

Iz središč na obrobje mest

Transformacija (načinov in) prostorov nakupovanja v zadnjih desetletjih

20. stoletja v Sloveniji

Natalija Zanoški

Ker sem bila rojena v začetku zadnjega desetletja že razpadajočega jugoslovanskega socializma, je moj prehod iz skromnega otroštva v izbirčno najstništvo sovpadel z osamosvojitvijo države in zamenjavo družbeno-gospodarskega sistema ter s takrat njuno edino mi zaznavno posledico – začetkom liberalizacije trgovine, ki je omogočila (večjo) sprostitev izmenjave blaga in storitev med Slovenijo in zahodnim svetom, državljanom, od takrat naprej tudi potrošnikom,¹ pa dostop do nepregledne množice tistih, ki pri nas (še) niso bili na voljo. V prejšnjem sistemu smo namreč lahko izbirali le med skromno ponudbo doma izdelanih artiklov, večinoma pa sanjarili o fetišiziranih izdelkih globalnih podjetij, ki smo jih spoznavali prek promocijskega umeščanja izdelkov v dostopne ameriške (komercialne) filme.²

Ozadja selitve ...

V nekdanji skupni državi je namesto (prostega) trga, ki uravnava ponudbo in povpraševanje, centralno-plansko gospodarstvo temeljilo na vnaprej pripravljenem državnem načrtu proizvodnje nekaj velikih podjetij v državni lasti (vrsta izdelkov, način produkcije, njihova količina ...) in distribucije. Majhna ali srednja, predvsem pa zasebna podjetja niso bila spodbujana, zato tudi skoraj niso obstajala.³ Kljub vsemu je, razen med krizo samoupravljanja v šestdesetih letih,⁴ jugoslovansko gospodarstvo relativno uspevalo do nastopa svetovne energetske krize v sedemdesetih letih, ko je motena oskrba z nafto zaradi nemirov na Bližnjem vzhodu povzročila recesijo oziroma splošno zmanjšanje gospodarskih dejavnosti.⁵

Upad gospodarske rasti je povzročil upad življenjskega standarda v osemdesetih letih ter podkrepil politično odločitev Slovenije za odcepitev; s tem je mlada država stopila na pot družbene (demokratizacija) in gospodarske tranzicije (v odprto socialnotržno gospodarstvo). S pomočjo še v zadnjih letih skupne države sprejetega Zakona o podjetjih, ki je povzročil začetek množičnega ustanavljanja (tudi majhnih in srednjih) zasebnih podjetij,⁶ predvsem pa z nasprotnosmerno spremembo družbeno-gospodarskega sistema je po začetni tranzicijski krizi slovensko gospodarstvo v prvih desetletjih samostojne države, po vzoru zahodnih ekonomij, prestrukturiralo svoje dejavnosti iz sekundarnega v terciarni sektor. Povožno socialistično industrializacijo je zamenjal strm razvoj storitvenih dejavnosti (trgovina, promet, turizem ...).⁷

Politične in družbene spremembe, posebno spremembe gospodarske naravnosti v zadnjih desetle-

tjih 20. stoletja, so drastično vplivale tudi na spremembo načinov in prostorov nakupovanja v Sloveniji. Poigramo se lahko celo s tezo, da je takratna deviacija prostorov potrošnje pravzaprav vplivala na njihovo kontrakonstitucionalno vlogo pri razvoju mest – kot so ti prostori v srednjem veku omogočili njihov nastanek,⁸ so v dobi kapitalizma postali sprožilec njihovega razkroja, saj je začela razpadati nekajstoletna organizacijska shema mest. Namesto utrjevanja pomena (ob)središča, okoli katerega koncentrično gravitirajo druga, zgodovinsko manj pomembna območja, so z eksponentnim razraščanjem na obrobjih začeli prevzemati čedalje bolj dominantno vlogo v življenjih mest.⁹

... iz središč mest ...

Pred drugo svetovno vojno, ko so (slovenska) mesta večinoma še ostajala znotraj območij srednjeveških obzidij, so prostori nakupovanja sooblikovali srčko njihovih središč – (glavne) trge. Ob obodih so bile razporejene hiše s pritličji, ki so jih zasedale lokalne specializirane in postrežne prodajalne, tudi raznovrstne

- 1 »Potrošnja je presežek eksistencialne porabe dobrin in zajema želje in potrebe, ki so ustvarjene s ponudbo na trgu.« Uršič 2003: 13.
- 2 Promocijsko umeščanje izdelkov je tehnika trženja, pri kateri določen izdelek proti plačilu vključimo v drugo delo, npr. celovečerni film, z namenom vpliva na vedenje občinstva – potrošnikov. Najbolj znan in uspel primer so najverjetneje sladkorčki iz arašidovega masla v kulturnem ameriškem filmu E. T. – vesoljček režiserja Stevena Spielberga iz leta 1982 (povzeto po: Kvas 2017).
- 3 Povzeto po: Wikipedia, Gospodarstvo Slovenije, 26. 8. 2024.
- 4 Po mnenju raziskovalke dr. Ane Podvršič se je med krizo samoupravljanja v sredini šestdesetih let 20. stoletja v Jugoslaviji zgodila prva liberalizacija socializma (in njegovega gospodarstva), saj je država poglobila integracijo z zahodnimi svetovnimi trgi (povzeto po: Podvršič 2023).
- 5 Povzeto po: Wikipedia, Energetska kriza, 26. 8. 2024.
- 6 Povzeto po: Lorenčič, A., Princič 2018: 72.
- 7 Povzeto po: Wikipedia, Gospodarstvo Slovenije, 26. 8. 2024.
- 8 Prostori potrošnje so po Lewisu Mumfordu (Mesto v zgodovini, 1969) eden izmed osnovnih elementov, ki je omogočil razvoj (srednjeveških) mest. Izoblikoval je kompleksnejši način bivanja, ki je mesta dokončno ločil od vasi (povzeto po: Uršič 2003: 8).
- 9 Na pojav nastajanja mnogojedrnosti mest sta že leta 1945 v članku z naslovom The nature of the cities (slovensko Narava mest) opozorila Chauncy D. Harris in Edward L. Ullman. »Sodobno mesto popolnoma izgublja svoj izvorni, nekdanji edini stalni center gravitacije.« Govorimo lahko o soobstoju strnjene oz. zgodovinskega mesta in brezbličnega oz. razpršenege mesta (povzeto po: Koželj 2002).



1



6

Sl. 1: Današnja Slovenska cesta pred zgraditvijo prizidka oziroma Veleblagovnice Nama leta 1961. Foto: Marjan Ciglič, hrani: Muzej novejšje in sodobne zgodovine Slovenije.

Sl. 2: Prizidek arhitektov Miloša Lapajneteta in Bogdana Finka, ki je skupaj z objektom Bata tvoril novo Veleblagovnico Nama, leta 1980. Foto: Bogo Primožič, hrani: Muzej novejšje in sodobne zgodovine Slovenije.



3



4

spremljajoče dejavnosti, ob dogovorjenih dneh pa je parter napolnila tržnična karavana ponudnikov od drugod. Velika koncentracija stalnega in začasnega programa je privabljala večje množice ljudi.¹⁰

Predvsem poveljna industrializacija (ob)mest(ij) v drugi polovici petdesetih let je povzročila nepredstavljivo veliko priseljevanje kmečkega prebivalstva; mesta so se posledično v šestdesetih, ekstenzivno pa v sedemdesetih letih z novimi, najprej stanovanjskimi, kasneje drugimi gradnjami razširila daleč onkraj prejšnjih obsegov. Sredi novih stanovanjskih območij so za osnovno preskrbo prebivalcev gradili pritlične minimarkete, markete in supermarkete,¹¹ za njihovo celovitejšo preskrbo pa večnadstropne blagovnice ter praviloma v neposredni bližini nekdanjih mestnih središč še večje trgovine, veleblagovnice.¹² Vsi ti objekti so nastajali v estetskem globalnem duhu modernizma oziroma funkcionalizma, katerega osrednja želja je bila izgradnja novega, boljšega povojnega sveta, kar je sovpadalo s politično mantro izgradnje »nove« povojne socialistične Jugoslavije.

Posebno od konca osemdesetih let naprej so znotraj urbaniziranih območij po vzorih z zahoda rasli tudi t. i. trgovsko-poslovni centri (TPC),¹³ ki so v večjih stavbnih kompleksih z več etažami sestavljali kombinacijo marketov, blagovnic oz. drugih vrst prodajal in ločenih poslovnih prostorov različnih dimenzij. Združitev različnih programskih sklopov in lastniških entitet (večjih državnih in takrat že nastajajočih manjših zasebnih podjetij, tudi najemnikov) pod enotno streho je zahtevala oblikovanje večjega skupnega notranjega prostora – tudi v več nadstropij razkošno dimenzioniranih komunikacij (stopnice, dvigala, galerije, pasáže ...). Prostor naključnih obnakupnih srečevanj, ki so se pred tem stoletja dogajala na javnih površinah, trgih in ulicah, je bil tako prvič prestavljen v notranjost zasebnih (!) objektov. Drugače od modernističnih marketov in blagovnic pa je snovanje novih centrov sovpadlo s prihodom novega umetnostnega sloga oziroma gibanja – postmodernizma. Ta je nastal kot kritika pretirane strogosti, formalnosti ter uniformiranosti modernistične arhitekture, a tudi kot »znak širše krize družbenih modelov, tako kapitalističnega kot socialističnega«.¹⁴ Namesto izčiščenih enovitih kubusov se pred nas tako postavljajo kompleksno členjeni večoblični volumni centrov z bolj ali manj bogato dekoriranimi fasadami iz zgodovinskih referenc, nekateri tudi s (pre)kompleksnim sistemom vodenja uporabnikov skozi prostore.¹⁵

... na mestno obrobje ...

Vzporedno s skokovito povojno urbanizacijo slovenskih mest poteka tudi množična avtomobilizacija prebivalstva: obiskovalce pešce na prevoznih trgih mestnih središč čedalje bolj izrinjajo obiskovalci vozni, ki lahko, zdaj motorizirani in po novi prometni infrastrukturi, dosegajo in obiskujejo tudi bolj oddaljene, nekoč nedosegljive prostore. Posledično postopoma, skoraj nezaznavno, proti koncu stoletja odteka vibrirajoče življenje iz nekdanjih ambientalno kakovostnih javnih prostorov v neizoblikovane zasebne prostore na robovih mest.

Scenarij je bil predvidljiv. Z namenom čim večjega zaslužka v hitro rastočih povojnih ameriških mestih so namreč že leta 1954 na podlagi načrtov arhitekta Victorja D. Gruena na nezazidanem zemljišču obrobja mesta Detroit zgradili enormno nakupovalno središče Northland Center s kar deset tisoč parkirnimi mesti. »Pionir oblikovanja t. i. mallov v ZDA« je kasneje zasnoval še več podobnih, v katera je vključil velika zaprta notranja dvorišča (varnost) s popolnim klimatskim nadzorom (ugodje) in druge domiselne trike – vse z namenom oblikovanja nekakšnega simulakra za čim daljše zadrževanje (bogatejših) potrošnikov znotraj objektov. Do leta 1970 se je število nakupovalnih središč na obrobjih ameriških mest povzpelo že na deset tisoč, simultano pa so se mestna jedra začela prazniti in posledično propadati, zato so jih želeli spet obujati: z zapiranjem cest za motorizirani promet ter (z neuspešnim?) posnemanjem »mallov«, ki so pravzaprav posnemali tematski park Disneyland (1955).¹⁶

V Sloveniji se je zgodba odvila malo drugače: prvo večje nakupovalno središče ni zasedlo praznega zemljišča, temveč je recikliralo območje izpraznjenih objektov. Vodstvo takrat enega največjih evropskih kopenskih terminalov za hrambo in distribucijo blaga med Evropo in celotno Jugoslavijo, podjetja Blagovno-transportni center Ljubljana, z več kot 180.000 kvadratnimi metri zaprtih skladiščnih površin tri kilometre od središča Ljubljane, ki so v času zaostrovanja razmer v nekdanji državi postajale prazne, se je leta 1990 odločilo, da jih preoblikuje v trgovsko središče. Prve prodajalne v preimenovanem podjetju trgovski center oz. BTC, ki je postalo delniška družba, so se odprle še istega leta.¹⁷ Leta 1993 si je upravni odbor zastavil cilj, da postane BTC največje trgovsko središče v državi, kar so dosegli že leta 1997. V naslednjih letih so po vzoru tujih multifunkcionalnih kompleksov postopoma dodajali ponudbo

Sl. 3: Trgovsko-poslovni center Murgle arhitekta Branka Križaniča je bil zgrajen leta 1992. Foto: Marjan Ciglič, hrani: Muzej novejšje in sodobne zgodovine Slovenije.

Sl. 4: Danes je fasada Trgovsko-poslovnega centra Murgle prekrita z reklamnimi oglasi, čeprav prvotno ni bila. Foto: Natalija Zanoški.

- 10 Na primarne prostore potrošnje (prodajalne, tržnice) so se vezale druge spremljajoče dejavnosti (npr. obrtne delavnice, hoteli, gostilne ...) ter kulturni, umetniški in zabavni pristočasni programi (npr. nastopi glasbenih skupin ...), ki so bogatili ponudbo mestnih središč in zagotavljali menjavo blaga, storitev, denarja, tudi socialne stike, uveljavljanje družbenih interesov ... (povzeto po: Uršič 2003: 8, 12, 19).
- 11 Minimarketi so manjše maloprodajne samopostrežne prodajalne osnovnih živil in drugih izdelkov (gospodinjske potrebščine). Večje, marketi oz. superete, ponujajo razširjen izbor živil. Še večje, supermarketi, ponujajo še širši izbor živil ter drugih izdelkov (tekstilna galanterija, konfekcija, šolske potrebščine ...). Hipermarketi, ki so jih gradili kasneje, v času samostojne države, imajo poleg enormne kvadrature prodajnih površin ponudbo neživilskih izdelkov, ki presega polovico celotne ponudbe blaga (povzeto po: Feher, A., 2001). V Ljubljani so odprli prvi supermarket Prehrana na Cigaletovi ulici leta 1961. Zasnoval ga je arhitekt Edo Mihevc (povzeto po: Petelin 2022).
- 12 Blagovnica oz. blagovna hiša je večja maloprodajna prodajalna s ponudbo široke palete blaga, ki je organizirano po posameznih specializiranih prodajnih oddelkih. Veleblagovnica je velika blagovnica. Specializirana blagovna hiša ponuja izdelke za zadovoljevanje določenih vrst potreb (npr. salon pohištva) (povzeto po: Feher, A., 2001). Tovrstne prodajalne se uveljavijo že sredi 19. stoletja v vseh večjih zahodnih svetovnih mestih in trajno preoblikujejo nakupovalne navade potrošnikov (povzeto po: Wikipedia, Department store, 2. 9. 2024). V Ljubljani odprejo prvo povojno veleblagovnico Centromerkur leta 1963 ter prvo samopostrežno veleblagovnico Nama (skrajšano Narodni magazin) leta 1965 (povzeto po: Ljubljana info, Veleblagovnice, ki so zaznamovale Ljubljano, 2. 9. 2024).
- 13 Trgovsko-poslovne centre so gradili po celotni Sloveniji: npr. leta 1989 zgradijo TC Bled arhitekta Marka Cotiča, leta 1992 TPC Koseze, leta 1992 TPC Murgle arhitekta Branka Križaniča, leta 1993 TPC Ledina, leta 1993 World Trade Center Ljubljana arhitektov Andreja Černigoja, Jadranke Grmek, Dejana Bevca in Janeza Kuzmana, leta 1994 TPC Novi trg v Novem mestu arhitektov Jurija Kobeta (in Aleša Vodopivca), leta 1996 TPC Dravljje ... (povzeto po: Mušič 1991, Stergar 2019, Genius loci 3. 9. 2024).
- 14 Mušič 1991: 40.
- 15 Članek s pomenljivim naslovom Nakupovalno središče v Murglah, kjer se ljudje vsakodnevno izgublajo (povzeto po: Mrevlje, N., 2019).
- 16 Povzeto po: Martinek 2007: 27–30.
- 17 Povzeto po: Wikipedia, BTC 3. 9. 2024.



5

poslovnih (npr. poslovni nebotičnik) in tudi celodnevni prostoračasni dejavnosti (npr. kino, športni park, gledališče, pokrit vodni park, biljardnica ...), saj so želeli privabiti »rekreacijskega potrošnika, ki doje ma nakupovanje kot posebno obliko užitka, zabave in sprostitve«. ¹⁸ BTC City naj bi danes veljal za »eno izmed največjih poslovnih, nakupovalnih in rekreativno-zabaviških središč v Evropi, z več kot enaindvajsetimi milijoni obiskov letno pa tudi najbolj obiskano območje v Sloveniji«. ¹⁹

Vzporedno z razvojem giganta med Letališko in Šmartinsko cesto so ob robovih Ljubljane in vseh drugih slovenskih mest rasla, in še kar rastejo (!), mnogoštevilna nakupovalna središča. Njihovo tridesetletno bohotenje je posledica relativnega večanja kupne moči prebivalcev ter brutalne rasti cen nepremičnin in najemnin v mestnih središčih na eni strani ter ugodne obmestne lege za dostopnost z avtomobili (posebno po zgraditvi avtocest in obvoznic), hitrega prilagajanja ponudbe potrošnikom pa tudi skupne strategije trženja nakupovalnih središč na drugi strani. Kot pred tem že v petdesetih letih v ZDA pa so med množičnim uživanjem »psevdpodeželskega« spektakla začela izumirati slovenska zgodovinska mestna središča. S sistematičnimi prenovami ter večjimi ali manjšimi izključitvami avtomobilskega prometa v prvem in drugem desetletju 21. stoletja so jim sicer želeli povrniti nekdanji blišč, vendar so jih zaradi nemogočih (še naraščajočih!) cen nepremičnin in najemnin namesto novih stanovalcev zasedle globalne korporacije in/ali turisti ali pa (pre)lepo obnovljena ostajajo pravzaprav (iz)prazn(jen)a.

... s tridesetletnim neprekinjenim razraščanjem

Po podatkih Geodetske uprave Republike Slovenije za leto 2017 ima vsak prebivalec Slovenije »na voljo« 1,18 kvadratnega metra trgovskega središča, vsak prebivalec Novega mesta pa največ, skoraj 3,5 kvadratnega metra, ²⁰ kar je enako kvadraturi minimalne kopalnice. In vendar so v prestolnici Dolenjske načrtovane nove gradnje večjih nakupovalnih objektov ... Očitno se potrebe še vedno povečujejo. Sama sem se medtem iz izbirčne najstnice prelevila v »šopofobinjo«.

Literatura

Feher, Alfred. 2001. Oblike prodajaln, Organizacijske oblike prodajaln, Seminarska naloga. *Dvojezična srednja šola Lendava*. Dostop 4. 9. 2024 na <http://www.educa.fmf.uni-lj.si/izodel/sola/2000/di/feher/trgovce/index.htm>.

Genius loci, Inštitut za arhitekturo in urbanizem, d. o. o. World Trade Center Ljubljana. Dostop 3. 9. 2024, na: www.genius-loci.si/arhitekt/andrej-cernigoj/projekti/world-trade-center-ljubljana.

Koželj, Janez. 2002. Slovenska mesta na prehodu iz strnjene v razpršeno, regionalno mesto. V: Koželj, Janez, Glažar, Tadej: *Arhitektura mesta, Skripta predmeta*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za arhitekturo.

Kvas, Kaj: Promocijsko umeščanje izdelkov v filmih, Diplomsko delo. Maribor: Univerza v Mariboru, Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko. Dostop 16. 7. 2024 na: dk.um.si/Dokument.php?id=117209&lang=slv.

Ljubljana info: Veleblagovnice, ki so zaznamovale Ljubljano. Dostop 2. 9. 2024 na: jubljana.info.com/novica/lokalno/veleblagovnice-ki-so-zaznamovale-ljubljano/175733.

Lorenčič, Aleksander. 2012. Prelom s starim in začetek novega, Tranzicija slovenskega gospodarstva iz socializma v kapitalizem (1990–2004). Ljubljana: Inštitut za novejšo zgodovino. Dostop 17. 7. 2024 na: sistory.si/media/legacy/publikacije/38001-39000/38023/Lorenic_Aleksander_Prelom_s_starim.pdf.

Lorenčič, Aleksander, Prinčič, Jože. 2018. Slovenska industrija od nastanka do danes. Ljubljana: Inštitut za novejšo zgodovino. Dostop 22. 8. 2024 na: www.sistory.si/media/legacy/publikacije/43001-44000/43082/38_razpoznavanja_splet.pdf.

Martinek, Tomaž. 2007. Zgodovina nakupovalnih centrov, Diplomsko delo. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede. Dostop 3. 9. 2024 na dk.fdv.uni-lj.si/diplomska/pdfs/Martinek-Tomaz.PDF.

Mrevlje, Neža. 2019. Nakupovalno središče v Murglah, kjer se ljudje vsakodnevno izgubljajo. Portal Siol. Dostop 3. 9. 2024 na: siol.net/trendi/potovanja/nakupovalno-sredisce-v-murglah-kjer-se-ljudje-vsakodnevno-izgubljajo-foto-492787.

Mušič, Vladimir Braco. 1991. Vidiki blišča in bede postmodernizma, Anketa AB. V: *Arhitektov bilten*, december 1991, št. 109/110.

Petelin, David. 2022. 1911 – rojen Edo Mihevc. *Zgodovina na dlani*. Dostop 3. 9. 2024 na zgodovinanadlani.si/1911-rojen-edo-mihevc/.

Podvršič, Ana. 2023. *Iz socializma v periferni kapitalizem, Neoliberalizacija Slovenije*. Ljubljana: Založba / *cf.

Stergar, Aleš. 2019. Zdravniške ambulante v poslovno-trgovskih centrih. Portal Delo. Dostop 3. 9. 2024 na: www.delo.si/lokalno/ljubljana-in-okolica/zdravniške-ambulante-v-poslovno-trgovskih-centrih.

Uršič, Matjaž. 2003. *Urbani prostori potrošnje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Žargi, Peter: Kraj, serija fotografij. Dostop 3. 9. 2024 na: <https://kraj.si/kraj>.

Žlogar, Marjan. 2017. Poplave trgovskih središč, kje v Sloveniji jih je največ?

Portal Siol. Dostop 3. 9. 2024 na: siol.net/novice/posel-danes/poplava-trgovskih-sredisc-kje-v-sloveniji-jih-je-najvec-435517.

Wikipedia, BTC. Dostop 3. 9. 2024 na sl.wikipedia.org/wiki/BTC.

Wikipedia, Department store. Dostop 2. 9. 2024 na en.wikipedia.org/wiki/Department_store.

Wikipedia, Energetska kriza. Dostop 26. 8. 2024 na: https://sl.wikipedia.org/wiki/Energetska_kriza.

Wikipedia, Gospodarstvo Slovenije. Dostop 26. 8. 2024 na sl.wikipedia.org/wiki/Gospodarstvo_Slovenije.



6

Sl. 5: Skladiščne površine takrat enega največjih evropskih kopenskih terminalov za hrambo in distribucijo blaga, Blagovno-transportnega centra Ljubljana, so v devetdesetih letih prejšnjega stoletja preuredili v »enega največjih poslovnih, nakupovalnih in rekreativno-zabaviških središč v Evropi«, Blagovno-trgovinski center oz. BTC Ljubljana. Fotografija iz leta 2013. Foto: Wikipedia, BTC City, vir: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/archive/8/8c/20130610135542%21BTC_City_panorama.jpg (5. 9. 2024).

Sl. 6: Nekdanji Blagovno-transportni center Ljubljana leta 1975. V: BTC City, Praznujemo: 70 let BTC-ja. Foto: vir: <https://www.btc-city.com/sl/ljubljana/zakladnica-idej/clanek/praznujemo-70-let-btc-ja> (5. 9. 2024).

18 Uršič 2003: 111.

19 Povzeto po: Wikipedia, BTC 3. 9. 2024.

20 Povzeto po: Žlogar 2017.