

Glej, še ena nova škatla!

O nakupovalni arhitekturi in njenih možnostih

Maruša Turnšek

Gremo v Trgovino! Idejna zasnova družbenega generatorja na primeru prenove nakupovalnega centra Vič v Ljubljani

Magistrska naloga, UL FA, 2022

Avtorica: Maruša Turnšek

Mentor: doc. Mitja Zorc



1

Sl. 1: Nakupovalno središče Southdale Center, Victor Gruen Associates, 1956, Edina, Minnesota, ZDA.

Nakupovanje – aktivnost, ki je globoko vtkana v naš potrošniški vsakdan. Srečevanje z arhitekturo nakupovanja je neizbežno, po letih izpopolnjevanja se je ta specializirala za zadrževanje kupčeve pozornosti. Interier? Plastične imitacije naravnih materialov, bela svetloba in prostori brez stika z zunanostjo, saj lahko tako uporabnik povsem pozabi na realni čas. Racionalna in predvsem investitorjevi denarnici prijazna konstrukcija brez ozira na kontekst je postala samoumevna. Izlet v nakupovalni center je za številne mladostnike in družine priljubljena dejavnost konec tedna. Tako tudi ne preseneča, da lahko v Sloveniji že nekaj časa spremljamo rast nakupovalnih centrov kot gob po dežju. Praviloma te gobe rastejo na obrobju gosteje poseljenih urbanih območji, v bližini spalnih sosesk in dobrih cestnih povezav. V dopoldanskih urah samevajo, med vikendi in tik pred prazniki pa komaj dohajajo številne obiskovalce.

Z odpiranjem novih centrov manjši in starejši centri navdušenju niso kos in se počasi zaprejo. Ta proces sem od otroštva opazovala tudi v naši soseski. Mächti-govo trafiko na vogalu je zamenjal Mercator, a se je kmalu po odprtju nakupovalnega centra nedaleč stran zaprl. Nekaj let kasneje je polovica površine novega centra ostala prazna, saj sta v neposredni bližini zrasla dva druga nakupovalna centra, ki sta z večjo površino in stalnimi posodobitvami uspešneje privabljala množice potrošnikov (spet eden uspešneje kot drugi).

Nakupovalne centre danes gradimo s takšno hitrostjo, da se tisti prejšnji niti prav zares ne postarajo. Na sceno pridejo novi, atraktivnejši, tisti od prej pa začnejo samevati in propadati. Spletni nakupi so temu procesu dodali novo razsežnost. Nepopisno gnečo pri blagajni in iskanje parkirišča lahko preprosto zamenjamo s kliki po ekranu in to vse iz udobja domačega kavča. Premajhna številka, napačna barva? Pošiljka lahko brez problema roma nazaj k trgovcu.

Pa nam vseeno nekako nikoli ni dovolj, komaj se odpre najnovejši center, že se govori o gradnji novega, večjega, boljšega (širitev Supernove na Rudniku, načrtovanje nakupovalnega centra na Barjanski cesti). Samo v Ljubljani je trenutno osem nakupovalnih središč¹ s površino med 10.000 in 60.000 m², pri tem pa sploh ne štejemo tistih, katerih gradnja se je v tej ali oni fazi ustavila.²

Je to res tisto, česar si želimo, in kako smo do te točke sploh prišli?

Na centre lahko pogledamo z dveh strani. Lahko jih vidimo kot številne hitro zgrajene strukture, ki bodo čez nekaj let samevale kot prazne lupine, ali pa kot ogromne površine s potencialom za nov program in oživitve. Ta teza je osrednja tema magistrske naloge, ki se v prvi polovici pogloblja v zgodovino nakupovanja in nakupovalnih središč ter preučuje stanje v slovenski prestolnici.

»Če nakupovalno središče postane prostor, ki prebivalce suburbije preskrbuje s fizičnimi dobrinami, a je hkrati namenjen tudi njihovim družbenim, kulturnim in socialnim potrebam, bo tak center pomembno prispeval k bogatenju naših življenj.« (Gruen, Smith 1960, str. 124, prosti prevod avtorice)

1 Mednje spadajo Supermarket Tuš Moste, Center Vič, Hipermarket Mercator Moste, E. Leclerc Rudnik, Supernova Šiška, Supernova Rudnik, Aleja in Citypark.

2 Ob obvoznici lahko že vrsto let poleg športnih in glasbenih prireditev v centru Stožice opazujemo tudi vse bolj zanemarjeno površino nekdanjega 70.000 m² velikega nakupovalnega središča.

Koncept nakupovalnih centrov, tako imenovanih shopping mallov, je k nam prišel iz Severne Amerike. Victor Gruen, danes imenovan za njihovega očeta, si je pri načrtovanju zamislil vse kaj drugega. Kot judovski migrant je z Dunaja pribežal v Ameriko in se tam spoznal s konceptom suburbije, katere razcvet se je začel s prihodom avtomobila. Gruen, ki se je spominjal živahnih ulic, je avtomobil videl kot nezdrav način življenja, suburbanost pa kot bivanje v izolaciji. Stremel je k evropskemu načinu življenja in ga želel vključiti v ameriškega. Kakovostno socialno življenje je videl kot nujen proizvod dobre arhitekture in si je zato zamislil mešane urbane centre, od katerih ima suburbija tako materialne kot tudi socialne koristi. Snoval je ulice, polne življenja, kot tiste iz spominov na Dunaj, z željo, da postanejo »tretji prostori«.

Od samega začetka se je Gruenu zdelo bistveno, da centri nimajo le komercialne vloge oziroma da omogočajo več kot le potrošnjo. Tako je tudi Southdale Center načrtoval kot gosto pozidano območje z mešanimi programi v območju za pešce. Ti so poleg trgovskega centra vključevali stanovanja, šole, pisarne, zdravstvene ambulate in parke. Center je bil zasnovan kot majhno mestno središče. Dobro načrtovano območje nakupovalnega središča naj bi po Gruenovem mnenju zbudilo močan občutek pripadnosti skupnosti. V načrte je zato vključil prostore, odprte tudi v času, ko bi bil nakupovalni center zaprt, zato da bi se lahko skupnost razvijala neodvisno od komercialnih dejavnosti. Prostori za skupnost bi lahko vključevali avditorij za organizacijo koncertov in konferenc, sobe za sestanke in izobraževanje ter vsem dostopno kuhinjo. Gruen je ob upoštevanju vseh opisanih točk obljubljal živahen center tudi ob nedeljah in praznikih, ko bi se ljudje sprehajali po ulicah, si ogledovali izložbe, uživali v umetniških razstavah, posedali v kavarnah in se sproščali v parkih. Pri načrtovanju je upošteval vse starostne skupine; odraslim je namenil kulturne dvorane, mladostnikom prostore za krožke, kot sta ples in glasba, najmlajši pa bi svoj prostor našli v zabaviških parkih. S to zamislijo je Gruen zaokrožil koncept središča, kjer bi lahko prebivalci suburbije postali del javnega življenja, ki ga prvotna zasnova suburbije ni omogočala. Gruen se je zavedal, da lahko z odmikom avtomobilov in območjem za pešce ustvari prostor, kjer se bodo ljudje zadrževali dalj časa in tam kakovostno preživljali čas. Z vključevanjem družbenih in izobraževalnih funkcij v območje za pešce bi prostor postal to, kar sta bila nekoč grška agora in srednjeveški trg (Gruen, Smith 1960).

Southdale Center ni nikoli zaživel tako, kot je predvidel Gruen. Stanovanja, šole in parki zaradi pomanjkanja denarja niso bili nikoli zgrajeni. Ostala je le škata sredi velikega parkirišča. Z vse večjo priljubljenostjo so se nakupovalni centri začeli vse bolj oddaljevati od Gruenove zamisli. Vedno pomembnejši je postajal ekonomski vidik, socialni pa je zamiral. Nakupovalna središča so gradili stran od že obstoječih socialnih centrov in brez upoštevanja potreb ljudi. Čeprav Gruena pogosto imenujejo »oče nakupovalnih centrov«, je avtor več kot 50 nakupovalnih središč to ime zavračal, saj so se centri izrodili. Danes predstavljajo vse, kar se je sam trudil spremeniti. Olupljeni so do gologa potrošništva.

Sanje o skupnostnih centrih suburbije so se v Ameriki razblinile, kako pa je pri nas?

MOL, danes razdeljen na četrtne skupnosti, sledi trajnostnim načelom mest, ki poleg glavnega mestnega jedra vsebujejo točke, ki naj bi prebivalcem v bližini njihovega prebivališča omogočale opravljanje storitev in dajale občutek pripadnosti.

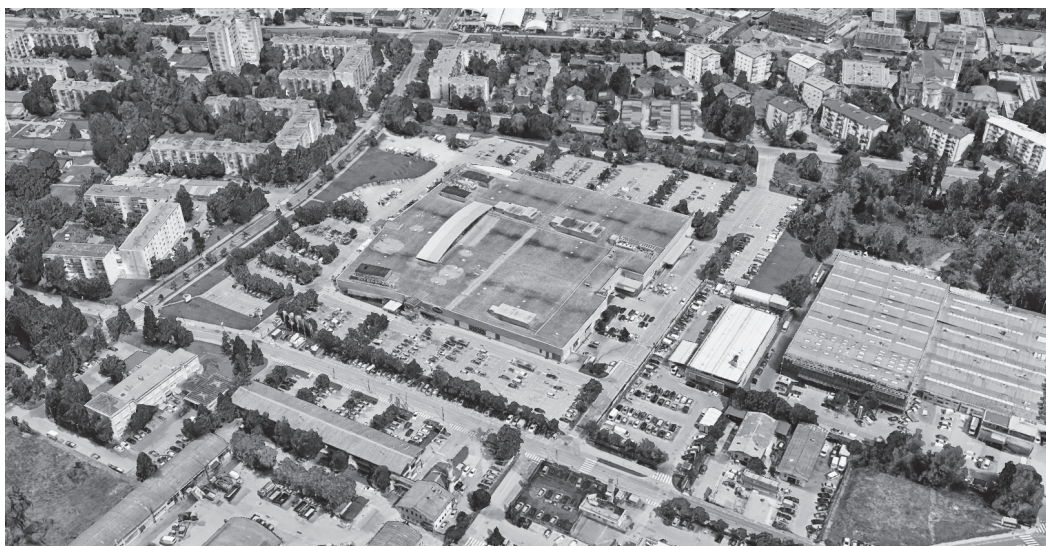
A četrtne skupnosti v veliki večini nimajo dejanskih družbenih centrov. Jih lahko najdemo v nakupovalnih središčih? Magistrska naloga živilske trgovine na območju Ljubljane deli v sedem tipoloških razredov ter jih preučuje glede na njihovo vpetost v okolico in odpornost na spremembe nakupovalnih navad. Hitro rastoče nakupovalne objekte s klavno prihodnostjo pri nas loči v dve tipologiji. Prva je po obliki majhna škata, nakupovalci pa poleg velike parkirne površine tam najdejo le eno trgovsko ime. Tipologija trgovskega centra, precej večje škatle, pod eno streho združuje več trgovcev, spremlja jo tudi mnogo večja parkirna površina. Že zdaj omogoča več socialnih interakcij kot njena manjša različica, saj zaradi dodatnih gostinskih programov ljudje vanjo ne zahajajo le z namenom nakupovanja. Z zametki socialnih programov ponuja boljše izhodišče za razmislek o povrnitvi Gruenove prvotne ideje k nakupovalnemu programu.

Izmed vseh nakupovalnih središč na območju Ljubljane Center Vič kaže največji potencial za razvoj v družbeni generator, center skupnosti, in je zato v magistrski nalogi izbran za prikaz idejne zasnove prenove. Stoji v jugozahodnem delu Ljubljane, v bližini Tržaške ceste, obdan je z mešanico stanovanjskega programa, centralnih in proizvodnih dejavnosti. Razen odprtih zelenih površin v okoliških soseskah ni površin, ki bi omogočale druženje. Po teoriji sociologa Oldenburga človek potrebuje tri tipe prostora. »Prvi« so bivališča posameznikov, »drugi« njihova delovna mesta, »tretji« pa omogočajo neformalna srečanja. V njih se gradijo poznanstva in izmenjujejo ideje, so prostori za zabavo in sprostitve in so nujni tako za posameznika kot za skupnost (Oldenburg 1997). Center Vič torej poleg trgovskega potrebuje še druge programe. Dodajanje stanovanjskih enot, delovnih prostorov, odprtih oblikovanih javnih prostorov, prostora za kulturne dogodke in za zbiranje skupnosti – z mešanjem programov center pridobi obiskovalce, ki tja zahajajo različnimi nameni, pestrost programa pa omogoča stalen pritok ljudi, in ne le skoncentriranost večje množice ob določeni uri dneva oziroma ob določenih dneh v letu.

V skladu z Gruenovo zamislijo in načelom trajnostnega mesta je Center Vič potencialno lokalno družbeno središče, za doseganje cilja pa so potrebni naslednji koraki:

- 1) Minimiziranje parkirnih površin in vzpostavitev peš poti in kolesarskih stez po vsem območju ter povezava z obstoječimi sprehajalnimi potmi.
- 2) Razširitev zelenih površin, kar bi izboljšalo kakovost bivanja in center povežalo z obstoječim stanovanjskim tkivom.
- 3) Ohranjanje glavnih konstrukcijskih elementov in vstavljanje novih gradnikov mednje.
- 4) Členitev tkiva na manjše enote, kar bi omogočilo boljše bivanjske razmere, hkrati pa ustvarilo postopen prehod od bolj javnih prostorov do bolj zasebnih.
- 5) Zmanjšanje površine obstoječe živilske trgovine, ki kot priročna trgovina ostaja pomemben del stanovanjskega tkiva.
- 6) Dodajanje družbeno tvornega programa – veliko površino trgovin bi zamenjali bivanjski, poslovni in gostinsko-kavarniški programi.
- 7) Izbira sobivanja skupnosti za bivanjski program, saj ta povečuje participacijo okolice in povečuje občutek pripadnosti.

Tako bi bili v centru ustvarjeni trije glavni tipi prostora: prostor bivanja, prostor dela in prostor priložnostnih dejavnosti. Trgovina, ki je obdana z drugimi programi, se iz nakupovalnega središča po vzoru Gruenove ideje spremeni v aktivno



2

točko skupnosti, ki je močno vpeta v svojo okolico in bolj odporna na spremembe nakupovalnih navad.

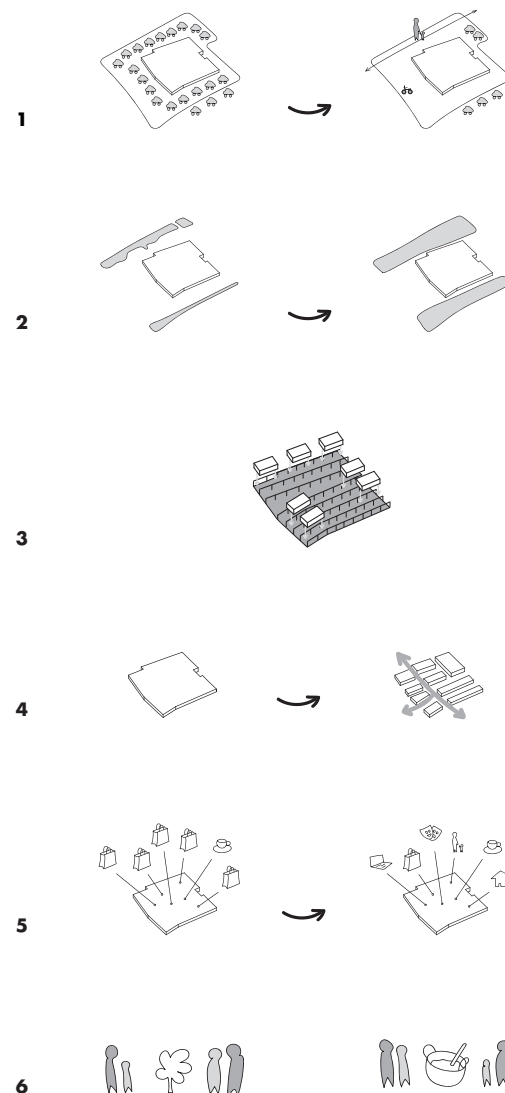
Stavba poleg novih programov potrebuje tudi oblikovne spremembe. Enoten volumen, trenutno namenjen ustvarjanju povsem umetnega okolja znotraj svojih sten, se razčleni. Pri tem sledi linijam obstoječih konstrukcijskih elementov in pestrost programov kaže tudi na zunaj. Pomembni so tako nastali naravno osvetljeni med-prostori, ki obiskovalcu vrnejo občutek za čas in okolico. Med volumni se ustvari preplet ulic in trgov različnih značajev in stopenj zasebnosti – od vsem dostopnih večjih ulic do dvorišč, dostopnih prebivalcem. Odkrite ulice niso omejene z delovnim časom trgovskega programa in s tem postanejo javno dostopen prostor.

Na ulice se pripenjajo stanovanjske skupnosti, ki predstavljajo povezano bivanje z deljenimi bivalnimi površinami. Pri organizaciji enot je bistvena njihova razporeditev vzdolž skupnega odprtega dvorišča. Nanj so usmerjeni vsi vhodi, tako v zasebne enote kot tudi v skupne prostore. S tem sta zagotovljeni večja pogostost srečevanja med prebivalci in boljša povezanost s skupnim programom. Med bivanjskimi enotami so individualne enote (dupleks in simpleks), enote za bivanje starejših ter enote za skupno bivanje skupin. Med skupnostnimi prostori je pomembna kuhinja z veliko jedilnico, saj je priprava skupnih obrokov pomemben del grajenja in povezovanja skupnosti. Preostali prostori se po namembnosti med delovanjem skupnosti spreminjajo glede na potrebe. Bivalne enote so namenoma manjših površin, oblikovane kompaktno. Tako lahko prebivalci uživajo v večjih površinah skupnega programa.

»Prvim« prostorom se »drugi« prostori pridružijo v obliki deljenega pisarniškega prostora. Prostor za sodelo poleg delitve delovnih mest in servisnih programov omogoča interdisciplinarno povezovanje in fleksibilnost delovnega prostora. V obstoječo konstrukcijo se umešča s tremi prostorskimi enotami. Prva, največja, je osrednji prostor za sodelo. Po celotni dolžini vzdolžne fasade se navezuje na večji zastekljen atrij, ki ponuja alternativen prostor za delo ali odmor, namenjen tudi dogodkom in predavanjem. Na drugi strani atrija ga dopolnjujejo manjše pisarne in prostori za sestanke. Z naborom različnih prostorskih enot center odgovarja na različne delovne navade in potrebe, nagovarja pa predvsem prebivalce v okolici Centra Vič in tako še utrjuje skupnost.

»Tretji« prostori v Centru Vič so prostori kulturne dvorane in kavarne z restavracijo. Priročna živilska trgovina še vedno ostaja pomemben del, ob koncih tedna pa se ji pridružuje tržnica v pokritem delu. Skupnostne delavnice/popravljavnice in manjše butične trgovine v pritličnem delu bivanjskih enot celoto še dopolnjujejo. V navezavi z razširjenim zelenim pasom, vrtniki ter otroškimi igrišči omogočajo kakovostno preživljanje prostega časa.

Z magistrsko nalogo sem poskušala oživiti Gruenove zamisli. Čeprav so nastale v petdesetih letih prejšnjega stoletja, so relevantne tudi danes. Naša mesta so nasičena z nakupovalnimi centri, škafkastimi strukturami, ki prostor le delijo in vanj vnašajo monokulturnost.



3

Sl. 2: Center Vič. Vir: Google, 2022, Vič, Ljubljana.

Sl. 3: Od nakupovalnega centra do družbenega generatorja.

Shema: Maruša Turnšek.

1_ Ureditev prometa in poti.

2_ Ureditev javnih in zelenih površin.

3_ Ohranjanje obstoječega.

4_ Členitev volumna.

5_ Mešana programska zasnova.

6_ Bivanjski program.

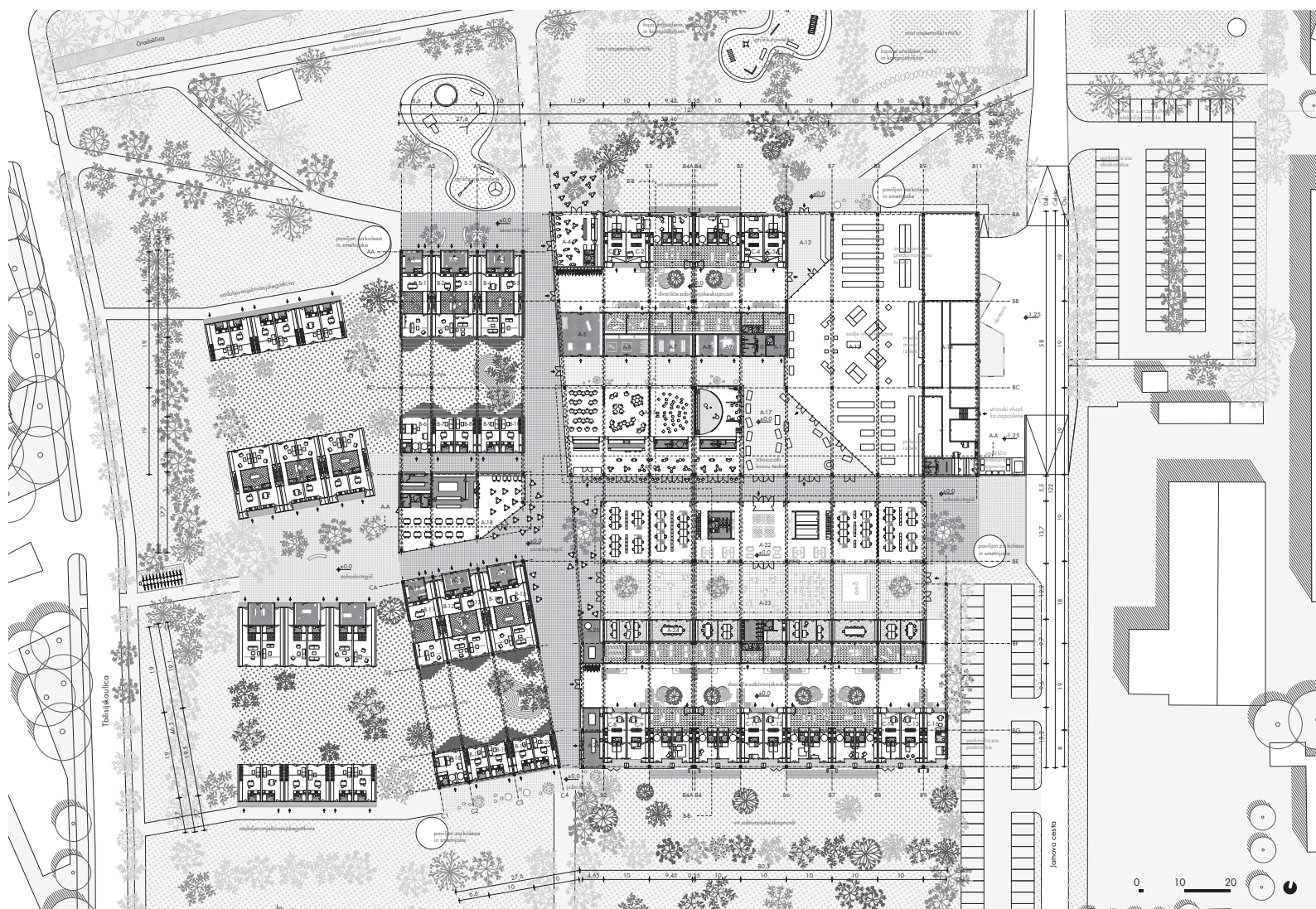
Hitro postavljene, generično grajene strukture nakupovalnih centrov za nas ne pomenijo posebne arhitekturne vrednosti in se zato lahko hitro spremenijo v goro odpadnega materiala. A tipologija z velikimi konstrukcijskimi razponi kaže velik potencial za novo življenje, saj omogoča novo organizacijo in mešane programe ter tako daje odlične možnosti za kakovosten javni prostor in dobre bivanjske razmere.

Magistrska naloga se tu konča. Kaj se bo s prostori nakupovanja pri nas dejansko zgodilo, bo pokazal čas. Gotovo je le, da se bodo spremenili.



- Sl. 4:** Prikaz posega v območje Centra Vič z zelenim pasom v severnem in južnem delu. Vizualizacija: Maruša Turnšek.
- 1_Nadaljevanje stanovanjskega tkiva.
 - 2_Bivanje ob vrtu.
 - 3_Restavracija.
 - 4_Stanovanjska skupnost Jug.
 - 5_Atrij prostora za sodelo.
 - 6_Prostor za sodelo.
 - 7_Kulturna dvorana.
 - 8_Stanovanjska skupnost Sever.
 - 9_Atrij trgovine.
 - 10_Živilska trgovina.
 - 11_Predvideno novo stanovanjsko tkivo.
- Sl. 5:** Tloris pritličja. Načrt: Maruša Turnšek.

4



5

Magistrska naloga Gremo v Trgovino! Idejna zasnova družbenega generatorja na primeru prenove nakupovalnega centra Vič v Ljubljani je bila izdelana leta 2022 pod mentorstvom doc. Mitje Zorca na Fakulteti za Arhitekturo v Ljubljani in istega leta nagrajena s študentsko Prešernovo nagrado.



6

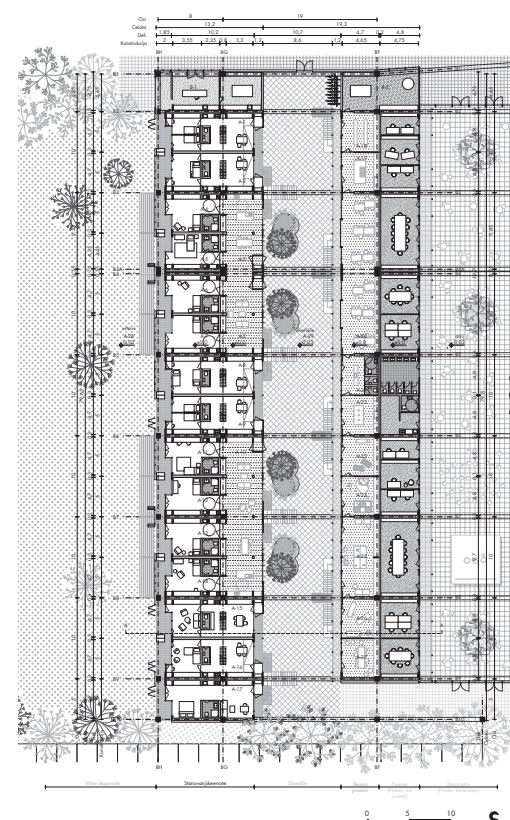
- Sl. 6: Pogled vzdolž glavne ulice s severnega trga.
Vizualizacija: Maruša Turnšek.
- Sl. 7: Pogled na stičišče ulic – osrednji trg.
Vizualizacija: Maruša Turnšek.
- Sl. 8: Pogled čez dvorišče stanovanjske skupnosti.
Vizualizacija: Maruša Turnšek.
- Sl. 9: Prerez stanovanjske skupnosti na jugu.
Načrt: Maruša Turnšek.
- Sl. 10: Tloris pritličja bivanjske skupnosti na jugu.
Načrt: Maruša Turnšek.



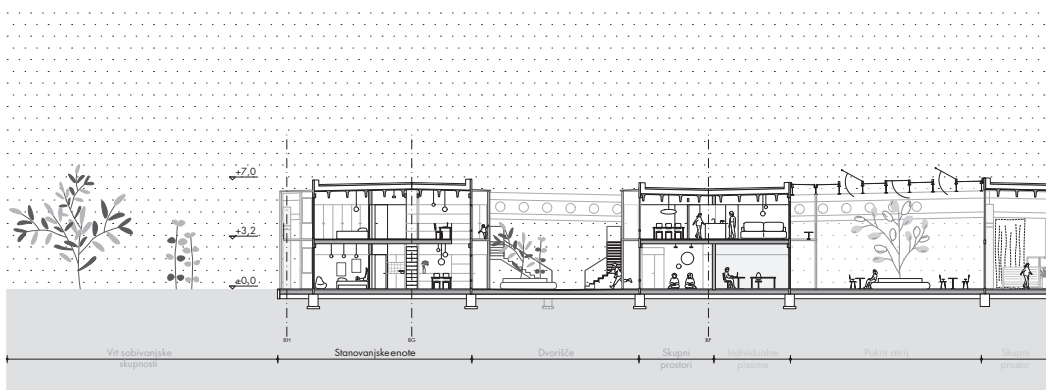
7



8



10



9

Viri

Gruen, Victor. 2017. *Shopping Town: Designing the City in Suburban America*. Edited by Anette Baldauf. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Oldenburg, Ray. 1997. Our Vanishing »Third Places«. *Planning commissioners journal*, 25(4), 6. Dosegljivo na: <https://plannersweb.com/wp-content/uploads/1997/01/184.pdf>