four floors with the total length of more than 16km. Departure to **Sremski Karlovci**. Sightseeing of Sremski Karlovci - small baroque town, famous for its beautiful architecture. City sightseeing (**Orthodox church**, **Patriarchate court**, **Orthodox Seminary**, **The Chapel of peace**, **Roman Catholic church**, **Gymnasium**). Wine and grape from the nearby vineyard on the brows of the **Fruska Gora Mountain**, are one more highlights of this town. Lunch on the Danube coast. Visit to one of the wine cellar, with snack and tasting of local branded aromatic wine called **Bermet**. Departure to **Smederevo**. Accommodation in a hotel. Dinner. Overnight.

**Day 4. SMEDEREVO - GOLUBAC - LEPENSKI VIR - KLADOVO (B,I,D)**  
Breakfast. Visit to **Smederevo fortress**, raised by Djurdj Brankovic between 1428-1430. It occupies an important geo-strategic position, where the **Jezaava** flows into the Danube. It has triangular shape, with an area of around 11 ha, and divided into the Small and Large Town. The Small Town, built between 1428 and 1430, has six towers and tall stone walls, and of particular interest is the palace with a hall that has three biforiums on the wall towards the Danube. The Large Town was, for the most part, built by 1439, and there were a military and a civil settlement in it. It has 19 towers and stone walls 1.9 - 4.5 m thick, of a total length of ca 1250 m. With the area of 10 hectares, this fortress presents one of the biggest medieval fortresses in Europe. During the II World War the walls and the towers of the fortress were demolished, but the fortress remained preserved, so today presents one of the most beautiful monuments on the Danube coast. Departure to **Golubac**, a town where Danube is 6 kilometres wide and for that reason called "Serbian sea. Visit to the famous **Golubac fortress**, from the XIV century. The fortress was a place of a battle against the Turks in 1428, where the Polish knight Zawisza Czarny was captured and murdered by the Turks. It is located on an inaccessible rock and is composed from three parts, 10 towers and 2 gates. It was built at the end of XIII century, in several phases. Due to its strategic position, Byzantine, Hungary, Bulgaria, Turkey and Serbia frequently fought over it. Lunch. Departure to **Lepenski Vir**. Mesolithic archeological site on the banks of the Danube river. Presents a settlement with around ten villages. Numerous sculptures and peculiar architecture are testimony to a rich social and religious life led by the inhabitants and the high cultural level of these early Europeans. Moving on to **Kladovo**, town located on the right bank of the Danube river. The town is very popular tourist destination, due to many archeological sites nearby and to the location of the town as it is bordered by the Danube river, and by a range of low mountains. Accommodation in a hotel. Dinner. Overnight.

**Day 5. KLADOVO - KUČEVO - CEREMOSNJA CAVE - BELGRADE (B,I,D)**  
Breakfast. Departure to **Kučevo**, town located on the 164m altitude. Short break. Departure to **Ceremosnja Cave** that represents one of the most beautiful caves in Serbia. It is explored, adapted and opened in 1980. This cave is located at the very bottom of **Homolj Mountain**, 15km from Kucevo. The overall length of the cave is 775.7m, while a path of 441m is adapted for the tourists. Lunch with the traditional cuisine near the cave. Departure to Belgrade. Accommodation in a hotel. Dinner at the boat raft. Return to hotel. Overnight.

**Day 6. BELGRADE (B,I)**  
Breakfast. Panoramic and walking sightseeing of **Belgrade** with local tourist guide - **Republica Square**, **Knez Mihailova Street** - main pedestrian zone, **Terazije**, **St.Sava's temple**, **Orthodox church**, **Parliament**. Visit to **Kalemegdan fortress** - primary built by Celts in the III century BC. On the fortress is located the symbol of Belgrade - The winner, a warrior with the sword in right and the hawk in the left hand. Departure to Zemun. Sightseeing. Lunch. Free time. Dinner in a national restaurant - traditional specialties. Return to hotel. Overnight.

**Day 7. BELGRADE (B)**  
Breakfast. Transfer to the airport. The end of the program.

**Price includes:**

- • transfers according to program
- 2 BB in hotel 3\* in Novi Sad, 1 BB in hotel 3\* in Smederevo, 1 BB in hotel 3\* in Kladovo, 2 BB in hotel 3\* in Belgrade
- 5 x lunch (day 2, day 3, day 4, day 5, day 6)
- 6 x dinner (day 1, day 2, day 3, day 4, day 5)
- Wine tasting (day 2)
- Carriage tour (day 2)
- entrance ticket (Underground military galleries, Lepenski Vir, Ceremosnja cave)
- licensed guide

Извор:[http://incoming.magellan.rs/fortresses\\_along\\_Danube.html](http://incoming.magellan.rs/fortresses_along_Danube.html)

## СПИСАК ТАБЕЛА, ГРАФИКОНА, КАРАТА, СКИЦА, СЛИКА И ПРИЛОГА

## ТАБЕЛЕ:

Табела 1: Карактеристике туристичког производа двораца.....	21
Табела 2: Преглед усвојених програма културних рута Савета Европе.....	27
Табела 3: Приказ климатских прилика на подручју Подунавља у Србији, 2010.....	43
Табела 4: Инвентаризација природних ресурса на подручју Подунавља у Србији.....	47
Табела 5: Старосна структура становништва на подручју Подунавља у Србији.....	54
Табела 6: Национална структура становништва на подручју Подунавља у Србији.....	55
Табела 7: Класификација културних ресурса .....	59
Табела 8: Инвентаризација културних ресурса на подручју Подунавља у Србији .....	60
Табела 9: Капацитет и промет у угоститељству Србије, 2005 - 2009. године.....	66
Табела 10: Смештајни капацитети дуж Дунава у Србији, по местима, 2009. године.....	67
Табела 11: Основни подаци о тврђави Бач.....	71
Табела 12: Основни подаци о Петроварадинској тврђави.....	75
Табела 13: План развоја Петроварадинске тврђаве.....	85
Табела 14: Основни подаци о Београдској тврђави.....	87
Табела 15: Основни подаци о Смедеревској тврђави.....	95
Табела 16: Основни подаци о Рамској тврђави.....	99
Табела 17: Основни подаци о Голубачкој тврђави.....	102
Табела 18: Основни подаци о тврђави Фетислам (Кладово).....	105
Табела 19: PESTELB анализа културне руте „Тврђаве на Дунаву” у Србији.....	137
Табела 20: Оцена вредности индикатора туристичког сектора по моделу Х. ду Крос.....	145
Табела 21: Оцена вредности индикатора сектора менаџмента по моделу Х. ду Крос.....	150
Табела 22: Анализа снага, слабости, шанси и претњи туристичког производа културне руте „Тврђаве на Дунаву“ у Србији.....	155
Табела 23: Туристички промет у Србији и Подунављу по општинама, 2001 – 2009.....	174
Табела 24: Укупни годишњи број туриста на Дунаву (Коридору 7) у Србији.....	175
Табела 25: Структура испитаника (резидентно становништво).....	178
Табела 26: Атрактивност тока Дунава у Србији, на основу ставова резидената.....	179
Табела 27: Туристичка атрактивност резидентне општине/места .....	179
Табела 28: Туристичка атрактивност тврђаве у оквиру резидентне општине/места.....	179
Табела 29: У којој мери је тврђава у оквиру општине/места туристички атрактивна.....	180
Табела 30: Перцепција тренутног стања тврђава у оквиру општине/места.....	180
Табела 31: Перцепција стања културних споменика на подручју општине/места.....	181
Табела 32: Улога тврђаве у свакодневном животу локалног становништва.....	181
Табела 33: Главни проблеми културних споменика и ресурса у оквиру општине/места.....	182
Табела 34: Главни разлози стања културних споменика на подручју општине/места.....	182
Табела 35: Информисаност о пројектима развоја туризма на подручју општине/места или ширег подручја.....	183
Табела 36: Очекивања доприноса пројекта „Тврђаве на Дунаву“ побољшању стања тврђава и развоја туризма на подручју општине/места.....	183
Табела 37: Очекивања доприноса различитих пројекта из области туризма и културе условима живота локалне заједнице.....	183
Табела 38: Структура узорка (домаћи туристи).....	185
Табела 39: Облици укључивања потенцијалних домаћих туриста у тур. кретања.....	186
Табела 40: Атрактивност ресурса у оквиру културне руте „Тврђаве на Дунаву” .....	187
Табела 41: Перцепција о аспектима и потенцијалу руте „Тврђаве на Дунаву” у Србији.....	188

Табела 42: Структура узорка (страни туристи).....	190
Табела 43: Облици укључивања страних туриста у туристичка путовања.....	191
Табела 44: Атрактивност ресурса у оквиру културне руте „Тврђаве на Дунаву” .....	192
Табела 45: Перцепција о атрактивним аспектима и потенцијалу културне руте „Тврђаве на Дунаву” у Србији.....	193
Табела 46: Приоритети ревитализације приликом креирања културне руте.....	216
Табела 47: Циљеви креирања културне руте који произилазе из визије и мисије.....	220
Табела 48: Интересовања и мотиви појединих сегмената туриста.....	221
Табела 49: Елементи понуде туристичког производа руте „Тврђаве на Дунаву“ .....	222
Табела 50: Предлог маркетиншких тактика за културну руту „Тврђаве на Дунаву” .....	233
Табела 51: Основни елементи за креирање бренда културне руте „Тврђаве на Дунаву“ .....	235

## ГРАФИЦИ:

График 1:.....	28
График 2: Нивои интерпретације на тврђавама на Дунаву у Србији.....	115
График 3: Степен атрактивности ресурса на основу резултата добијених валоризацијом по методи Х. Ду Крос.....	152
График 4: Конкурентност Србије на глобалном туристичком тржишту, 2007 – 2009.....	168
График 5: Атрактивност тврђава у оквиру руте „Тврђаве на Дунаву” у Србији.....	186
График 6: Однос атрактивних аспеката културне руте „Тврђаве на Дунаву” .....	187
График 7: Заинтересованост страних туриста за посету културној рути „Тврђаве на Дунаву” у Србији.....	189
График 8: Перцепција атрактивних аспеката културне руте „Тврђаве на Дунаву” .....	192
График 9: Заинтересованост страних туриста за посету културној рути „Тврђаве на Дунаву” у Србији.....	194

## КАРТЕ:

Карта 1: Просторни обухват Европске културне руте „Трансроманика” .....	29
Карта 2: Ток Дунава у Србији.....	41
Карта 3: Република Србија, Тврђаве на Дунаву у Србији.....	70

## СКИЦЕ:

Скица 1: Приказ система туристичког ланаца вредности.....	163
Скица 2: Модел конкурентности туристичке дестинације.....	167
Скица 3: Процес изградње туристичке дестинације.....	197
Скица 4: Пословни модел за развој креативног културног туризма на дестинацији.....	204
Скица 5: Приказ структуре стејкоходера у културном туризму.....	224
Скица 6: Групе стејкоходера кључних за формирање производа културног туризма.....	225
Скица 7: Графички приказ кључних стејхолдера културне руте „Тврђаве на Дунаву“ .....	227

## СЛИКЕ:

Слика 1: Ћердапска клисура, Србија.....	44
Слика 2: Тврђаве у Србији.....	69
Слика 3: Тврђава Бач.....	71
Слика 4: Тврђава Бач са Подграђем.....	72
Слика 5: Петроварадинска тврђава.....	75
Слика 6: План Петроварадинске тврђаве.....	76
Слика 7: Музеј града Новог Сада.....	78
Слика 8: Скулптура „Борба јелена”, Петроварадинска тврђава.....	78

Слика 9: Еуген Савојски.....	82
Слика 10 и Слика 11: Подграђе Петроварадинске тврђаве.....	84
Слика 12: Београдска тврђава.....	87
Слика 13: Симбол реда змаја.....	90
Слика 14: Београдска тврђава – поглед из Доњег града.....	91
Слика 15: Црква Ружица.....	91
Слика 16: Смедеревска тврђава.....	95
Слика 17: Смедеревска тврђава из ваздуха.....	95
Слика 18: Основа и објекти унутар Смедеревске тврђаве.....	96
Слика 19: Изглед племства у средњем веку.....	97
Слика 20: Идејно решење реконструкције Малог града Смедеревске тврђаве.....	98
Слика 21: Рамска тврђава.....	99
Слика 22: Рамска тврђава – унутрашњост.....	101
Слика 23: Рамска тврђава са Дунава.....	101
Слика 24: Голубачка тврђава.....	102
Слике 25 и 26: Голубачка тврђава са пута.....	103
Слика 27: Св. Георгије убива аждају.....	103
Слика 28: Идејно решење Голубачке тврђаве.....	104
Слика 29: Тврђава Фетислам, Кладово.....	105
Слике 30 и 31: Спољна капија тврђаве Фетислам у Кладову.....	106
Слика 32: Илустрација воденог духа.....	107
Слике 33 и 34: Запуштени амфитеатрални простор у тврђави Фетислам.....	108
Слике 35 и 36: Инфо-панели на тврђавама Бач и Фетислам.....	113
Слике 37 и 38: Музеј Кула Небојша и унутрашњост.....	114
Слика 39: Експедиција удружења СВИБОР.....	116
Слика 40: Плакат изложбе „Дунавска авантура”, Ноћ музеја 2011.....	117
Слика 41: Летак фестивала ЕГЗИТ 2011.....	121
Слика 42: СВИБОР 2007.....	124
Слика 43: Трка кроз историју 2010.....	124
Слика 44: Карта културне руте „Тврђаве на Дунаву” у Србији.....	132
Слика 45: Бициклическа рута „EuroVelo 6” кроз Србију.....	133
Слика 46: Пут ходочашћа Сантијаго де Кампостела.....	158
Слика 47: „Пут двораца” у Немачкој.....	159
Слика 48: Рута „Земља Катара”, Јужна Француска.....	160
Слика 49: Рута Дракуле у Румунији.....	160
Слика 50: Културна рута „Пут римских царева”, Србија.....	162
Слика 51: Контекстуални оквир визије.....	219
Слика 52: Веб-сајт ТОС-а.....	231

## ПРИЛОЗИ:

Прилог 1: Образац за идентификацију културне руте Савета Европе.....	248
Прилог 2: Анкета (домаћи и страни туристи).....	250
Прилог 3: Упитник за локално становништво.....	252
Прилог 4: Медијски извештаји о пројекту „Тврђаве на Дунаву”.....	254
Прилог 5: План изградње културног центра у оквиру Београдске тврђаве.....	257
Прилог 6: Вест о одржавању изложбе „Тврђаве на Дунаву”.....	258
Прилог 7: Програм студијске туре „Тврђаве на Дунаву”.....	259
Прилог 8: „Тврђаве на Дунаву“ - туристички програм за иностране туристе.....	260



## БИОГРАФИЈА



Александра Терзић, рођена Станојловић, рођена је у Крушевцу, 07. јануара 1984. године. Након завршене основне школе и Гимназије у свом родном граду, 2003. године уписује Природно-математички факултет у Новом Саду и на Департману за географију, туризам и хотелијерство 2007. године стиче звање Дипломирани менаџер у туризму са просечном оценом 8,93. Исте године уписује се на програм докторских студија на матичном факултету и као стипендиста Министарства науке и просвете учествује у пројектима „Географске транзиције у Србији“ на ПМФ у Новом Саду (2009-2011) и „Географија Србије“ (2011-...) на Географском институту „Јован Цвијић“ САНУ у Београду. Такође, током трајања докторских студија учествује и у пројектима Министарства културе Републике Србије под називом „Тврђаве на Дунаву“ (2010. године) и у ИПА пројекту „Авантуристичке туре –

Путевима кадарке, ракије и пива у ДКМТ регији“ (2011. године) спроведеног од стране Развојне агенције ДКМТ из Мађарске и Центра за истраживања и студије туризма из Новог Сада. Област њеног рада везана је за друштвену и туристичку географију, са посебним интересовањем за област културног туризма и менаџмента туристичких дестинација. Објавила је већи број радова у националним и међународним научним часописима и учествовала у већем броју конференција и научних скупова у земљи и иностранству. Од децембра 2011. године стално је запослена као истраживач сарадник на Географском институту „Јован Цвијић“.

**УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ**  
**ПРИРОДНО МАТЕМАТИЧКИ ФАКУЛТЕТ**  
**ДЕПАРТМАН ЗА ГЕОГРАФИЈУ, ТУРИЗАМ И ХОТЕЛИЈЕРСТВО**

<b>КЉУЧНА ДОКУМЕНТАЦИЈА</b>	
Редни број: <b>РБР</b>	
Идентификациони број: <b>ИБР</b>	
Тип документације: <b>ТД</b>	Монографска документација
Тип записа: <b>ТЗ</b>	Текстуални штампани материјал
Врста рада: <b>ВР</b>	Докторска дисертација
Аутор: <b>АУ</b>	Александра Терзић
Ментор: <b>МН</b>	Др Анђелија Ивков Цигурски
Наслов рада: <b>НР</b>	Тврђаве на Дунаву у Србији – потенцијал развоја културних рута
Језик публикације: <b>ЈП</b>	Српски / ћирилица
Језик извода: <b>ЈИ</b>	Српски
Земља публикације: <b>ЗП</b>	Србија
Уже географско подручје: <b>УГП</b>	АП Војводина
Година: <b>ГО</b>	2012.
Издавач: <b>ИЗ</b>	Ауторски репринт
Место и адреса: <b>МА</b>	Природно-математички факултет, Трг Доситеја Обрадовића 3, 21000 Нови Сад
Физички опис рада: <b>ФО</b>	10 поглавља, 265 страна, 52 слике, 51 табела, 3 карте, 9 графика, 7 скица, 8 прилога

Научна област: <b>НО</b>	Геонауке
Научна дисциплина <b>НД</b>	Туризам
Предметна одредница / кључне речи: <b>ПО</b>	Културни туризам, културне руте, Дунав, тврђаве, Србија
<b>УДК:</b>	
Чува се: <b>ЧУ</b>	Библиотека Департмана за географију, туризам и хотелијерство, Природно-математички факултет, Универзитет у Новом Саду
Извод: <b>ИЗ</b>	Основни циљ дисертације је да објасни концепт културне руте као средства за унапређење конзервације и очувања културног наслеђа, као и могућности искоришћавања културних ресурса приликом развоја туризма. Кроз анализу специфичности простора Србије и Подунавља, односно анализи специфичности туристичких ресурса заснованих на употреби културног наслеђа и тврђава, као и утврђивању услова који утичу на формирање туристичке понуде, дефинисана је културна рута „Тврђаве на Дунаву“ у Србији. Истраживања у оквиру дисертације су пратила реализацију пројекта „Тврђаве на Дунаву“ које је реализовало Министарство културе Републике Србије у периоду 2009-2010. године. С обзиром на бројност и очуваност тврђава дуж тока Дунава у Србији, сматра се да оне могу представљати веома значајан како примарни тако и комплементарни фактор у процесу развоја туристичке понуде Србије на Дунаву. Креирањем културне руте дуж тока Дунава, која би се састојала од елемената са значајним пејзажним, културним, историјским, геолошким или природним вредностима и која би укључивала разгледање и интерпретацију тврђава као кључних атракција омогућило би се искоришћавање постојећег потенцијала тврђава на Дунаву у Србији, која би се посредством туристичке анимације и презентације могла пласирати на туристичком тржишту и представљала би велики корак у формирању туристичког производа Србије.

	<p>Истраживањем су обухваћена насеља у оквиру којих се налазе тврђаве, те ја самим тим урађена и анализа инфраструктуре, социо-економских фактора, надлежних институција за заштиту споменика културе, као и институција надлежних за развој туризма, затим су спроведена истраживања ставова надлежних у овим институцијама, ставова резидентног становништва и ставова туриста у погледу тока развоја ове културне руте на Дунаву и друго. Тумачењем резултата истраживања дошло се до закључка да постоји велики интерес и реални потенцијал за формирање културне руте, као и бројни планови и пројекти за спровођење активности у смеру развоја туризма и унапређење и искоришћавање потенцијала појединих тврђава и других културних ресурса на Дунаву у Србији. Наравно, подршка међународних организација у стварању основних предуслова потребних за креирање културне руте су неопходна, тако да туристичке организације и надлежна министарства требају предузети посебне акције за пружање подршке локалним иницијативама које имају за циљ очување културног наслеђа и покретање пројеката развоја туризма на овом подручју.</p>
<p>Датум прихватања теме: <b>ДП</b></p>	<p>11/12/09</p>
<p>Датум одбране: <b>ДО</b></p>	
<p>Чланови комисије:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Академик Др Олга Хаџић, редовни проф. ПМФ, Нови Сад, председник</li> <li>• Др Снежана Бесермењи, редовни проф. ПМФ, Нови Сад, члан</li> <li>• Др Добрица Јовичић, ванредни проф. Географски факултет, Београд, члан</li> <li>• др Анђелија Ивков Џигурски, ванредни професор, ПМФ, Нови Сад, члан</li> </ul>

## UNIVERSITY OF NOVI SAD

## FACULTY OF SCIENCE

## DEPARTMENT OF GEOGRAPHY, TOURISM AND HOTEL MANAGEMENT

## KEY WORDS DOCUMENTATION

Accession number: <b>ANO</b>	
Identification number: <b>INO</b>	
Document type: <b>DT</b>	Monograph type
Type of record: <b>TR</b>	Printed text
Contents code: <b>CC</b>	Dissertation thesis
Author: <b>AU</b>	Aleksandra Terzic
Mentor: <b>MN</b>	Andjelija Ivkov-Dzigurski, PhD
Title: <b>XI</b>	Fortresses along the Danube – potential for cultural route development
Language of text: <b>LT</b>	Serbian / Cyrilic
Language of abstract: <b>LA</b>	Serbian
Country of publication: <b>CP</b>	Serbia
Locality of publication: <b>LP</b>	AP Vojvodina
Publication year: <b>PY</b>	2012.
Publisher: <b>PU</b>	Autor's reprint
Public place: <b>PP</b>	21000 Novi Sad, Trg Dositeja Obradovića 3.
Physical description: <b>PD</b>	10 chapters, 265 pages, 52 photos, 51 tables, 3 maps, 8 graphics, 7 sketches, 8 enclosures

Scientific field: <b>SF</b>	Geography
Scientific discipline: <b>SD</b>	Tourism
Key words: <b>UC</b>	Cultural tourism, cultural routes, Danube, fortresses, Serbia
<b>HD</b> note:	
Holding data: <b>SD</b>	Library of Department of Geography, Tourism and Hotel management, Faculty of Science, University of Novi Sad
Abstract: <b>AB</b>	<p>The main objective of the dissertation is to explain the concept of cultural routes as a means of promoting the conservation and preservation of cultural heritage, as well as the possibility of exploiting these resources in the development of cultural tourism. Through the analysis of specific areas of Serbia and the Danube river, as well as the analysis of specific tourism resources based on the use of cultural heritage and the conditions that influence on tourism development were established, so the cultural route „Fortresses along the Danube” in Serbia is defined. Dissertation research was following the project „Fortresses along the Danube in Serbia” implemented by the Ministry of Culture of Serbia in the period 2009-2010. According to the significance and preservation levels of the fortresses along the Danube in Serbia, it is considered that they may represent very significant, primary or complementary, factor in the development of the tourist offer of Serbia on the Danube. By creating a cultural route along the Danube, consisted of elements with significant landscape, cultural, historical, geological or natural resources, that would include a tour of the forts as well as quality interpretation of the key attractions, would allow the exploitation of existing potential of the fortress on the Danube in Serbia. That would enable the cultural route, through the animation and good presentation, to position itself on the tourist market and to represent a great step in the formation of the cultural tourist product of Serbia. The survey covered the towns with fortresses, and therefore the analysis of infrastructure, socio-economic factors, the institutions for the protection of cultural monuments, the institutions</p>

	<p>responsible for tourism development was made. Moreover, the relevant research studies were conducted in these institutions, as well as the survey on attitudes of the residents and tourists and their opinions regarding the cultural development of cultural route along the Danube in Serbia. The conclusions based on the research results led to confirmation of the starting opinion that there is a great interest and real potential for the formation of cultural routes in Serbia. It will follow numerous plans and projects for implementation of activities in the direction of tourism development and promotion of the utilization of some fortresses and other cultural resources in the Danube area in Serbia. Of course, the support of international organizations in creating the basic requirements for the creation of cultural routes are necessary, so that tourist organizations and relevant ministries should take the specific actions to support local initiatives that have the goal in the preservation of cultural heritage and tourism development projects in the area.</p>
Accepted by the Scientific Board on:	11/12/09
Defended on:	
Thesys Defend Board:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PhD Olga Hadžić, academic, Full proff. of Faculty of Science, Novi Sad, president</li> <li>• PhD Snežana Besermenji, Full proff of Faculty of Science, Novi Sad, member</li> <li>• PhD Dobrica Jovičić, Associate proff of Geographical Faculty, Belgrade, member</li> <li>• PhD Anđelija Ivkov Džigurski, Associate proff of Faculty of Science, Novi Sad, member</li> </ul>