

**IDENTITET GRADA KAO EKSPERIMENT: STRATEGIJA RAZVOJA
NOVOG SADA DO 2030. GODINE****CITY IDENTITY AS AN EXPERIMENT: STRATEGY OF NOVI SAD UNTIL 2030.**

Aseneta Subić, *Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad*

Oblast – ARHITEKTURA I URBANIZAM

Kratak sadržaj – Rad se bavi transformacijom naselja lociranog izvan gradskog centra, kroz različite etape realizacije, definisane strategijom razvoja Novog Sada do 2030. godine. Projekom se, pre svega, ispituju pozitivne vrednosti centralnog područja Novog Sada i analiziraju se elementi koji čine njegov identitet. Prenošnjem utvrđenih najvrednijih sadržaja iz centralnog gradskog jezgra u drugi deo grada, odnosno decentralizacija istih, jedan je od strateških principa razvoja Novog Sada. Cilj je da se prenošenjem ovih pozitivnih aspekata unapredi odabrana lokacija i kao takva pruži stanovnicima prostore za poboljšanje svakodnevnog života.

Ključne reči: *Strateško planiranje, gradski centar, identitet, transformacija, decentralizacija*

Abstract – The work describes transformation of the settlement located outside of the city centre through different stages of realisation, defined by development strategy of Novi Sad until 2030. The project mainly examines positive and valuable contents of central area of Novi Sad and analyses elements that form his identity. Decentralization of the most valuable determined contents from city core to another parts of city is one of the main strategic principles of development of Novi Sad. The goal of transferring this positive aspects from city core is to improve selected location, and as such give residences opportunity to improve their everyday life.

Keywords: *Strategic planning, city center, identity, transformation, decentralization*

1. UVOD

Novim strategijama razvoja gradova glavni akteri strateškog planiranja, uključujući i učešće zajednice i građana, streme ka definisanju vizije koju sprovode kroz različite scenarije, a sve radi unapređenja osnovne funkcije naselja da obezbedi ljudima potrebe za stanovanjem, odmorom, radom, društvenim i duhovnim životom.

Kako bi se ova strategija sprovela, u radu je najpre sprovedeno teorijsko istraživanje pojma identiteta grada. Istraženi su elementi koji čine identitet jednog grada. Primenom teorijskih koncepata, dalje je analiziran pojam identiteta na konkretnom primeru centralnog područja grada Novog Sada, a zatim, na bazi rezultata istraživanja, predloženo rešenje za periferno locirano naselje Telep.

NAPOMENA:

Ovaj rad proistekao je iz master rada čiji mentor je bila dr Milica Vračarić, vanr. prof.

2. IDENTITET GRADA

Moćan i atraktivan, identitet pomaže gradovima da stvore osećaj pripadnosti i povezanost među svojim stanovništvom i motiviše ih za zajednički rad. Aktivan identitet jeste onaj u kom se odvija život, iz kog se lako definišu elementi koji čine DNK tog prostora i predstavljaju pozitivni aspekt identiteta. Treba identifikovati one elemente čije uklapanje u plan doprinosi jedinstvenom karakteru određene lokacije.

Na neizgrađenim lokacijama treba naročito uložiti napor da se postojeći elementi i datosti prostora uklape u plan. Oživljavanje istorijskih elemenata pruža mogućnosti za obogaćivanje otvorenih prostora [1]. Snažan “vizuelni identitet” postiže se novim dizajnom i upotrebom visokokvalitetnih građevinskih materijala.

2.1. Unutrašnji i spoljašnji grad

Nije dovoljno grad posmatrati kao entitet po sebi, već je važno da identitetu grada pristupamo putem percepcije onih koji u njemu žive, kao i onih koji ga posećuju. Identitet grada može se posmatrati spolja, kao predstava koju o njemu imaju drugi, ali i iznutra, subjektivno. Tako shvaćen identitet grada ima najmanje dve strane: jedna je unutrašnja, druga spoljašnja. Na prvoj, unutrašnjoj strani, imamo identitet grada u užem smislu reči, shvaćen kao samopercepcija, predstava, doživljaj samih njegovih stanovnika.

Na drugoj, spoljašnjoj strani, stvara se slika grada u očima drugih koji nisu stanovnici tog grada. Ova dva pojma nisu samostalni entiteti, već se međusobno prožimaju i moguće ih je tek analitički razdvojiti, pa i to ne potpuno. Jer, kako grad percipiraju drugi, izvana, ulazi u samu konstituciju identiteta, kroz stalni dijalog sa unutrašnjim doživljajem [2].

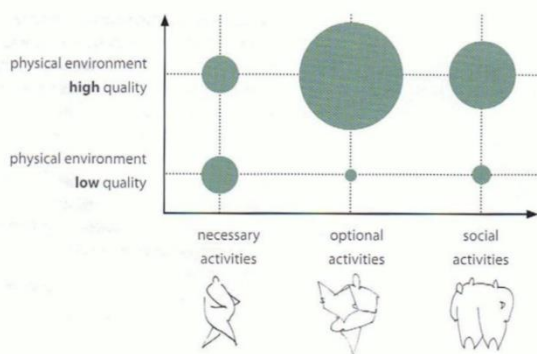
2.2. Ambijent

Gradski ambijent čini obeležje identiteta određenog gradskog područja pa ga tako možemo prepoznati pod nazivom boemska četvrt, industrijska zona, trgovački potez ili istorijski ambijent. To znači da pod pojmom gradskog ambijenta možemo da razumemo određenu seriju utisaka o određenom stilu, istorijskom periodu ili aktivnosti. Na tom osnovu stanovnici ili posetioci grada postepeno grade svoje ponašanje i očekivanja onoga što tamo mogu da vide, dožive ili ostvare. Gradski ambijent predstavlja najozbiljniji izazov i iskušenje planera i arhitekata, ali i najveću odgovornost onih koji u gradu i o gradu odlučuju [3].

2.3. Otvoreni prostori u urbanom tkivu

Neizgrađeni ambijenti urbanog tkiva treba da potvrde najvažniji princip urbanističkog projektovanja, da ono što ostaje između fizički izgrađenih objekata, dakle javni, otvoreni prostori treba da budu najbitniji program i uslov kvaliteta svakog urbanog područja. To su svi otvoreni prostori u gradu koji su namenjeni kolektivnom korišćenju i dostupni su svim građanima. Mogu biti različitih namena, prvenstveno za okupljanje većeg broja ljudi, za kretanje i korišćenje u cilju obavljanja različitih aktivnosti vezanih za taj prostor, za sadržaje u okolnim gradskim blokovima i za grad u celini.

Uticaj prostora, odnosno fizičkog okruženja u kome se odvijaju aktivnosti, izuzetno je velik kada su u pitanju kvalitet i učestalost ponavljanja istih. Otvoreni prostori će privlačiti nove posetioce i zadržavati stalne ukoliko su opremljeni, uredni i bezbedni, samim tim i primamljivi. J. Gel navodi podelu aktivnosti na otvorenom na tri tipa u odnosu na njihovo fizičko okruženje, kako je prikazano na slici 1 [4].



Slik
a 1. Veza kvaliteta okruženja i vrste aktivnosti [5]

2.3.1. Trg – centar društvenog života zajednice

Trg je jedinstveni urbani element koji je od nastanka grada imao značajnu ulogu ne samo kao formalni element urbane matrice, već i kao važno mesto društveno-istorijskih događaja. Pored velikog broja javnih prostora u gradu, trg ima posebno mesto jer se lako prepoznaje i pamti, predstavlja centar društvenog života stanovnika kao najznačajnije mesto okupljanja i susreta u naselju koji je uvek deo njihove memorije. Broj programa na trgovima u stalnom je porastu. Današnji trgovi gotovo nikad nisu monofunkcionalni, već predstavljaju okvir za najrazličitije manifestacije, te se svakodnevno potvrđuje stav da je aktivnost na trgu važna za njegovu vitalnost i vizuelnu privlačnost [6].

2.3.2. Ulica – mesto komunikacije i susreta

Ulica, za razliku od trgova i drugih otvorenih javnih prostora, ima naglašenu linearost koja joj daje poseban karakter. Prvobitna i osnovna funkcija ulice bila je komunikacija i povezivanje. Linijski karakter ulice čini kontinualni potez u kome se stvaraju serije slika pri kretanju [6]. Takođe stil života koji se svakodnevno odvija na ulicama stvara određeni identitet i karakter kvarta. Ona je mesto interakcije na kome se ljudi slobodno okupljaju i kreću. Ovo je posebno tačno kada ulica predstavlja mesto prolaska, odnosno prostor kroz

koji mora da se prođe da bi stigao do određene lokacije. Dakle ulica je glavni spoljni prostor grada i suštinska komponenta urbanog obrasca bez koje grad ne bi funkcionisao.

2.3.3. Park – zelena oaza u tkivu grada

Park je specifičan javni prostor. Za razliku od svih ostalih javnih prostora njega ne formiraju fizički objekti. Park je oblikovana i podsticajna zelena površina, kod koje je važan akcenat na njenoj ekološkoj ulozi. Međutim, park nije samo pejzažno uređen prostor prekriven rastinjem, već prostor koji svojom dobrom opremljenošću i održavanjem, uz mogućnost odvijanja različitih programa, privlači ljude da borave u njemu. Kao takav, bez obzira na njegove razmere, stvara određeni karakter i identitet i postaje mesto gradskog ponosa.

2.3.4. Unutarblokovski prostori

Unutarblokovski prostori su neizgrađene, najčešće uređene otvorene zelene i/ili popločane površine koje sa svim svojim karakteristikama i funkcionalnim osobinama predstavljaju mikroceline svakog grada. Ovi prostori prepoznati su kao pozitivni i značajni za život zajednice. Oni su neophodni za zdravu svakodnevicu jer daju osećaj pripadnosti zajednici. Ovakvi prostori oivičeni objektima oslikavaju lokalni karakter, prikazuju kako ljudi žive u tom prostoru, kako se ponašaju i šta rade.

3. IDENTITET GRADA U STRATEGIJI RAZVOJA NOVOG SADA DO 2030. GODINE

3.1. Analiza Centra Novog Sada

Centralno područje Novog Sada predstavlja prepoznatljivu zgusnutu urbanu strukturu sa izgrađenim objektima manje spratnosti, najčešće atrijumskog tipa, koje formiraju duge nizove i definišu linearne pravce ulica. Ono je proglašeno za prostorno kulturno-istorijsku celinu od velikog značaja 2008. godine i na taj način ujedno je postao spomenik nacionalnih vrednosti. Način ovako izgrađenih centara u panonskim naseljima, jedan je od nosilaca identiteta vojvođanskih gradova.

3.1.1. Pešačke površine i programske karakteristike

Javni prostori centralnog područja su mesta najintenzivnije socijalizacije u gradu. Oni su mesta susreta, kontakta, razmene, odmora i uživanja. Polazište mnogih novosadskih turističkih ruta je centralni gradski trg – Trg slobode. Ulice oko glavnog gradskog trga pešačkog su karaktera i najkvalitetnije su u posmatranom području. Dve glavne pešačke ulice koje se nadovezuju na trg su Zmaj Jovina i Dunavska. Ove ulice bogate su ugostiteljskim i trgovačkim sadržajima koji se odvijaju u prizemljima, i na samim ulicama.

Ispresecane su pasažima u kojima je mnoštvo prodavnica, restorana, zanatskih radnji, muzeja i galerija, i deo su uvek žive pešačke zone centralnog gradskog jezgra. U kontekstu značaja za sam grad i njegove stanovnike, centar objedinjuje najveći broj sadržaja koji prema ovoj studiji predstavljaju reperno-žične tačke u naselju. Najveći procenat namena zauzima poslovanje (42,08%) od čega je najveći deo ugostiteljstvo (21,32%) i trgovina

(18,43%). Opravdanost ove situacije čini se da leži upravo u potrebama korisnika, odnosno njihovim posetama i ocenama koje daju.

Zanimljiv je podatak da posetioce u centar grada dominantno privlači upravo ugostiteljski sadržaj, kako turiste, tako i domaće korisnike. Razlog posete centru najčešće je odmor i uživanje, odnosno zadovoljenje hedonističkih potreba.

3.1.2. Anketa

U cilju valorizacije elemenata centralnog gradskog područja sprovedena je anketa koja se bavi pitanjem identiteta centra grada. U sprovođenju ankete učestvovalo je 89 ispitanika koji su odgovorili na 15 pitanja.

Prema ispitanicima, Zmaj Jovina ulica je označena kao ulica najbogatija sadržajima, a zajedno sa Trgom slobode, Katoličkom portom i prostorom oko spomenika Svetozaru Miletiću i Crkvom Imena Marijinog, prepoznata je kao prostor sa kojim se posetioци najviše identifikuju i najviše ga posećuju. Drugu grupu predstavljaju Dunavska ulica i Dunavski park koji su takođe visoko ocenjeni u anketi.

3.2. Definisane DNK centra Novog Sada

Iz sprovedenih analiza centralnog područja i podataka dobijenih iz ankete može se zaključiti da je ono što centar izdvaja od drugih područja u gradu svakako njegova prilagođenost pešačkom kretanju, odnosno mreža povezanih pešačkih površina na kojima je ukinut kolski saobraćaj. Površine koje se izdvajaju kao najposećenije jesu svakako Trg slobode, ulice Zmaj Jovina i Dunavska, kao i Dunavski park. Ono što ih čini najposećenijim jeste raznolikost sadržaja koju nude. Iz analiza postojećih namena mogu se izdvojiti namene koje su najzastupljenije u ovim prostorima centralnog područja dok su u drugim delovima grada svedene na minimum.

DNK lanac centra Novog Sada čine četiri elementa koja predstavljaju četiri osnovne namene koje privlače posetioce, i koje grade dva bazična para ovog zamišljenog DNK lanca:

trgovina – ugostiteljstvo
administracija – kultura

3.3. Decentralizacija – potencijalni centri Novog Sada

Planiranjem novih centara definiše se strategija razvoja Novog Sada. Kako se gradovi neprestalno teritorijalno šire, ovim principom funkcionalnost grada bi se poboljšala, odnosno njegova dostupnost, a opterećenost centralnog jezgra grada bi se rasteretila. Umnožavanjem novih centara kroz duži vremenski period dobija se policentrična struktura grada, nove gravitirajuće tačke sa manjim distancama.

Analizirani su potencijalni novi sub-centri Novog Sada – Podgrađe, Bistrica i Telep, koji bi se razvili strateškim prenošenjem ključnih elemenata postojećeg istorijskog centra grada do 2030. godine. Povezanost novonastalih centara sa sadašnjim centrom visokofrekventnim saobraćajnicama, obrazuje novu turističku rutu, koja bi isticala vrednosti čitavog grada. Uticaj na dalji razvojni tok koji bi se nastavio nakon 2030. godine, otvara mogućnosti za proširenje mreže manjih gradskih centara.

4. PROJEKAT TRANSFORMACIJE DELA TELEPA

4.1. Lokacija i kontekst

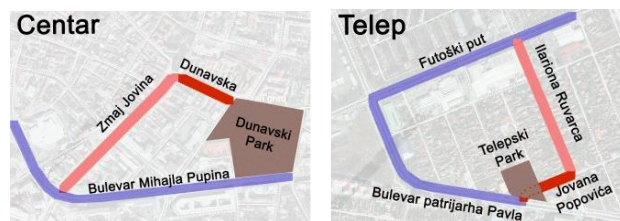
Naselje Telep, izabrano za dalju razradu, locirano je u zapadnom delu Novog Sada. Nastalo je između dva velika rata pod nazivom Adamovićevo naselje, a koje će kasnije zauzeti teritoriju na drugoj strani današnjeg Bulevara Evrope. Karakteriše ga ortogonalna ulična mreža i pravilni blokovi. U prošlosti dominantan je bio seoski karakter, zbog nižih, najčešće prizemnih jednopodričnih stambenih objekata, koji su i danas prisutni u velikoj meri. Međutim postoje snažne tendencije urbanizovanja ovog i sličnih područja, u cilju čega je sprovedena i ova transformacija. Primetna je tendencija razvijanja sadržaja duž glavnih gradskih saobraćajnica i građenje objekata veće spratnosti uz frekventnije ulice. Ovo je naselje koje je udaljeno od centra grada, a sadržaji kojima raspolaže ne zadovoljavaju potrebe stanovništva.

Područje koje će se dalje kroz projekat transformisati nalazi se u severnom delu Telepa, ograničeno Bulevarom patrijarha Pavla, Futoškim putem i ulicom Kiš Ernea. Lokacija je blizu periferije grada i nalazi se u području novoizgrađenih objekata višepodričnog stanovanja. Dobro je povezana saobraćajnicama sa ostatkom grada, i pogodna je za formiranje raznovrsnih funkcija. Uvođenjem novih repera, sadržaja i površina, podiže se ukupan kvalitet naselja i njegova atraktivnost.

4.2. Smernice za oblikovanje rešenja

Na osnovu rezultata ankete, sprovedene u okviru istraživačkog dela rada, definisani su prostori u centru koji su kvalitetni i koje ljudi najčešće posećuju i identifikuju se sa njima. Kako bi se ovi elementi „klonirali“ u odabranu lokaciju novog potencijalnog gradskog centra, definisani su primarni oblikovni parametri.

DNK centra „klonira“ se u drugi deo grada tako što se karakteristična šema navedenih ulica, i njihova veza sa trgovom i Dunavskim parkom prenosi na odabranu lokaciju u cilju njenog unapređenja. Za dalje smernice uzimaju se u razmatranje sadržaji iz centra i predviđaju se određeni procenti sadržaja koje zahteva lokacija. U oblikovnom smislu primenjuju se tri prelazna elementa – horizontalne forme, prelazni tipovi i vertikalne strukture koji formiraju hibridnu strukturu.



Slika 3. Prenosnje karaktera ulica iz Centra na Telep

Na skicama su različitim bojama označene ulice i park iz centra grada, čiji se karakter prenosi na ulice i park na Telepu koji su označeni istim bojama.

