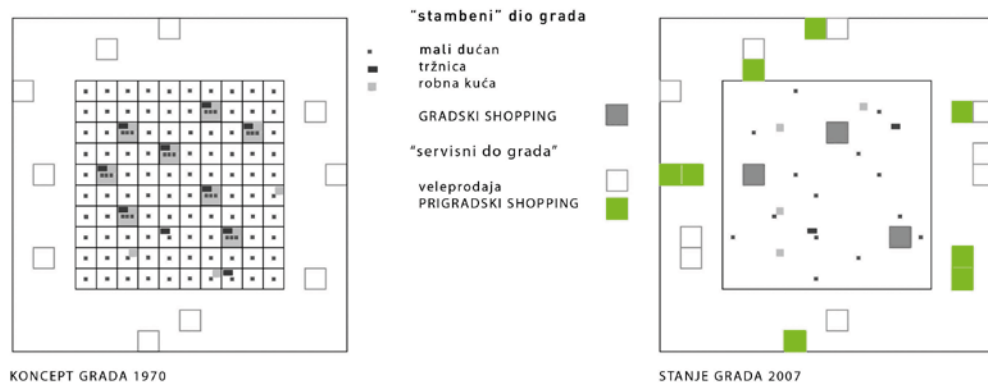




Prikaz 04: Razmještaj sektora trgovine 1970./2007.

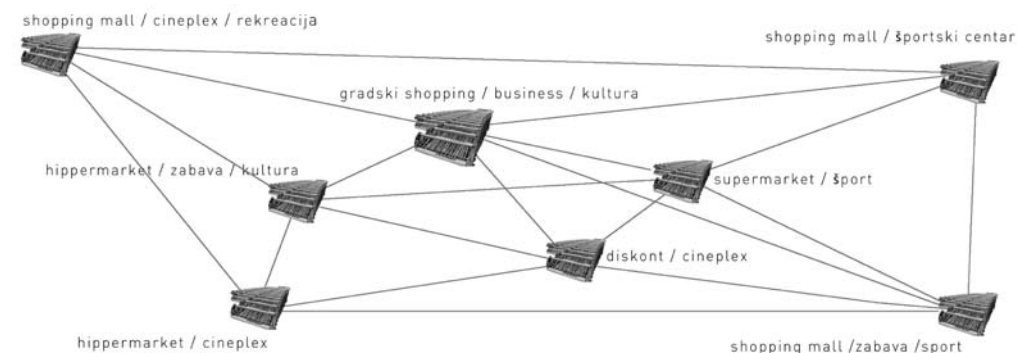
kama. Studija iz 1963. uključivala je trgovački centar u središte svakog stambenog naselja, ne bi li *povećala opću potrošnju i podigla životni standard*, a posredno stvorila vitalni javni prostor u stambenim okruženjima. Današnje neplaniranje u smještaju trgovačkih sadržaja dovelo je do stvaranja novih javnih prostora u servisnim zonama, do kojih se može doći jedino automobilom i koji su kontrolirani režimom svake pojedine zgrade. Time je grad propustio šansu da dinamiku koju donosi trgovina iskoristi za stvaranje veće sadržajnosti drugih gradskih okruženja.

Ista efikasna logika gradnje introvertnih hala za trgovanje potom je iskorištena i u drugim dijelovima grada. Iako se radi o novim javnim prostorima u okruženju drugih javnih sadržaja, *shopping*-centri ostaju indiferentni prema okolini. Ne stvaraju kvalitete za prostor u kojem se nalaze, bez obzira na količinu javnosti koju produciraju, čuvajući svoj interes za kontrolirani i izrazito funkcionalan prostor. (vidi prikaz 03 – Mercator kao

jedan od javnih sadržaja)

Današnje graditeljske prakse pune su kontradikcija u samim planovima. Planska dokumentacija koja u sebi nema ugrađenu logičnu pretpostavku širenja i razvoja gradova dovodi do premještanja sadržaja iz zone u zonu; trgovačkih u bivšu industrijsku zonu, edukacijskih u zone tzv. posebne namjene, tj. vojne, kulturnih u bivše proizvodne zone (tvornice); stvarajući pritom nove, nečekivane odnose unutar gradskog tkiva. (primjer 04)

Tema su profitna i neprofitna mjesta gradjenja, gdje je npr. sektor trgovine preuzeo neke karakteristike javnih mjesta i »usisao« kino dvorane, dijelove za rekreaciju i slično. Govorimo o svojevrsnom premještanju težišta gradova s obzirom na dinamiku investicija u pojedinim sektorima, bilo da se radi o nekim sporijim dinamikama sektora kulture ili bržim u sektorima turizma, trgovine, stanovanja... Grad više nije skup koncentričnih funkcija, već niz preklapljenih mreža ra-



USMJERENJE GRADA → trgovina oblikuje gradska žarišta

zličitih funkcija. (vidi prikaz 05)

RELIGIJA

Osim već spomenutih komercijalnih sadržaja i stanovanja, sporta i rekreacije, valja spomenuti crkve kao izdvojeni primjer javnog i društvenog sektora, koje su pronašle »način za preživljavanje« u novim dinamikama. Grad **Split** 1993. od **Sveučilišta** naručuje Studiju ispitivanja prioriteta lokacija za katoličke crkve na području grada Splita s aspekta racionalne gradnje i dopune društvenim sadržajima, tzv. **Duhovni prsten** grada Splita.

Studija predviđa gradnju 16 novih objekata u svim naseljima s više od 5000 župljana po principu 500+500, što bi značilo 500 m2 sakralnog prostora i 500 m2 prostora društvenog karaktera. Kao i već ranije spomenuti trgovački centri, i crkva koristi javne i društvene sadržaje kao nadopunu (opravdanje) vlastitom sadržaju. Sama metoda pozicioniranja crkava u gradskom tkivu odnosi se na pronalaženje urbanistički »najčišćih« lokacija (najčešće su parcele u vlasništvu grada, vojske, rjeđe u privatnom vlasništvu) u težištu svakog naselja. Rezultat studije su »čiste« lokacije koje su sad već ugrađene u aktualnu plansku dokumentaciju, 10-ak godina nakon studije. Većina je objekata izgrađena ili je u visokom stupnju pripreme. Sagrađeni su hramovi i stambene prostorije, dok društvene prostorije uglavnom još čekaju svoju realizaciju. (vidi prikaz 06)

SPORT

Treći sektor koji se sve spretnije snalazi u aktualnim promjenama jest sport i rekreacija. Gradnja novih dvorana i sportskih terena najčešće je potaknuta sportskim uspjesima pojedinih sportaša ili klubova, koji onda postaju i nacionalni uspjesi. Gradnja sportskih sadržaja, međutim, rjeđe »zalazi« u stambena naselja i mješovite zone u kojima može izravno doprinijeti kvaliteti života građana, nego ostaje na nivou nacionalnih podviga. Grade se stadioni i dvorane za vrlo rijetka, ali politički i medijski bitna, europska ili svjetska događanja.

Aktualna strategija prostornog i ekonomskog pozicioniranja dvorana za svjetsko rukometno prvenstvo pokazuje prirodu sporta danas i interese sportskih menadžera i gradskih uprava u približavanju sporta građanima. U svim slučajevima odabir lokacije za dvoranu, izvrtanje procedura javnih natječaja, omjer sportskih i komercijalnih sadržaja i odabir modela financiranja pokazuje tendenciju da sport postane magnet za vrlo profitabilne investicije. Sport time dobiva reprezentativne prostore velikih razmjera, medijski prezentabilne na nacionalnom i internacionalnom nivou. Koliko ti prostori izvan ograničenog vremena medijske i političke pažnje doista služe građanima, drugo je pitanje.

Splitski GUP sadrži Gradski projekt 11- sportski centar Istok (vidi prikaz 07), kojim se predviđa *gradnja sportskog i rekreacijskog sadržaja u funkciji amaterskog i profesionalnog sporta s pratećim ugostiteljsko turističkim, poslovnim i društvenim sadržajima*. Radi se o zoni izrazito niske konsolidiranosti, kojoj bi takav sadržaj

Uloga stvaranja javnog prostora tradicionalno je pripadala sadržajima javne i društvene namjene sa svojim upravnim, socijalnim, školskim, kulturnim i vjerskim objektima.

Prikaz 06: Duhovni prsten grada Splita





Prikaz 07: Gradski projekt 11- sportski centar Istok

bitno doprinio u regeneraciji postojećih samoniklih i samoorganiziranih stambenih naselja. Postavljanje dvorane u ovaj prostor sigurno bi regeneriralo ovaj dio grada.

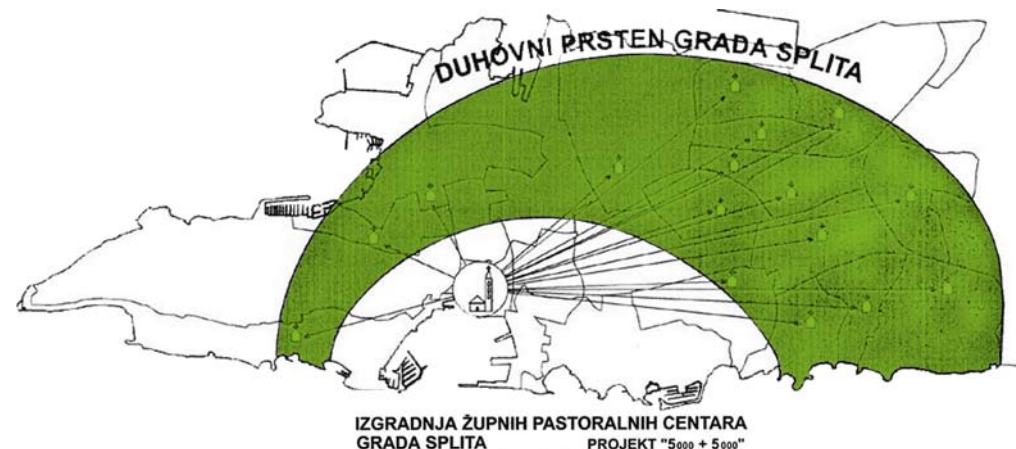
Odluka o smještanju dvorane u potpuno drugu zonu govori o pozicioniranju sporta na sasvim drugačiji način. Smještaj dvorane u zonu vojne luke **Lora** i brodogradilišta **Split** govori o puno većim ambicijama (puno većim budućim investicijama) od gradnje same dvorane.

Otvaranjem izuzetno atraktivne, dugo čuvane zone u širem području centra, gradu se pridodaje neposredno povezani prostor koji je dugo bio izuzet, ali istovremeno se otvara i poligon za investicije velikih razmjera. (vidi prikaz 08)

TURIZAM

Smještanje novih sadržaja javne i društvene namjene u dosadašnju vojnu i proizvodnu zonu grada prati istovremeno

premještanje gradskih funkcija iz centra grada. Dijelovi splitske istočne i zapadne obale planovima su također tretirani kao gradski projekti, što znači da se, kao izrazito važne prostorne cjeline, trebaju rješavati putem procedure javnih urbanističkih natječaja. Posljednje izmjene GUP-a pokazuju sve veće nestrpljenje da se ove zone fragmentiraju i što prije iskoriste prema samovolji investitora. Dopuštaju se zamjena, rekonstrukcije i nadogradnja postojećih hotela, izgradnja novih hotela, premještanje zgrade Poglavarstva, intervencije u Akvatoriju, i sve to mimo procedure Gradskog projekta i u svrhu *uređenja zapadne obale u funkciji turizma*. Ovim se procesom najvrjedniji dijelovi prostora namjenjuju turizmu. Isključuju se ostali oblici gradskog života i ostale gradske funkcije. Umjesto da se turistička industrija iskoristi za poboljšanje života grada i građana, prednost se daje pojedinačnim investitorima koji će prisvojiti vitalne javne



Prikaz 08



Prikaz 09

resurse. (vidi prikaz 09 – zona gradske luke – nekad s više gradskih funkcija, u budućnosti isključivo turistička)

KULTURA

Prethodni primjeri govore o trendovima razvoja i zauzimanju prostora za svaku pojedinu skupinu djelatnosti. Grade se trgovački centri svih veličina, od diskonta do *shopping mallova*, po principu zatvorenih proizvodnih hala. Nove sportske dvorane realiziraju se javno-privatnim partnerstvima, donoseći benefite privatnim partnerima i političkim opcijama. U turističkom sektoru privatizirani su gotovo svi postojeći hoteli na obali, dok obnova i gradnja novih ubrzano napreduje. Država spremno mijenja planove ne bi li ubrzala te procese. Također pristaje na premještanje upravnih, socijalnih, zdravstvenih, stambenih i proizvodnih sadržaja u korist smještaja ovih navedenih.

Navedeni primjeri pokazuju izraziti kapacitet za stvaranje javnog prostora i koristi za širi društveni i prostorni kontekst. Međutim, iako se deklarativno prezentiraju kao javni prostori i koriste tu poziciju, realno ne preuzimaju odgovornost za svoje okruženje niti posljedice koje stvaraju.

Uloga stvaranja javnog prostora tradicionalno je pripadala sadržajima javne i društvene namjene sa svojim upravnim, socijalnim, školskim, kulturnim i vjerskim objektima. I dok se grade i obnavljaju nove škole, fakulteti, bolnice, crkve, gradnja objekata u kulturi ima svoje spe-

cifičnosti. Gradnja nekolicine kapitalnih zgrada kulturnih institucija je započela, no njihov završetak ide sporo (Zagreb, **Rijeka**, Split), a čini se da je gradnja ili pronalazak prostora za nezavisni sektor kulture izvan fokusa ili izvan interesa.

Dio razloga treba tražiti u tome što se za kapitalne objekte već u samoj gradnji ne može pronaći način njihove održivosti, izostaju strategije korištenja i njihovog pretvaranja u vitalna društvena mjesta. Nezavisni sektor iz te pozicije predstavlja samo još jedno opterećenje za gradski budžet.

Kako bi nezavisni sektor, ali i službena kultura, dobili svoje prostore, trebaju osnažiti poziciju u društvu i redefinirati svoje djelovanje. Tijekom promjena i razvoja koji su neminovni, oni ne smiju, kao u navedenim primjerima, izgubiti ideju o svojoj društvenoj misiji. Objekti u kulturi od presudne su važnosti za razvoj društva i apsolutno im pripada »pravo na rad« i udio u gradskim prostorima. Bilo da se taj prostor osigurava izgradnjom novih zgrada, povratom imovine prenamijenjenih domova kulture, knjižnica i sl., partnerstvom s privatnim sektorom ili na neki drugi način, kultura se treba promijeniti i ojačati do razine prepoznatog aktera u gradu.

Za nezavisnu kulturu ključno je pritom da zadrži vitalnost i dinamiku koju posjeduje. Bez obzira na buduće prostorne okvire, ovi oblici kulture trebaju zadržati promjenjivost, nepredvidivost, fleksibilnost i socijalni senzibilitet koji posjeduju.