
ПРИХОД ОД АРХИТЕКТОНСКЕ БАШТИНЕ

ОСНОВЕ, КАРАКТЕРИСТИКЕ, ПОТЕНЦИЈАЛИ

Сажетак: *Истраживање, обнова и одржавање непокретне културне баштине захтева средства за финансирање. Потребно је стручно размотрити све проблеме, стање на терену, потребе и предложити нов начин финансирања који мора бити у складу са могућностима друштва и начелима тржишта. Споменички приход представља начин укључења непокретне културне баштине у економски живот. Уколико се поступа према стручним начелима, такво укључење не претставља напад, негацију или профанизацију наслеђа већ први корак у регулацији споменичког потенцијала неке територије. Споменички приход обезбеђује одрживо управљање спомеником, дефинише максимални број корисника споменика, ограничава експлоатацију споменика, подстиче на правилан однос према споменику, стимулише баланс између прихода и расхода, даје подстицај даљем истраживању, обезбеђује средства потребна за текуће одржавање и даља истраживања итд. Приликом истраживања кориштена су теоријска и практична искуства земаља која су увела наплату Споменичке ренте.*

Кључне речи: *Споменички приход, споменици културе, културна баштина, одрживо управљање*

Увод

Споменици културне баштине представљају јединствене и непоновљиве документе. Не постоји могућност да се наново произведу или репродукују и да при том сачувају своју документарну вредност. Само уникатни и преостали

примерак може бити на располагању садашњим и будућим корисницима. Може се рећи да из трезора уникатности споменик црпи део своје егзистенције и аутентичности. Скуп вредности споменика није неисцрпан и неограничен те се драгоценост споменика начином коришћења и експлоатације не сме угрозити или умањити.

Потребно је одредити граничну вредност експлоатације споменика односно максимални број посетилаца архитектонског споменика. Максимални обим изражен у јединици времена (капацитет) одређује цену експлоатације. Не постоји споменик који је могуће неограничено експлоатисати без опасности од његовог оштећења или трајног губитка. Такође, искуство је показало да не објекат пропада без обзира да ли се користи или не. Начин коришћења споменика, било да је превелики или премали, у сваком случају може да доведе до његовог губитка.

2. Документација

2.1. Обавезе и права према архитектонском споменику

Финансирање истраживања, реконструкције и текућег одржавања архитектонског споменика у Србији се тренутно највећим делом реализује из средстава пореских прихода. Међутим, проблеми у функционисању економије се преносе и у област непокретних културних добара. Због тога је потребно укључити споменик у тржиште али на такав начин да се не угрозе његове вредности и његово достојанство. Експлоатација споменика мора бити вођена на стручан начин а акциони програми, по којима се поступа, морају се радити у сарадњи више дисциплина.

Менаџмент споменика¹ значајно се разликује од управљања сличним процесима у другим делатностима културе. Потребно је квалитетно познавање конзерваторске струке, маркетинга² и начина презентације архитектонског споменика³ и економије како би се могао сагледати међуоднос учествујућих дисциплина. Потребно је да се уоче појединачне вредности споменика који треба да се презентују и које могу да се искористе на тржишту а да се у исто време да се не угрози вредност и достојанство споменика. Споменик,

1 Worthing, D. and Bond, S. (2008) *Managing Built Heritage – The Role of Cultural Significance*, Oxford: John Wiley & Sons.

2 Misiura, S. (2006) *Heritage Marketing*, Oxford: Elsevier.

3 Costantino, G. and Cucchiara, R. (eds.) (2012) *Multimedia for Cultural Heritage*, Berlin: Springer Verlag.

мада се поставља на тржиште, не може се у целости препустити законима тржишта.

Један од веома честих приступа споменику је његова неограничена експлоатација. Са друге стране недовољна и инертна експлоатација споменика такође доводи до његовог губитка.

Правилним укључењем споменика у тржиште и порастом прихода које остварује споменик омогућава се квалитетније истраживање, пропагирање и одржавање. Истовремено, са повећањем квалитета презентације споменика расте број посета споменику и доходак који се остварује, који опет омогућује ново истраживање и нове податке који се нуде тржишту. Са растом значаја споменика на тржишту расте и вредност некретнина у околини споменика и дуж приступних саобраћајница ка споменику чиме се повећава основица за обрачун пореза на имовину. Поред утицаја на некретнине, унапређење управљања спомеником доприноси развоју локалног предузетништва јер се повећава број потенцијалних корисника услуга, производње и заната и стварају се услови за бољи живот становника.

2.2. Вредности архитектонског споменика

Споменик поседује низ вредности које, осим науци, могу да буду атрактивне и корисне на тржишту. Наравно, начело етике у газдовању спомеником мора бити најпре задовољно. Вредности споменика *Bernard Feilden*⁴ групише на следећи начин:

- 1) Емоционална вредност: а) усхићење; б) идентитет; с) континуитет; д) духовна и симболичка;
- 2) Културна вредност: а) документарна; б) историјска; с) археолошка, старосна и реткосна; д) естетичка и симболичка; е) архитектонска; ф) урбана, природна и еколошка; г) технолошка и научна;
- 3) Употребна вредност: а) функционална; б) економска; с) социјална; д) педагошка; е) политичка и етничка.

Између великог броја вредности архитектонског споменика за потребе економске анализе издвајају се следеће:

- а) Јединственост.⁵ Споменик је уникатан. Не постоји његов дупликат, копија или реплика а да је једнако вредна као и оригинал.

4 Feilden, B. (2003) *Conservation of Historic Buildings*, Oxford, Architectural Press, p. 261-273.

5 Божић, Ј. (2004) *Време у простору—теорија и историја очувања грађевинског наслеђа*, Бања Лука: Завод за издавање уџбеника, стр. 21-24.

б) Документација о материјалу, градитељској техници, конструкцији, организацији и обликовању.⁶ Споменик је документ у коме се налазе записани подаци о организацији, материјалима, градитељској техници, вештини људи и друштва које га је стварало. Део података се може констатовати постојећим техникама и знањима али један део сигурно не може. Део података у објекту не могу се уопште копирати и умножавати. Са сваком интервенцијом се, без обзира на њен квалитет, неповратно губи по један део документарности споменика.

в) Ненадокнадивост. Целина или део споменика, настао у прошлости, се не може надоместити било каквим радом данас. Тај историјски сегмент споменика даје нову вредност споменику сваким новим даном.

г) Историјска вредност. Споменик предочава одређени степен развоја друштва или региона. Ова вредност је већа што се јасније читава изворно стање у коме се споменик налазио непосредно након постанка.

ђ) Спонтана комеморативна вредност. Овај термин је увео Alois Riegl⁷. Документ о постојању или присуству појединца, друштва, народа, нације, пословне групе или историјског периода. Споменик садржи у себи документе о присуству личности или догађаја битног за социјалну групу или државу.

е) Намерна комеморативна вредност. Ова врста споменика од свог настанка има задатак да одређена друштвена вредност никада не буде заборављена, не постане прошлост и да заувек живи међу одређеном популацијом.

ж) Употребна вредност.⁸ Много споменика вековима након настанка има неку употребну вредност која се мора надоместити уколико се они искључе из живота.

з) Уметничка вредност. Сваки споменик има уметничку вредност уколико одговара захтевима модерног уметничког става.

и) Новитетна вредност. Споменик претставља документ иновативности одређеног времена или друштва.

6 Ненадовић, С. (1980) *Заштита градитељског наслеђа*, Београд: Архитектонски факултет, стр. 151-155.

7 Riegl, A. (2006) Модерни култ споменика, његова бит, његов постанак у: *Анатомија повјесног споменика*, Шпикић, М. (ед.) Загреб: Институт за повијест умјетности, стр. 387-410.

8 Stovel, H. (2001) Интегративни приступи урбаној и просторној конзервацији, *Гласник Друштва конзерватора Србије* број 25, Београд: Друштво конзерватора Србије, стр. 21-24.

ј) Релативна уметничка вредност. Неки споменици, који су негативно прихваћени у свом времену сада постају предмет поштовања.

2.3. Ограничења архитектонског споменика

Поред низа вредности које афирмишу архитектонски споменик на тржишту постоји и група вредности које могу да ограничавају употребну вредност споменика. Такве вредности настају услед потребе да се очува споменик и његова документарност⁹:

а) Ограниченост употребе.¹⁰ Услед услова очувања споменика потребно је ограничити употребу споменика.

б) Непоновљивост и ненадокнадивост услед губитка ограничава обим потрошње споменика у физичком, маркетиншком и сваком другом обиму. Смањени број посетилаца, проузрокован захтевом очувања споменика, повећава вредност једне посете те тако директно утиче на формирање цене улазнице, слике или знака.

в) Ограниченост времена експлоатације објекта. Све људском руком створено временом се троши и на крају нестаје. Доживљај неког објекта има ограниченост у обиму посета и тај ограничени број је додатно временски ограничен.

2.4. Улагања у архитектонски споменик

Улагања у архитектонски споменик се могу вршити на самом објекту, на непосредној околини – парцели споменика, на ближој околини споменика, на широј околини споменика и на нивоу региона или државе. Сва наведена улагања имају свога татора. На основу наведених улагања друштво/правно/физичко лице стичу и одређена права током експлоатације споменика. Сви наведени нивои улагања могу бити прецизно дефинисани и јасно се одредити њихово учешће у општим улагањима на објекту. На тај начин је могуће доћи и до грубе скице поделе реализованих обавеза над спомеником и права над дохотком оствареним на истим.

9 Stovel, H. (2002) Мониторинг културног наслеђа, *Гласник Друштва конзерватора Србије*, број 26, Београд: Друштво конзерватора Србије, стр. 16-21.

10 Jokileto, J. (2002) Аспекти аутентичности, *Гласник друштва конзерватора Србије* број 26, Београд: Друштво конзерватора Србије, стр. 11-16.

2.5. Приход од архитектонског споменика

Сваки непокретни споменик културне баштине треба да буде на располагању друштву. Он је део заједничке имовине и (теоријски) не би требао бити предмет искључиво личног конзумирања. Са друге стране трошкови одржавања објекта не могу бити само на терету власника већ и друштво треба да партиципира у истим (по основу права на кориштење споменика). Може се констатовати да је већина архитектонских споменика који су стављени на располагање посматрачима претходно претрпела одређена улагања како би се уподобила.¹¹

Цена експлоатације споменика је сложен појам и састоји се од основног права власника над некретнином, директних улагања у објекат и инфраструктуру и улагања у трошкове рада којима се споменик уподобљава да може да партиципира на тржишту.

Приход од архитектонског споменика представља вид накнаде власнику, закупцу или улагачу за улагања која је извршио како би непокретно културно добро довео у стање да партиципира у јавности или доходује на тржишту.¹²

Споменик може доходовати директно на тржишту (кроз улазнице и посете) и индиректно (остале делатности које се обављају у утицајној зони споменика имају повећане приходе захваљујући споменику).

3. ДИСКУСИЈА

3.1. Појам и основ прихода архитектонског споменика

Споменички приход је инструмент којим се обезбеђују средства за истраживање, обнову, презентацију и текуће одржавање споменика. Утицај споменика се проширује много шире на друштвене токове чиме је значај много већи за локалну и државну економију.¹³

Споменик може да остварује доходак непосредно и посредно, Непосредно од улазница и продаје производа на локацији споменика. Посредно тако што утиче на промоцију

11 Бранди, Ч. (2001) За план историјског градског језгра, *Гласник друштва конзерватора Србије* број 25, Београд: Друштво конзерватора Србије, стр. 25-29.

12 Feilden, В. (1981) *Увод у конзервирање културног наслеђа*, Загреб: Друштво конзерватора Хрватске.

13 Pendlebury, J. (2009) *Conservation in the age of consensus*, London: Routledge, p. 165-185.

региона у коме се налази, повећање вредности услуга и производа који се у датом региону стварају, повећање обима промета у угоститељским објектима, трговинама и занатским радњама.

Споменички приход је регулатор обима коришћења споменика. Непокретно културно добро је ограничен ресурс. Не може се наново произвести, не може се копирати а свака интервенција (па чак и најстручније изведена) умањује вредност споменика као документа јер брише део његове документарности. Обим експлоатације споменика је ограничен, не може се бесконачно рабити како у погледу посетилаца који га походе тако и у погледу фотографија или знака. Претерани број посетилаца може да проузрокује оштећење подова, зидова или промену микроклиме што као последицу може опет довести до оштећења споменика.

3.2. Дефинисање начина понашања корисника простора око споменика

У ближој и даљој околини споменика се мора дефинисати посебан режим коришћења простора како би се избегли утицаји на механичке процесе у споменику и на визуелно загађење како се не би умањиле вредности споменика. Неуравнотежена експлоатација објекта, слике или знака, доводи до његове деградације и смањења вредности. Одржавање правилног односа између потражње на тржишту и понуде разнородних облика споменика мора бити у складу са захтевима старања доброг домаћина (да се не премаши обим понуде у односу на потражњу нити да се нуди мање него што то тржиште може да апсорбује).

3.3. Улагања у објекат и околину

Споменички приход директно зависи од обима и квалитета улагања у архитектонски споменик, инфраструктуру и непосредну околину.

Улагања у споменик: истраживање, археолошке радове, грађевинске радове, реконструкцију и рестаурацију свих саставних делова објекта, уређење партера, уређење околине, финансирање урбанистичке документације, инфраструктура у погледу водовода, канализације, електроинсталација, саобраћајне мреже, туристичких објеката у непосредној околини и тако даље.

Улагања у инфраструктуру: Колико је споменик приступачан потрошачима у материјалном (саобраћајном и физичком) и нематеријалном смислу (информацијски, пропагандно, образовно, културолошки итд.) даје меру интеграције

споменика у тржиште. Лоше интегрисан споменик на тржишту, без обзира на његову драгоценост, важност или врхунску обнову, неће дати добре резултате. Са друге стране, објекат који није квалитетно обрађен и правилно презентован на тржишту неће дати потребне резултате.

Улагања у околину споменика: Околина у којој се споменик налази може се поделити у две групе: нематеријална околина (да ли је околина већ брендирана, рекламирана, публикована, уложена средства и рад у стварање имена, препознатљивости, научне и туристичке истражености) и материјална околина (да ли је инвестирано у планску регулативу, уређење околине, квалитет саобраћајница, квалитет инфраструктуре итд.).

3.4. Сложеност дефинисања зоне утицаја

Лоше стање неког споменика или његова лоша обнова уништава многа позитивна достигнућа нематеријалне и материјалне његове околине. Сви сукорисници простора међусобно су повезани односно не постоји акција која не изазива реакцију.

Споменици који привлаче велики број посетилаца траже квалитетну саобраћајну мрежу ради приступа. Што је значај споменика већи и зона његове привлачности већа то се потребна саобраћајна мрежа усложњава, у исто време се усложњавају службе које опслужују споменик и повећава потребни степен њихове стручне спреме.

Усамљени споменици такође траже инвестиције за изградњу саобраћајне мреже којом се њима приступа. Уколико је могуће, рационално је стварати групе споменика који се презентирају и наступају заједно на тржишту. Трошкови генерисања туристичког саобраћаја се деле на више споменика али и улагања у инфраструктуру, која побољшава квалитет споменика, се такође деле.

3.5. Цена потрошње и расподела трошкова

Цена потрошње неког споменика зависи од начина експлоатације и његовог текућег одржавања. Споменици који нису на располагању туристима имају потребу за текућим одржавањем и надзором.

Расподела трошкова и прихода током експлоатације споменика зависи од улагања појединачних учесника и може припасти власнику, закупцу или држави, односно, правном или физичком лицу. Која је цена потрошње споменика, уколико се користи за туристичке посете, зависи од претходних

улагања која су морала бити спроведена на објекту, широј и ужој локацији.

Поред улагања у објекат и инфраструктуру потребна је организација људи која уређује споменик, чува га, даје потребне информације, припрема и штампа материјал, емитује пропагандне поруке а све са циљем да се одржи или увећа број корисника споменика при чему се јављају трошкови. Поред наведеног битно је да ли је споменик у почетку свога привређивања и тек осваја тржиште или споменик има извештан обим публициитета односно наслеђених посетилаца.

3.6. Капацитет споменика и контрола потрошње споменика

Максимални број посетилаца који може да прими споменик је податак која се мора мултидисциплинарно одредити. Број посетилаца утиче на потрошњу споменика, како физичку кроз хабање стаза и подова, до евентуалне превелике доступности у јавности и медијима. Велики број споменика је укључен у верски живот и посетиоци који приступају у њега као верски објекат не могу бити изједначени као туристи којима је туризам или сазнање превасходни циљ. Тиме се мора кориговати број посетилаца који могу да користе споменик.

Постоји могућност да онај који управља спомеником свесно повећа доступност споменика како би остварио већи доходак. Стога степен ризика мора бити периодично оцењиван од стране тела које формира држава или локална заједница без обзира на то да ли споменик раби приватник или држава. Правила експлоатације споменика морају се знати на почетку посла и морају бити јавна како би се провериле све одреднице и испоштовало демократско начело. Та правила би требало да се састоје од универзалног дела и специјалних одредница које варирају од споменика до споменика.

4. Закључак

Споменици културне баштине представљају јединствене и непоновљиве документе прошлости. Не постоји могућност да се наново произведу или репродукују а да сачувају своју документарну вредност. Менаџмент споменика значајно се разликује од управљања у другим областима културе. Поштујући начело етике, у оквиру великог броја вредности које поседује споменик, могу се издвојити следеће особине корисне за тржиште: Јединственост, Документација о материјалу, градитељској техници, конструкцији и организацији – обликовању, Ненадокнадивост, Историјска вредност, Спонтана комеморативна вредност, Намерна комеморативна

вредност, Употребна вредност, Уметничка вредност, Новитетна вредност, Релативна уметничка вредност.

Споменички приход претдставља вид накнаде власнику, закупцу или улагачу за улагања која је извршио како би непокретно културно добро довео у стање да буде приказано јавности, односно партиципира на тржишту. Споменик може доходовати директно кроз улазнице и трговину материјалима на лицу места и индиректно тако што повећава доходак осталим делатностима у референтној околини.

Улагања се могу вршити на грађевини објекта, на непосредној околини – парцели споменика, на ближој околини споменика, на широј околини споменика и на нивоу региона или државе. Сва наведена улагања се диференцирају према свом власнику. На основу наведених улагања друштво/правно/физичко лице стичу одређена права током експлоатације споменика. Цена експлоатације споменика је сложена и састоји се од основног права власника над некретним, директних улагања у објекат и улагања у трошкове рада којима се споменик уподобљава да може да партиципира на тржишту.

Споменички приход директно зависи од: власништва над објектом, улагања у споменик и инфраструктуру која га окружује, улагања у објекат, истраживање, археолошке радове, грађевинске радове, реконструкцију и рестаурацију свих саставних делова објекта, уређење партера, уређење околине, финансирање урбанистичке документације, инфраструктуре (водовод, канализација, електроинсталације, саобраћајна мрежа), туристичких објеката итд.

Околина у којој се споменик налази може се груписати у: нематеријална околина (да ли је околина већ брендирана, рекламирана, публикована, уложена средства и рад у стварање имена, препознатљивости, научне и туристичке истражености) и материјална околина (да ли је инвестирано у планску регулативу, уређење околине, квалитет саобраћајница, квалитет инфраструктуре итд.).

Рационално је стварати групе споменика који се презентују заједно чиме се трошкови генерисања туристичког саобраћаја и улагања у инфраструктуру деле на више споменика. Расподела трошкова и прихода током експлоатације споменика зависи од улагања појединачних учесника и може припасти власнику, закупцу или држави.

ЛИТЕРАТУРА:

- Божич, Ј. (2004) *Вријеме у простору – теорија и историја очувања градитељског наслеђа*, Бања Лука: Завод за издавање уџбеника.
- Бранди, Ч. (2001) За план историјског градског језгра, *Гласник друштва конзерватора Србије* број 25, Београд: Друштво конзерватора Србије, стр. 25-29.
- Costantino, G. and Cucchiara, R. (eds.) (2012) *Multimedia for Cultural Heritage*, Berlin: Springer Verlag.
- Denhez, M. and Dennis N. S. (eds.) (1994) *Legal and financial aspects of architectural conservation*, Toronto: Dundurn Press.
- Feilden, B. (1981) *Uvod u konzerviranje kulturnog nasleđa*, Zagreb: Društvo konzervatora Hrvatske.
- Feilden, B. (2003) *Conservation of Historic Buildings*, Oxford: Architectural Press.
- Jokileto, J. (2002) Аспекти аутентичности, *Гласник друштва конзерватора Србије* број 26, Београд: Друштво конзерватора Србије, стр.11-16.
- Misiura, S. (2006) *Heritage Marketing*, Oxford: Elsevier.
- Mourato, S. and Mazzanti, M. Economic Valuation of Cultural Heritage: Evidence and Prospects, in: *Assessing the Values of Cultural Heritage*, ed. De la Torre, M. (2002), Los Angeles: The Getty Conservation Institute, p. 51-77.
- Ненадовић, С. (1980) *Заштита градитељског наслеђа*, Београд: Архитектонски факултет.
- Нешковић, Ј. (1986) *Ревитализација споменика културе*, Београд: Архитектонски факултет.
- Pendlebury, J. (2009) *Conservation in the age of consensus*, London: Routledge.
- Riegl, A. Модерни култ споменика, његова бит, његов постанак, у: *Анатомија повјесног споменика*, уредник Шпикић, М. (2006) Загреб: Институ за повијест умјетности.
- Stovel, H. (2001) Интегративни приступи урбаној и просторној конзервацији, *Гласник Друштва конзерватора Србије*, број 25, Београд: Друштво конзерватора Србије, стр. 21-24.
- Stovel, H. (2002) Мониторних културног наслеђа, *Гласник Друштва конзерватора Србије*, број 26, Београд: Друштво конзерватора Србије, стр. 16-21.
- Worthing, D. and Bond, S. (2008) *Managing Built Heritage – The Role of Cultural Significance*, Oxford: John Wiley & Sons.

Duško Kuzović

College for Football Coaching and Sport management *Football Academy*,
Belgrade

ANNUITY FROM ARCHITECTURAL MONUMENTS:
FUNDAMENTALS, CHARACTERISTICS, POTENTIAL

Abstract

Research, restoration and maintenance of immovable cultural heritage requires funding. Before proposing a new way of funding that is in accordance with society possibilities and market principles, all the problems, field situations and needs should be professionally assessed. Monument annuity represents a way of including the immovable cultural heritage into economic domain. If based on professional principles, this would not represent an attack, a denial or profanation of heritage but could be the first step in regulation of the monumental potential of a territory. Monumental annuity provides sustainable monument management, defines maximum number of monument users, restricts monument exploitation, encourages proper attitude towards the monument, stimulates income, balances expenses, provides incentive for further exploration, provides funds needed for research and maintenance etc. During research, we used the theoretical and practical experiences of countries that have introduced payment of monument annuity.

Key words: monument annuity, cultural monuments, cultural heritage, sustainable management



Драгољуб Станковић Чиви,
Карађорђев вајат, 2014.