

Mall of Culture : društveno-kulturni centar

Zoković, Zoja

Master's thesis / Diplomski rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:

University of Split, Faculty of Civil Engineering, Architecture and Geodesy / Sveučilište u Splitu, Fakultet građevinarstva, arhitekture i geodezije

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:123:071216>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-02**



Repository / Repozitorij:

[FCEAG Repository - Repository of the Faculty of Civil Engineering, Architecture and Geodesy, University of Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



Sveučilište u Splitu
Fakultet građevinarstva, arhitekture i geodezije
Studij arhitekture

DIPLOMSKI RAD
Akad. god. 2015 / 2016

Mall of Culture
Društveno - kulturni centar

TEMA ODABRANOG PODRUČJA:
Urbana reaktivacija i integracija: razvoj grada putem
razvoja zaboravljenog prostora

STUDENTICA:
Zoja Zoković

MENTOR:
Red. prof. Neno Kezić

KOMENTOR:
Doc. dr. sc. Ana Šverko

Veljača 2016.

► SADRŽAJ

1. TEMA ODABRANOG PODRUČJA

- URBANA REAKTIVACIJA I INTEGRACIJA: RAZVOJ GRADA PUTEM RAZVOJA ZABORAVLJENOG PROSTORA

2. LOKACIJA

3. KONCEPT

4. "MALL OF CULTURE" - PROJEKT DRUŠTVENO - KULTURNOG CENTRA

- SITUACIJA M 1:1000
- TLOCRTI M 1:250
- TLOCRTI M 1:500
- PRESJECI M 1:250
- PROČELJE M 1:250
- ISKAZ POVRŠINA
- AKSONOMETRIJA



**► URBANA
REAKTIVACIJA I
INTEGRACIJA:
RAZVOJ GRADA
PUTEM RAZVOJA
ZABORAVLJENOG
PROSTORA**



UVOD

Postoje dva glavna razloga za pokušaj razumijevanja fenomena "mjesta". Kao prvo, fenomen "mjesta" je zanimljiv sam po sebi kao primarna ekspresija čovjekovog postojanja na svijetu; i kao drugo, znanje o prirodi mjesta može pridonijeti upravljanju postojećim prostorima i stvaranju novih. U suštini mjesto je središte određenog značenja konstruirano življenjem i iskustvom. Ljudi kao individualci ili kao grupe ispunjavaju prostor značenjem, pretvarajući ga iz prostora u mjesto. Prema tome, identitet mjesta nije samo produkt pojave građevina i okoline, već i produkt subjektivnih namjera i iskustava, te se ne odnosi samo na svojstvenost individualnih mjesta, već i na istovjetnost različitih.

Konkretan naziv za okolinu bi bio "mjesto". Zbivanja i događaji su uvijek vezani za određeno mjesto, zapravo je nemoguće zamisliti ikakav događaj bez poveznice s određenim mjestom. Očigledno je da je mjesto sastavni dio postojanja. Dakle, što se podrazumijeva pod pojam "mjesta"? "Mjesto" je nešto više od apstraktne lokacije, to je skup konkretnih stvari koje imaju materiju, oblik, teksturu i boju. Zajedno te stvari određuju **"karakter okoline"** koji je u suštini mjesta.

Pojam "mjesta" korišten je kroz povijest za objašnjenje ljudskog okoliša u smislu stalnih mjesta, poput kuće, grada, zemlje. U današnje vrijeme se pokušavamo osloboditi takvih struktura, nastojeći živjeti što mobilnijim životom. Nove tehnološke mogućnosti komunikacije oslobađaju nas direktnog fizičkog kontakta s drugima, dok moderni oblici transporta omogućavaju sve veću mobilnost ljudi. To se smatra napretkom jer omogućava raznovrsnost društvenih kontakata i sve veći opseg informacija. Iz toga proizlaze brojni utopijski projekti koji prikazuju "mobilan" okoliš budućnosti. Iako takvi projekti definiraju mjesto kao anonimne "mega-strukture" ("Walking City" / Ron Herron), ne uspijevaju se osloboditi koncepta "mjesta". Peter Cook (Archigram) u svojoj knjizi "Architecture, Action and Plan" objašnjava kako će arhitektura postati beskonačna i prolazna, dok Constant Nieuwenhuis o svom projektu "New Babylon" govori: „U New Babylonu svi će stalno putovati i neće nikada osjetiti potrebu da se vrate na mjesto postanka, zato što će svakako proći kroz preobrazbu. Kao posljedica, New Babylon nema određeni plan. Svaki element je ostavljen u stanju neodređenosti, mobilnosti i fleksibilnosti." Međutim, kako je moguće nešto nestalno i u neprestanoj promjeni pretvoriti u konkretan projekt? Prava svrha ovakvih utopijskih projekata je dobivanje dubljeg ljudskog kontakta i bogatije interakcije.

Za razliku od utopijskih razmišljanja, **Kevin Lynch** smatra kako bi pokretljivost mogla dovesti do dezintegracije ljudskih odnosa. Po njemu, čovjek gubi osjećaj orijentacije ako prostoru nedostaje strukture koju možemo zamisliti, jer dobra slika okoline čovjeku daje važan osjećaj emocionalne sigurnosti.

Krajolik sadrži prostore koji mogu biti shvaćeni kao "mjesta".

Rudolf Schwarz objašnjava: „Govorimo o prostoru krajolika i razmišljamo o krajoliku kao kući: planine su zidovi, doline su podovi, rijeke i obale su pragovi, a gdje planina dotiče tlo su vrata." Ljudi takve krajolike odabiru za svoje nastambe, pa njihova povijest postaje interakcija s krajolikom, tj. s njegovim "duhom mjesta".

U rimskoj mitologiji "genius loci" je bio duh čuvar mjesta. U suvremenoj upotrebi, "genius loci" obično prikazuje karakterističnu atmosferu prostora, ili "duh prostora". O konceptu "genius loci" mnogo se raspravljalo u modernoj arhitekturi, međutim i dalje je podcijenjen. **Norberg-Schulz** (1982) je ponovo stavio taj koncept u suvremeni kontekst. Ipak, pokušaji postmodernista da ga spoje s izgrađenom arhitekturom uglavnom su bili naivni u čistom formalističkom ponavljanju povijesnih elemenata. Povijest nikada ne može biti ponovljena, može je se samo shvatiti i uzeti kao temelj znanja za buduće pothvate.

„The essence of the city is not place but interaction.”

Milton Webber

Prostor je više od same fizičke dimenzije. Razumijevanje prostora, senzibilnost i poštovanje prema njemu, te hrabrost za stvaranje nečega novoga je pristup koji generira nova značajna mjesta. Mjesta su kompleksni sistemi koji se sastoje od određenih elemenata koje čovjek susreće i doživljava na određen način. Arhitekt mora u obzir uzeti mnogo takvih elemenata kako bi stvorio arhitekturu sa značenjem. Arhitektura se ne svodi samo na estetiku, niti samo na tehnologiju konstrukcije kako bi se stvorio "genius loci". Kompleksnost se mora uzeti u obzir.

ZABORAVLJENI PROSTOR GRADA

U gradovima današnjice dizajneri se suočavaju s izazovima stvaranja vanjskog prostora kao javnog okvira koji ujedinjuje novu izgradnju. Najčešće dizajneri nailaze na loše oblikovane i loše isplanirane prostore javne namjene koje treba naknadno prenamjeniti. Uobičajeni proces urbane obnove tretira građevine kao izolirane objekte smještene u krajolik, a ne kao dijelove šireg uzorka ulica, trgova i živućih javnih prostora. Problem urbanog planiranja danas je to što proizlazi iz korištenja dvodimenzionalnih planova namjene prostora, pritom zanemarujući trodimenzionalni odnos između zgrada i otvorenih prostora, te nerazumijevajući zapravo ljudsko ponašanje. Prema tome, danas je urbani prostor rijetko kada vanjski volumen sa svojstvima oblika i mjerila i povezanošću s drugim prostorima, većinom je neoblikovani "antispace".

Svaki suvremeni grad ima određenu površinu napuštenog neiskorištenog prostora. Problem napuštenog prostora nastaje iz brojnih razloga, promjenom uzoraka ekonomije, industrije, (ne)zaposlenosti. Izgubljeni prostor najčešće pronalazimo uz autoputeve, željezničke linije, te uz waterfrontove, gdje velike praznine remete cjelokupni kontinuitet grada. Pješačke poveznice između ključnih točaka su prekinute, hodanje je često ispresijecano što dovodi do dezorijentacije. Ključno je prepoznati te praznine u prostornom kontinuitetu, te ih popuniti okvirom građevina i međusobno povezanih otvorenih prostora koji postaju generatori novih prilika. Prepoznavanje praznina i uzoraka mora postati ključan korak urbanog planiranja prije bilo kakvih arhitektonskih i dizajnerskih zahvata.

Roger Trancik koristi termin "izgubljeni prostor" koji je negativnog urbanog prostora, "pronađenog prostora". Izgubljeni prostor je ostatak nestrukturiranog krajolika između igradenih zgrada ili neiskorišteni prostor udaljen od pješačke aktivnosti grada. Izgubljeni prostor su površine parkirališta koji okružuju gradski centar i stvaraju granicu između komercijalne i rezidencijalne zone. Izgubljeni prostor je ničija zemlja uz rubove autoputeva koje nitko ne održava, a kamoli koristi. Izgubljeni prostor su također napušteni waterfrontovi, željezničke postaje, vojni objekti, te industrijski kompleksi. To su često ostatci iz vremena urbane obnove koji, iz raznoraznih razloga, nisu nikad iskorišteni.

Ukratko, izgubljeni prostori su nepoželjni urbani prostori koje je potrebno redizajnirati, antiprostori koji ni na jedan pozitivan način ne pridonose svojoj okolini niti korisnicima. Razumijevanje antiprostora kao dominantne prostorne tipologije ključno je u suvremenoj praksi urbanog dizajna. Problem "izgubljenog prostora", ili neadekvatna upotreba istog, pojavljuju se u većini današnjih urbanih centara. Automobili, efekti modernizma u arhitekturi, urbana obnova i zoniranje, privatizacija javnog prostora, promjene u korištenju zemljišta, sve su to razlozi zbog kojih tradicionalni urbani otvoreni prostor gubi vrijednost.

Od svih faktora, **ovisnost o automobilima** je najteže rješiv problem, s obzirom da je snažno ukorijenjena u moderan način života. Rezultat toga su autoputevi i parkirališta kao dominantni tipovi otvorenih prostora. Pokretljivost i komunikacija sve više dominiraju javnim prostorima koji posljedično gube svoj kulturni značaj i ljudske vrijednosti. Značajan postotak zemlje podređen je parkiralištima i cestama zbog čega zgrade postaju razdvojene otvorenim prostorima bez društvene namjene. Ulice, nekada ključni urbani prostori pješačke namjene, postaju brze poveznice, bez obzira na cijenu društva.

Modernizam u arhitekturi je značajno pridonio nastanku izgubljenih prostora. Temeljio se na apstraktnim idealima stvaranja slobodnostojećih zgrada, dok je u tom procesu ignorirao i zanemario važnost uličnih prostora, otvorenih trgova i vrtova, te ostalih važnih vanjskih prostora.

Kao primjer ističe se Piazza Navona u Rimu, gdje su ulice i trgovi izrezbareni iz volumena zgrada, što pridonosi usmjeravanju i kontinuitetu javnog života, te stvaranju psiholoških veza među značajnim prostorima. S druge strane, urbana forma Houstona u Texasu se sastoji od zgrada kao odvojenih plutajućih volumena između ulica i parkirališta. Prepoznatljiv prsten izgubljenog prostora okružuje urbano središte i prostorno odvaja okolna stambena područja. Arhitekti i urbanisti modernizma su napustili urbanističke principe i ljudsku dimenziju koji su uspostavljeni u prošlosti. Srednjovjekovne i renesansne gradove, najvažnije povijesne modele urbanog dizajna, obilježava niski horizontalni profil unutar kojeg je omogućena bliskost privatnog života unutar građevina i aktivnosti na ulicama. Napretkom tehnologija konstrukcije i izumom mehaničkih dizala suvremeni grad postaje grad visokih tornjeva odvojenih od života ulice. Kao primjer, aktivnosti na ulicama Manhattana nemaju mnogo poveznica s funkcijama visokih nebodera.

Također, zatvoreni shopping centri pridonose smanjenju društvenoj i komercijalnoj ulozi tradicionalne ulice. Shopping i zabava su uklonjeni s ulica koje prestaju biti mjesta okupljanja i zabave. Građanin suvremenog grada je primoran samostalno stvarati društvene događaje na kontroliranom teritoriju umjesto da sudjeluje u društvenom zbivanju okupljenom oko ulice. Kao posljedica, izgubljen je kolektivan osjećaj pripadnosti javnom prostoru.





Jedan od razloga gubitka tradicionalnih kvaliteta javnog prostora su bili rezultati **zoniranja i urbane obnove** kroz 50e i 60e godine prošlog stoljeća. S namjerom da očiste prostor i promoviraju ljudsku dobrobit, projekti urbane obnove rijetko su u prostornoj strukturi odgovarali društvenom uzorku kojeg su zamijenili. Zoniranjem su se odvajale funkcije koje su često bile integrirane. Kao posljedica, mjesta življenja i rada su bila razdvojena, izolirani "superblokovi" zatvarali su povijesne ulice, mjerilo grada je narušeno. Zoniranje i urbana obnova zamijenili su funkcionalni red prostornim te nisu prepoznali važnost prostornog reda prema društvenoj funkciji.

Privatizacija javnog prostora je značajno pridonijela nastanku izgubljenih prostora u urbanim centrima. Dok ekonomski rast grada jača njegov centar, također stvara jaku potražnju za prostorima u centru čime se potiče vertikalnost grada. Grad kolektivnih prostora postaje grad privatnih ikona. U gradovima prošlosti uređenje ulica, trgova, parkova i ostalih javnih prostora je bilo integrirano u dizajn individualnih građevina. Nasuprot tome, u suvremenom gradu je za svaki element odgovorna različita javna ili privatna organizacija, čime je narušeno jedinstvo cjelokupne okoline.

Posljednji razlog nastanka izgubljenog prostora je **promjena namjene zemljišta**. Premještanje industrije, zastarjeli transportni objekti, napuštena vojna područja, te prazne poslovne i stambene zgrade su stvorili prostore unutar grada koji su napušteni ili nedovoljno iskorišteni. Takvi prostori imaju ogroman potencijal da postanu područja mješovite namjene. Primjerice, napušteni lučni ili željeznički terminali se često nalaze uz poželjna obalna područja, napuštena skladišta i tvornice su često smješteni na dobrim lokacijama, uz zanimljivu arhitekturu i nisku cijenu zemljišta. Prazna zemljišta mogu biti privremeno korištena kao produktivni urbani vrtovi, komercijalna hortikultura ili kvartovska igrališta. Međutim, takva prenamjena prostora koja ima mogućnost promjene urbanog tkiva čitavog grada, uz velike društvene dobitke, često je ekonomski neisplativa.

IZMIŠLJENA MJESTA



Izmišljena mjesta nastaju iz umova autora, umjetnika i arhitekata koji posuđuju zanate, tehnologije i arhitekturu antičkih civilizacija, nedavne prošlosti i suvremenih društava, potom stvarajući nova uvjerljiva mjesta. Ono što je zajedničko svim takvim mjestima su **"tema"** i **"priča"**. Tema uspostavlja kontekst, dok priča osigurava sadržaj.

Utjecaj tematskih parkova i izmišljenih mjesta je masovan i rasprostranjen, a Disneyland je u suštini pravo izmišljeno mjesto. Na simboličan način iz fantazije formira stvarnost koja se često podsvjesno stapa s multikulturnim i multigeneracijskim arhetipskim slikama iz korisnikove psihe i memorije. Svoj uspjeh duguje dosljednom povezivanju iskustva i priče, stvarajući prikladan i značajan osjećaj mjesta u kojem aktivnosti i sjećanja postaju i individualna i zajednička. Disneyland osigurava "sigurne" avanture u "sigurnom" okolišu čime potvrđuje čovjekovu sposobnost preživljavanja i razvijanja u svijetu rizika i sukoba.

Svako mjesto je potencijalan **"brand"**. Kao što su Disneyland i Las Vegas brandovi, tako su i gradovi poput Parisa, Londona i New Yorka brandovi svaki za sebe, upravo zbog vjerodostojne jasne slike koja pokazuje kako svako mjesto izgleda, kakav je osjećaj, njegova priča ili povijest.

Mjesto ima značenje i sjećanje, te nije pasivno. Ne može biti dobro ili loše ovisno o tome je li stvarno ili izmišljeno. Uspješno mjesto nas aktivno uvlači u svoje emocionalno iskustvo, a priča je jaka metafora za mjesto koja postaje pravilo organizacije i zajedničko sjećanje.

Sircus navodi nekoliko principa za stvaranje uspješnog mjesta. Prvi princip su **struktura i tema**. Struktura se u ovom kontekstu odnosi na plan i organizaciju. Bitni elementi su protočnost i "Gestalt" (pamtljivi uzorak). Logični i jednostavni planovi olakšavaju praćenje događaja, orijentiranje, a ljudima pružaju osjećaj sigurnosti i kontrole. S obzirom da nisu ugroženi, smanjuju obrambeni mehanizam te više uživaju u iskustvu. Također, struktura bi trebala odražavati temu. U mnogim kulturama struktura ili oblik mjesta imaju dodatno značenje. Za neke je krug ključan oblik, univerzalno simboličan, ugodan i siguran predstavlja harmoniju i jedinstvo. Disneyland je kružnog oblika, s centralnim dijelom i radijalnim putevima koji posjetitelje vode na različita putovanja. Kružni planovi su česti u planovima europskih gradova, iz praktičnih obrambenih razloga, zatvarajući jaku centralnu točku, najčešće dvorac.



San Gimignano / Italija ▲

Drugi princip je **iskustvo u sekvencama**. U stvaranju filma, pričanje priče slijedom slika se koristi linearno kako bi se objasnilo određeno gledište, događaj ili postavka. U stvaranju mjesta, sekvence se doživljavaju na više načina, iz različitih smjerova i s različitih stajališta. Ne postoje klasičan početak, sredina i kraj, već je to interaktivna priča. U prostornoj sekvenci, kao i u filmu, postupni prelazak, nagla promjena, te nove perspektive kontroliraju priču, gdje svaka stvara različit emocionalni doživljaj.

Vizualna komunikacija je treći princip. Čitavo značenje priče ili mjesta je očito jedino ako se može vizualno očitati. Bez te čitljivosti, mjesto se može krivo interpretirati ili ne interpretirati uopće. Izazov izmišljenih mjesta je stvaranje mjesta čitljivog publici, komunicirajući kroz suptilne prizore i zvukove. Pažljivo odabrano mjerilo, boje, teksture i detalji pridonose očiglednosti i vjerodostojnosti priče.

Posljednji ključni element u stvaranju mjesta, također potreban za vizualnu komunikaciju, je vizualno privlačan fokusni element, ili "emocionalni magnet". To je ono što je Walt Disney nazvao "wienie" ; može biti izolirani toranj, ili dvorac, ili nekakav zanimljiv događaj koji ljude zadržava u kretanju, mameći ih kroz prostore do specifične odredišne točke. "Wienie" je više od običnog landmarka, upravo zbog toga što utjelovljuje značenje te izmamљуje emocionalni odgovor i reakciju. Primjerice, u Disneylandu, svaka Zemlja sa svojom pričom ima barem jedan glavni "wienie" te nekoliko manjih, njemu podređenih. Oni su često vidljivi iz druge Zemlje, sa svrhom da pozivaju i podsjećaju da druga priča i drugo mjesto čekaju.

Europski gradovi su puni "wienie"-ja. Šiljci i kupole crkava i banaka, tornjevi dvoraca i njihove utvrde, sve su to elementi koji pomažu u kretanju ljudi kroz grad. Stvaraju orijentacijske točke i ciljeve, preko svojih prvotnih značenja i simbola moći. Prikladno tome, izmišljena mjesta trebaju slične znakove i emocionalne magnetne.

Sudjelovanje u priči se zbiva kroz likove i akciju. Oni su prava veza kroz koju se identificiramo s vlastitim svijetom i iskustvima. S jedne strane, građevine se mogu shvatiti kao likovi čiji odnosi mogu stvoriti harmoniju ili konflikt, dok s druge strane doslovno shvaćanje se odnosi na živuće likove, odnosno naseljenike takvih prostora, bez kojih mjesto nije mjesto. Dok povijesna mjesta obiluju zloglasnim ili hrabrim likovima, koji se oživljavaju kroz priče, pjesme i umjetnost, tematskim parkovima šetaju likovi iz priča koji nas podsjećaju na djetinjstvo, pobuđujući uspomene i fantazije. Upravo zbog njih priča postaje dostupna. Sudjelovanje se također, uz vid, događa kroz zvukove i mirise koji izuzetno potiču sjećanja. Nedosljednost bilo kojeg od tih inputa pridonosi patnji mjesta („zamislite samo Disneyland koji miriše na ribu, a svira techno-rap“).

Sva mjesta su izmišljena do nekog stupnja, međutim uspješna se razlikuju po planiranju, uređenju, te temi koja je povezana s pričom. Priča je ta koja doprinosi značenju i dostupnosti mjesta, ona je individualno, ali i zajedničko iskustvo koje povezuje ljude i definira njihove kulture. Ipak, ne znači da svako mjesto treba biti tematski park, međutim mnogo se može naučiti iz takvih mjesta. To su eksperimentalna, uspješna, multikulturalna, intezivna mjesta, izvedena iz elemenata sajмова, muzeja, povijesnih baština, fiktivnih priča, čije je stvaranje pola umjetnost, a pola znanost.

Uspješna mjesta, prema tome, mogu biti ili bogata detaljima i autentična, ili hrabro apstrahirana i teatrična, s jasnom vizualnom komunikacijom koja je lako razumljiva i dosljedna priči. Međutim, potrebno je pronaći ravnotežu između bogatog i značajnog doživljaja koji se može ponovno doživjeti i otkriti, te onog koji stvara preopterećenje informacijama. Potrebno je stvoriti hijerarhiju u prezentaciji i pristupu iskustvu, gdje ljudi sami odlučuju koliko duboko i široko žele ići, čime iskustvo postaje manje rizično, više pod kontrolom, a samim time i ugodnije.

BUDUĆNOST JAVNOG PROSTORA

Uobičajeno je pojam javnog prostora povezivati s parkovima, igralištima ili sistemima javnog prostora koji su očigledno javni. Međutim, nisu svi otvoreni prostori javni, a prema tome ni svi javni prostori nisu otvoreni. Potrebno je zapitati se koliko su zapravo naši javni prostori otvoreni. Jesu li dostupni fizički koliko i psihički. Jesu li jednako ili nejednako raspoređeni u urbanom području.

Međutim, problem javnog prostora se proširio iznad pitanja o raspodjeli i prikladnosti parkova i otvorenih prostora. Problem se proširio na sveukupno negiranje javne sfere i javnog prostora čemu pridonosi **trend 'privatizacije' javnih prostora**. Pojam opisuje korporativne trgovine i otvorene prostore, shopping centre, te ostala sva popularnija javna odredišta. Međutim, nijedan od tih prostora nije uistinu javan. Prisutna je pretpostavka 'javnosti' takvih prostora, no u stvarnosti su oni privatno dobro. Javnost je dobrodošla samo ako je kupac u dućanima i restoranima, radnik u uredima, ili klijent određenih radnji. Dostupnost i korištenje takvih prostora je privilegija, a ne pravo.

Trgovački centri postaju novi gradski centri, sveprisutna i najposjećenija mjesta današnjice, ono što su nekad bili javni trgovi, gradski centri i glavne ulice. Zajedno s korporativnim trgovinama, otvorenim prostorima, galerijama, stvaraju iluziju javnog prostora iz kojeg su svi rizici i nesigurnosti svakodnevnog života pažljivo izbrisani. U ime sigurnosti pješaka i u slučaju nevremena nastaju mreže podzemnih tunela, mostova i pješačkih puteva koji povezuju ove izolirane prostore. Nastaje tzv. **"analogni grad"**, grad neprirodnih urbanih prostora. Američki trend življenja u zatvorenim, ograđenim zajednicama sa zajedničkim prostorima i ustanovama proizlazi iz straha od stranaca, drugih klasa, kultura, etniciteta i nacionalnosti, a ne samo iz zabrinutosti za vlastitu i opću sigurnost. Upravo je takva potraga za utopijom postala domena širenja zabavne industrije. Javni prostor koji nudi Disneyland nastavlja intrigirati, jer iako zatvoren, donosi čisti, efikasan i predvidljiv ugođaj i iskustvo, što je garantirano cijenom ulaznice. Ipak, takva ograđena i zatvorena društva pridonose daljnjem atrofiranju demokratskih ideala javnog prostora.

„Space only becomes place when it is given contextual meaning by users.“

Roger Trancik

Pojmovi javnog prostora i javnog života su usko povezani. Međutim, postoji dio javnog života koji proizlazi čisto iz čovjekove želje za opuštanjem, društvenim kontaktom, zabavom, i željom za dobrim provodom, te nije nužno povezan s javnim prostorom. Takve postavke se nazivaju **"treća mjesta"** i u suprotnosti su s prvim mjestom doma i drugim mjestom rada ili učenja. Takva mjesta su barovi, konobe, saloni ljepote, caffe barovi sa štekatima i slično. Specifična kultura trećih mjesta postoji kao pubovi u Engleskoj, štekati u Parizu, pivski vrtovi u Njemačkoj, mjesta koja su povijesno vezana za kulturu i urbanizam različitih gradova. Ipak, tematski parkovi nisu treća mjesta, iako sadrže neke aspekte zajedničkog javnog života. Oni su izmišljena mjesta, često faksimili nekog prošlog vremena ili mjesta, umjetno stvoreni u svrhu turizma ili zabavne industrije.

Američki arhitekti i planeri su često pokušavali rekreirati europske javne prostore, međutim bez uspjeha. Pretpostavka da, ako dizajniramo prostor aktivnost će se dogoditi, nije točna, iako se takva praksa i dalje nastavlja u stvaranju gradskih i društvenih centara i sličnih javnih prostora. Dok planeri često pokušavaju rekreirati osjećaj zajednice, nerijetko zaboravljaju na druženje kao cilj. Druženje se ne odnosi samo na dobar provod i zabavu, već na **"nezavisan i kreativan odnos između osoba, te odnos osoba sa svojim okolišem"** (Illich, 1973). To su društveno ugodne i smislene aktivnosti, aktivnosti sa svrhom, poput pjevanja u barovima, plesanja na ulicama, zabava održanih oko otvorenih vrata vozila itd. Iako je očito da se takve aktivnosti događaju u već postojećim javnim prostorima, poput ulica, trgova, parkova, one iznova potvrđuju ulogu i pružaju potporu javnoj sferi.

U današnje vrijeme, revolucija u informacijskim i komunikacijskim tehnologijama pridonosi dubokim promjenama u tradicionalnom poimanju mjesta i društva, individualnog i zajedničkog identiteta, te prirode dnevnih kretanja i društvenih odnosa, što produbljuje izolaciju od javnog života i prostora. Tradicionalni koncepti javnog prostora i mjesta postaju zastarjeli dok svi postajemo građanima "cyberprostora". Ono što zabrinjava je hoće li "cybergrad" i "cyberprostori" u potpunosti ukloniti društveni život stvarnih prostora i društava. Brojne svakodnevne aktivnosti je danas moguće obavljati putem interneta, rad, shopping, poslovne transakcije, druženja, što smanjuje potrebu za kretanjem ili komunikacijom lice u lice, te javnim susretima na javnim prostorima. Pitamo se kako će nova komunikacijska tehnologija revolucionirati naš način života i konvencionalnu urbanu formu, no znači li to da će mogućnost kupovine jednim klikom miša ukloniti potrebu za izgradnjom shopping centara, te što će se dogoditi s postojećim centrima i koja će biti njihova nova namjena. Također, ako sve više radnika ostaje kod kuće i telekomunicira, hoće li to vratiti i ojačati osjećaj lokalnog javnog prostora, te revitalizirati društveni život glavnih ulica i trećih mjesta. S druge strane, revolucija telekomunikacijske tehnologije može sve više negirati javni prostor i život što će dovesti do sve veće izolacije, povlačenja i anonimnosti.

Marseille Vieux Port ►



POST-IT CITY

Giovanni La Varra piše o promjenama koje se događaju u suvremenom europskom gradu. Uz hiperdefinirane otvorene prostore novih europskih trgova, javljaju se "**drugi javni prostori**" koji se raspršuju po urbanom teritoriju. U gradskom centru, na rubovima ili u srcu gradskog povijesnog tkiva, oni sastavljaju beskonačan katalog neformalnih prostora, s bezbrojnim artikulacijama: ulični prodavači, barovi na kotačima, diskoteke u kombijima, improvizirani rave partiji na napuštenim industrijskim lokacijama, spontana prodaja na ulicama i trgovima, zauzimaju urbani javni prostor istovremeno transformirajući njegovo značenje i vrijednost. Takva dinamičnost privremeno mijenja javni prostor koji zauzima. Na taj način tradicionalni, ali i privremeni prostori, stavljaju se u funkciju događanja, razvoja grada, specifičnih individualnih i kolektivnih inicijativa, sastavljajući fragmentiranu mrežu koja se isprepleće sa strukturama urbanog javnog prostora. "Post-It City" je funkcionalni aparat suvremenog grada. Uključen je u dinamičnost javnog života, ponašanje individualaca, međusobne susrete, okupljanja, povezivanja, prepoznavanja i razdvajanja. Ipak, tradicionalni javni prostor, kako se njegove vrijednosti mijenjaju, obavezan je uzeti u obzir kompleksnost i heterogenost kulturnih i društvenih promjena. Novi zajednički prostori stvaraju mrežu javnih prostora koja prodire u gustoću suvremenog grada, koji je karakteriziran planiranom rasprostranjenošću, ekstenzijom poveznica i mrežom komunikacija. Takva nova realnost pomiče dinamiku javnog života u nove uvjete. Za razliku od simuliranih javnih prostora koji stanovnicima grada i okolice, te turistima nude određene mogućnosti susreta i razmjene, "Post-It" prostori **nemaju predodređene uvjete**: to su napuštene parcele, preostali prostori oko komunikacijskih sistema, nasipi oko urbaniziranih zona. Njihov dvojni karakter i ravnodušnost prema tradicionalnom sustavu ostavljaju ih na rubu arhitekture i urbanizma i njihove tradicije.

Druga karakteristika "Post-It" prostora je njihova **privremenost**. Nalaze se u određenom vremenskom rasponu uz prisutnost privremenih sudionika. Tokom dana, npr. nemoguće je prepoznati znakove noćnih zbivanja u garaži shopping centra. "Post-It" prostori zauzimaju kratak period u danu stanovnika grada.

Pojačavanje intenziteta je treća karakteristika "Post-It" grada, pojačavanje intenziteta anonimnih, neočekivanih mjesta i prostora, "ničije zemlje" koja nenadano postaje dostupna zajedništvu. Nepredodređena, privremena upotreba prostora koji je otvoren kao javni prostor, postaje objekt neprestane promjene. Na taj način, "Post-It City" postaje kritika instrumenata koje koriste arhitektura i urbanizam. Okuplja prostor koji ne pripada nikome, privremeno, ali neprestano, dajući mu iznova novo značenje ne mijenjajući prirodu njegovog prostora.

◀ **Robert Doisneau / Pariz**



GRAD KAO LOFT

"The City as Loft" prezentira rad ureda KCAP/ASTOC arhitekta i planera **Keesa Christiaansa**. Predstavlja razmišljanje o tipologijama i funkcijama sa snažnom reakcijom na kontekst i inovativnim odgovorima na suvremeni proces modernizacije. Rad se fokusira na transformaciju urbanih područja grada kao temelje za budućnost razvoja europskih gradova. Nekadašnji dokovi, industrijska postrojenja i željeznička područja često predstavljaju jedine preostale lokacije u gradu koje je moguće dalje razvijati. Implementiranjem novih sadržaja u takve prostore urbani karakter ostaje sačuvan.

Izvorno, "loft" je označavao kolonizaciju prostranih, jakih arhitektonskih prostora, prostora s multifunkcionalnim karakterom, s aktivnostima na svim razinama, od življenja i spavanja do rada. Ideja je potekla iz Greenwich Villagea u New Yorku gdje su nekadašnje ateljee za proizvodnju tekstila preuzeli umjetnici. Zanimljivo, "loft" kao stil života je prenesen na ulice tog područja, makar samo kao prisutnost ljudi koji su živjeli i radili u loftovima. U prizemljima su se pojavile galerije, modni ateljei i pomodni kafići i barovi.

„In its role as an organizer of general elements, urban design should observe a certain degree of neutrality in respect of architecture that can bloom in a thousand flowers. In other words: urban design is about creating freedom.”

Kees Christiaanse

Danas, pojam "loft" označava životne i radne uvjete kulturaliziranih i globaliziranih ljudi. Loft je prostran, karakterističan prostor, minimalno, ali efektno okupiran. Prema tome, KCAP/ASTOC se referira na svoje nove zgrade na bivšim dokovima i u industrijskim područjima kao "squatted warehouses" ili "occupied grain silos". Građevine u tim područjima bi trebale biti fleksibilne, dobro osvijetljene, s velikim površinama i visokim stopovima. Međutim, ne fleksibilne u tradicionalnom smislu riječi, iz čega proizlaze prosječne zgrade kojima nedostaje određenih kvaliteta, već u smislu da pružaju snažne, adaptibilne arhitektonske prostore.

Pojam "loft" je također primjenjiv na širi kontekst urbanog dizajna. Bez obzira na oblik koji zgrade zauzimaju, urbani kontekst stvara snažnu arhitektonsku prostornost koja određenom području pruža jasnu orijentaciju unutar grada. Djelomično neformalan, otvoren je za "kolonizaciju". I građevine i javni prostori se ostvaruju kroz kontrast novih i recikliranih materijala. Materijali se interpretiraju na novi način i zajedno s postojećim i novim zgradama generiraju 'povijesnu dubinu'.

Prostorni odnosi i dobro odabrane dimenzije izražavaju pojavnost zgrade. Njezina dubina stvara specifične tipologije, s polu-javnim unutarnjim prostorima, što urbanom kontekstu daje dvostruko značenje. Takvi prostorni uvjeti omogućuju primjenu svojstava lofta u urbanom tkivu, čime prostorna dinamika i funkcionalno različiti karakteri postaju dio gradskog života.

Aerodromi i kontejnerski terminali su oduvijek bili ogromni monofunkcionalni infrastrukturni produkti unutar kulturnog krajolika. U kombinaciji s željezničkim postajama, prometnim petljama, hotelima, konferencijskim zgradama, shopping centrima, suvremeni aerodromi i luke su postali samodovoljni gradovi, gdje je jedina odsutnost funkcija stanovanja. To pokazuje kako je zoniranje stvar prošlosti i potrebno je otvoriti put projektima mješovite namjene (mixed-use). KCAP/ASTOC stvara situacije u kojima elementi velikog mjerila komuniciraju s onima malog mjerila, uz moto **"radikalno miješanje funkcija"**.

▼ Bakelit Multi Art Centre / Budimpešta



Primjerice, automobilski promet je potisnut u svrhu jačanja javnog prometa, dok su shopping centri i distribucijski centri zadržani izvan gradskih središta. Nedavne statistike pokazuju da je takva situacija kontraproduktivna. Dokazano je da lako pristupne garaže velikog mjerila u blizini željezničkih postaja stimuliraju korištenje željeznice kao prijevoznog sredstva. Također, kombinacija većih prodajnih prostora s prostorima stanovanja rezultira kontinuiranom aktivnošću tijekom dana.

Današnja stvarnost diktira ogromnu raznolikost i raznovrsnost urbanih komponenti. Fizička, socio - ekonomska i kulturna rascjepkanost modernog društva ostvaruje novi prostorni izričaj urbanog tkiva.

Diskusija oko budućeg razvoja gradova uglavnom se vrti oko dva polariteta: "kompaktnog grada" i raširene urbane aglomeracije. Pristaše kompaktnog grada se pozivaju na tradicionalni urbani dizajn, baziran na morfologiji gradskih blokova, dok zagovaratelji urbane aglomeracije podržavaju radikalniji i "generičniji" pristup.

Izraz **"urbani krajolik"** je popularna kontradikcija koja opisuje razliku grada i sela. KCAP/ASTOC preferira izraz **"kulturni krajolik"** koji definira svijet kao skup struktura koje se preklapaju i nadopunjuju, a ponekad se i izoliraju jedna od druge. To je dinamično polje koje varira u gustoći i različitosti, i koje se neprestano mijenja pod utjecajem brojnih faktora.

Napušteni dokovi i industrijska područja postaju nestabilna i nezaštićena. Na kraju, počinju se koristiti za nedopuštene aktivnosti. Iz tih razloga, od velike je važnosti razviti mehanizme kontrole nad tim prostorima "u čekanju" ("waiting lands"). Međutim, to ne znači ostaviti ih takvima te održavati njihov status quo. Nažalost, malo toga se može napraviti uz pritisak ekonomije i politike. Prepoznavanje takvih prostora kao fizičke baze za budući razvoj snažnih urbanih struktura, kultura i poveznica je prvi korak ka ukidanju tradicionalnog planiranja i procesa gradnje.

Često je prisutno neformalno korištenje postojećih zgrada u takvim područjima. Stare zgrade s njihovim stanovnicima je potrebno reintegrirati s novom izgradnjom. Na isti način, mješanje starijih predjela grada s novom izgradnjom sprječava njihovo pretvaranje u 'urbane parazite', te ih istovremeno transformira u aktivno uključene centre.

Struktura organizacije na kojoj su nastali temelji modernih gradova potekla je iz funkcionalnog zoniranja i kulturno-povijesne tradicije. Taj proces je bio neminovno prekinut eksplozivnom izgradnjom u prošlom stoljeću. Nove strukture su nastajale i nestajale na starima. Oštre tranzicije su nastale između različitih regija. Suvremeni planeri moraju pronaći način kako balansirati između ostataka tih struktura, tragova zastarjelih ideologija i njihovih vrijednih elemenata. Pažljivom analizom i identifikacijom karakteristika, planeri mogu stvoriti dinamičnu kontekstualnu ravnotežu u kojoj sloboda, fleksibilnost i različitost postoje zajedno.



URBANI KRAJOLIK

Otkada postoje gradovi život izvan njih je oduvijek smatran metaforom povratka u raj. Dok su naši pretci, nomadi i poljoprivrednici, živjeli na periferiji grada iz potrebe, rast gradova kao centara kulture i trgovine pretvorio je življenje u tim istim područjima u privilegij imućnih. Nameće se pitanje gdje prestaje granica grada i periferije, koja je postala toliko opsežna da u gradskom krajoliku stari gradski centri postaju jednakovrijedni novim gradskim sadržajima.

Predgrađe Zuricha, smješteno između centra i aerodroma, primjer je urbaniziranog teritorija izloženog neprestanom razvoju i transformaciji, koje prestaje biti tradicionalnog koncepta predgrađa i postaje mjesto življenja radničke klase, starih industrijskih zona u procesu transformacije, novih shopping centara, poslovnih kompleksa, hotela, sveučilišta, sajмова itd. isprepletenih sa zelenim zonama - parkovima, vrtovima, sportskim terenima, poljoprivrednim zonama. Ta nova urbana struktura, nazvana Glattalstadt, prestaje biti predgrađe i mjesto odlaska, već postaje središte privlačnosti i mjesto dolaska. Danas je Glattalstadt urbani centar raznolikih aktivnosti: poslova, tercijarnog sektora, hotela, industrije, trgovina, shopping centara, pretopljenih s kontinuiranim tokom posjetitelja, korisnika i stanovnika. Svaki od segmenata je vođen vlastitom logikom, dok njihova međusobna kombinacija stvara krajolik okarakteriziran kontrastima i heterogenešću. Takav grad nije ni kompaktan ni kontinuiran, to je grad različitih gustoća i velikih praznina. Koncept gustoće, a ne kompaktnosti, opisuje ovu fluidno artikulirano stanje, stanje neposredne blizine elemenata koji su u potpunosti nepovezani. Takav koncept ne stvara probleme ograničenja, već prihvaća grad u svojoj heterogenosti, predlažući drugačije modele i vremena upotrebe od onih tradicionalnih.

Koncept slikovitosti odgovara našoj današnjoj senzibilnosti i omogućava manipuliranje novim krajolikom. Slikovitost možemo definirati kao nešto živopisno i šareno, što je sporazumno neredno i nepravilno. Nesimetrija i nepravilnost, te neočekivanost, postaju dijelom slikovitosti koja prihvaća individualnu ekspresiju, te briše tradicionalnu granicu između prirodnog i umjetnog. Što su u modernom gradu bili smatrani negativnim elementima, heterogenost, različitost, nered, danas postaju kvalitete koje definiraju novi krajolik. Ipak, prihvaćanje heterogenosti nije samo estetsko, već postaje političko, socijalno i etičko. Osim heterogenešću, Glattalstadt se odlikuje zelenilom, prirodom koja dolazi na svaku razinu grada. Usprkos gustoći, doima se kao prirodan grad, no s novom 'prirodnošću' koja se sastoji od velikih otvorenih prostora, nekoliko dijelova poljoprivrednog zemljišta, jezera za pročišćavanje vode, biotopa, ekoloških zona, brežuljaka, parkova, vrtova.

Takav prostor prestaje biti teritorij, prestaje biti periferija, postaje novi krajolik. Zelenilo prestaje biti element razdvajanja zgrada i različitih aktivnosti, edukativni element, produktivni element, ili samo divlja priroda, te postaje heterogen. Različite vrste zelenila, različite ekologije, te prisutnost u različitim prostorima definiraju različitosti modernog društva.

Kao primjer novog gradskog sadržaja spominje se Maasvlakte u Rotterdamu, industrijsko i lučko područje koje sa svojim pješčanim nasipima, silosima, skladištima, turbinama, otpadima, postaje mjesto za život beskućnicima, mjesto za vatrogasne vježbe, motocross, ronjenje. Ovo zanemareno, ali živopisno mjesto, sadrži sjeme budućeg europskog grada u kojem stanovnici nemaju ograničenja, već sami definiraju svoju kulturu i krajolik.

Slika krajolika koja odgovara tom opisu je ona s jasnom diferencijacijom brojnih gustoća i kultura. To je krajolik koji smo donedavno nazivali periferijom, koji je u međuvremenu postao toliko raznovrsan i opsežan da u njemu stari gradski centri postaju jedni od mnogih jednake vrijednosti. Kako Adriaan Geuze (West 8) primjećuje, Maasvlakte nije samo zaboravljeno industrijsko i lučno područje, ono udomljava impresivne strukture: umjetne dine visoke 25 metara, koje skrivaju tankove za ulje, terminal za uranij, prostor za manevriranje, desetke eksperimentalnih vjetrovnih turbina, odlagalište kemijskog otpada, kontejnerski terminal, zonu za odlaganje eksploziva, te farmu pastvri. Najbizarniji od svih struktura je World Disaster Center, prostor na kojem se grade kopije blokova zgrada, bušilice za bušotine, vlakovi, kamioni, rafinerije, skladišta i slično, a potom se zapaljuju benzinom. Vatrogasci i timovi za katastrofe treniraju na tom prostoru 24 sata dnevno. Za praznike, mase ljudi dolaze kako bi sudjelovali u raznim avanturističkim aktivnostima: dine postaju mjesta za motocross, nagib iskopa se koristi za hang-gilding, kamena brana postaje nalazište fosila, a morski iskop pjeska postaje mjesto za dubinsko ronjenje. Ovaj zapostavljeni, ali jako živopisan krajolik sadrži sjeme budućeg europskog grada, u kojem njegovi stanovnici definiraju svoju karakterističnu kulturu. Njihovo ponašanje ne može biti unaprijed programirano, s obzirom da se bazira na anarhiji, istraživanju i izražavanju.

Granica između grada i prirode prestaje postojati. Novi grad postaje metropolis sa selima, urbanim centrima, predgrađima, industrijskim zonama, lukama, aerodromima, šumama, jezerima, plažama i naprednim tehnološkim poljoprivrednim područjima. Grad postaje rastegnuti urbani krajolik.

Maasvlakte / Rotterdam ►





ZAKLJUČAK

Problem javnog prostora nije više ni u arhitekturi ni u samom praznom prostoru. Problem je u tome što će se događati u tom praznom prostoru. Vraćanje nekakvoj određenoj vrsti arhitekture sa svojom specifičnom vrstom javnog prostora, neće vratiti i osjećaj zajedništva. Prema tome, za razumijevanje suvremenog urbanog krajolika važnije je razumjeti razvoj novih zajednica i onoga što one mogu ponuditi, što je privlačno u vezi njih, te kako se one mogu povezati s novim većim cjelinama. Potrebno je razumjeti utjecaj novih medija kako bi smo saznali gdje smo i gdje želimo ići.

Grad budućnosti više nije jednostavna stvar forme ili skup više jednakog. To je stanje uma, način života i novi oblik zajednice. Zajednice koja se sastoji od više različitih zajednica, novih zajednica koje se nalaze na sasvim neočekivanim mjestima.

Upravo zbog toga, hegemoniju pješačkih puteva, trgova, ulica i blokova treba dovesti u pitanje, ne zbog toga što vrijednosti koje utjelovljuju više ne vrijede, već što su prožeti pogrešnim pretpostavkama o prirodi suvremenog društva i njegove okoline, što dovodi do pogrešnog razumijevanja cijeline. Presudna promjena u društvu je nestanak masa koje su živjele na ulicama i trenutno se mogle organizirati u cijelinu koja je djelovala kolektivno. Mediji i mobilnost su odigrali ključnu ulogu u tom procesu.

LITERATURA:

- ▶ Roger Trancik: "Finding Lost Space: Theories of Urban Design"
- ▶ Jan Sircus: "Invented Places"
- ▶ Kees Christiaanse: "Living In The Landscape"
- ▶ Kees Christiaanse: "City as Loft"
- ▶ Edward Relph: "On the Identity of Places"
- ▶ C. Norberg - Schulz: "Genius Loci"
- ▶ C. Norberg - Schulz: "Architecture: Meaning and Place"
- ▶ Bart Lootsma: "The New Landscape"
- ▶ Giovanni La Varra: "Post It City"
- ▶ Tribid Banerjee: "The Future of Public Space: Beyond Invented Streets and Reinvented Places"



► LOKACIJA



Urbane strukture suvremenih gradova sadrže različite neiskorištene prostore koji iz različitih razloga nikada nisu iskoristili svoj puni potencijal ili su s vremenom izgubili svoju namjenu, te su postali mjesta ispražnjena od sadržaja. U Hrvatskoj, uz brojne ekonomske i političke razloge, demilitarizacija i deindustrijalizacija su vodeći uzroci stvaranja zaboravljenih prostora. Takvi prostori, osim što su izgubili svoju izvornu namjenu, postali su zatvorene zone, izolirane i u potpunosti neintegrirane u postojeće urbano tkivo. U suvremenom gradu, koji svoju ekspanziju vrši sve dalje na periferiju, zaboravljeni prostori su najčešće jedine lokacije u gradu koje je moguće dalje razvijati. Transformacija takvih prostora predstavlja temelj za budući razvoj grada, a implementacija novih sadržaja je ključna za razvoj urbanog identiteta.

Split, kao grad u razvoju, sve se više širi izvan svojih granica, dok je sam grad prepun neiskorištenih i zaboravljenih prostora. Bilo da se radi o propalim i praznim zgradama, napuštenim industrijskim i vojnim kompleksima, neiskorištenim obalnim područjima, veliki potencijal za daljnji razvoj je skriven unutar njegovih granica.

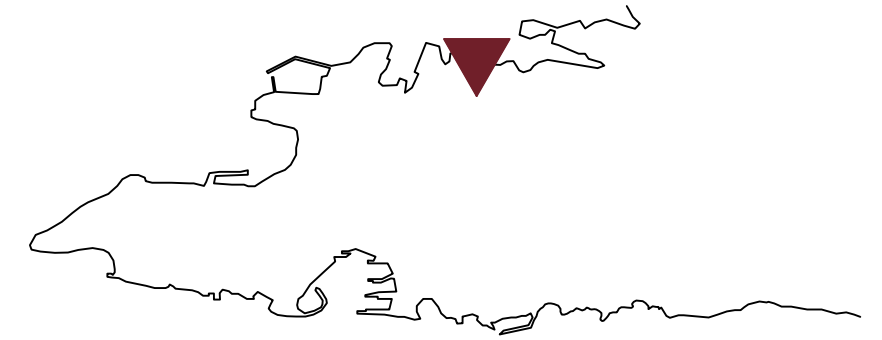
Jedan od njih je i prostor Kopilice. Smještena relativno blizu centra, prometno vrlo dobro povezana s ostatkom grada, dobrog geografskog položaja, nameće se kao prostor koji ima potencijal stvoriti novi identitet i u budućnosti postati novo urbano središte Splita.

Kopilica je posebno zanimljiv predio grada koji je ostao zapostavljen u njegovom planiranju, smješten između dvije važne razvojne točke grada. Na zapadu se smjestilo brodogradilište Brodosplit, a na istoku, premještanjem robnog dijela u industrijsku zonu, nastaje Sjeverna luka. Sjeverna strana splitskog poluotoka sredinom stoljeća postaje od iznimne gospodarske važnosti, centar ekonomskog razvoja, kako za grad, tako i za cijelu regiju. Kopilica, koja je ostala ukliještena između dva važna razvojna generatora grada, nije uspjela ostvariti ni gospodarski ni prostorni značaj, čemu je pridonijelo i kasnije propadanje industrije i njeno premještanje na periferiju.

Danas je Kopilica neurbaniziran i neartikuliran prostor, smještena na geografski vrlo atraktivnoj lokaciji. Obalna linija, s pogledom na Kaštelanski zaljev, nikada nije iskorištena. Sam smještaj Kopilice je izuzetno povoljan, uz neposrednu blizinu užeg gradskog centra i ključnih gradskih prometnica. Dok su na rubnim područjima smješteni neki od važnijih gradskih sadržaja, poput trgovačkih i sportskih centara, hotela, glavne pošte, sveučilišnog centra, raznih agencija i poduzeća, prostor Kopilice ostaje zapušten i neiskorišten, s nekolicinom neadekvatnih komercijalnih zgrada. Uz nepostojanje sadržaja i neplansku izgradnju, najveći problem je zagađenje okoliša, kao i nerješeni prometni i pješački putevi.

Takav prostor je uistinu neiskorišten i zaboravljen, bez obzira na brojne potencijale. Ostaje praznina u urbanom tkivu s velikim mogućnostima za daljnji razvoj prostora, ali i grada.

POLOŽAJ



MAPIRANJE POSTOJEĆIH SADRŽAJA

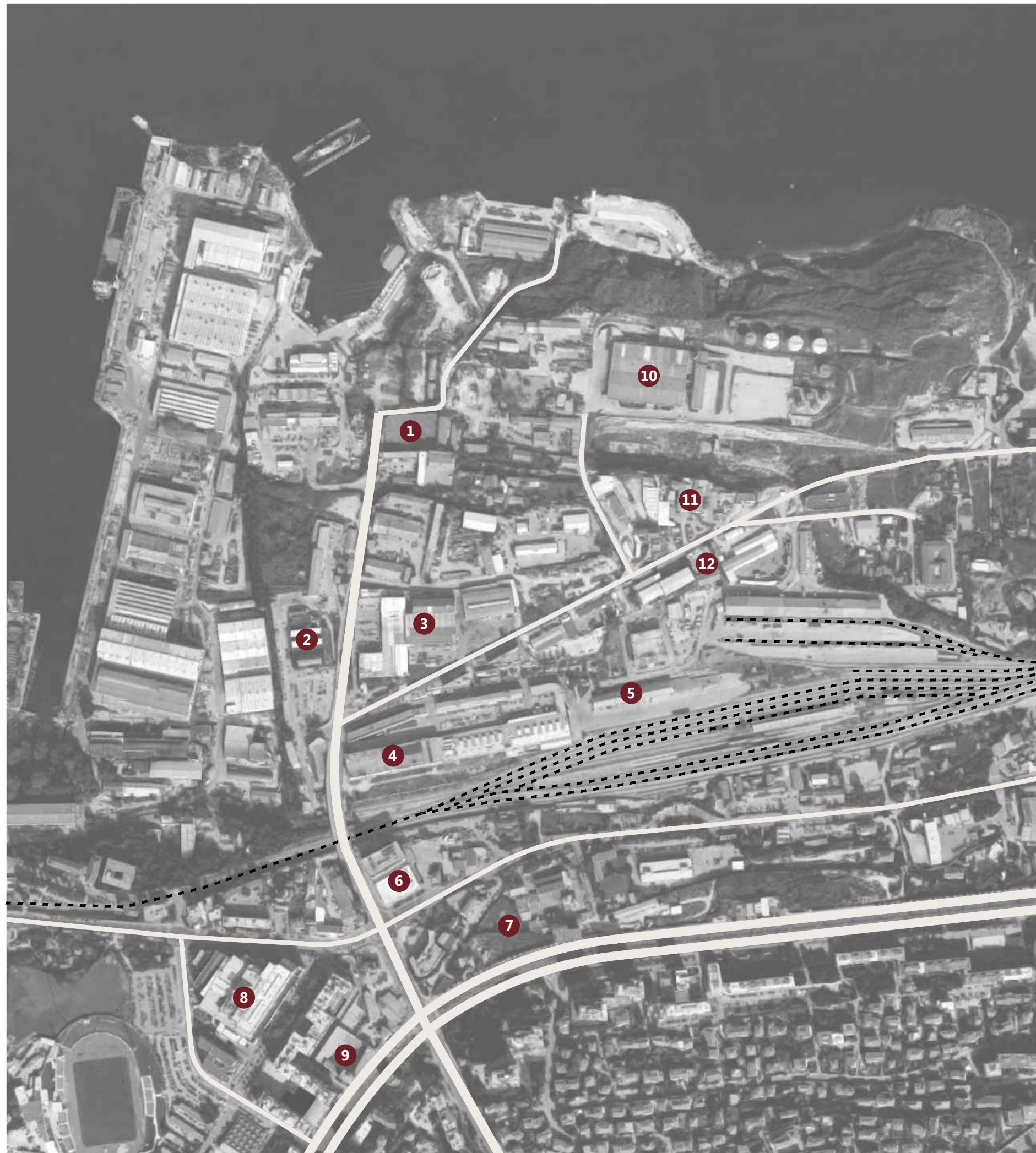
- 1 Sportski centar "Pomak"
- 2 Trgovina "Super Konzum"
- 3 Agencije + poslovni prostori
- 4 Hotel "Dalmina" + Sveučilišni centar + trgovine
- 5 Noćni klub "Judino Drvo"
- 6 "Hrvatska pošta"
- 7 Poslovni centar i hotel "West Gate" (u izgradnji)
- 8 Trgovački centar "Joker"
- 9 Hotel "Atrium"
- 10 "Dalmacijavino"
- 11 Prodavaonica
- 12 Tržnica



- ▶ geografski atraktivna lokacija
- ▶ neiskorišteno obalno područje
- ▶ neposredna blizina gradskog centra
- ▶ kontaktne zone
- ▶ blizina važnih gradskih sadržaja
- ▶ blizina frekventnih prometnica
- ▶ razvijenost električne, vodovodne i kanalizacijske mreže



- ▶ propadanje industrije
- ▶ smještaj u industrijskoj zoni
- ▶ propadanje industrije
- ▶ zagađenje okoliša
- ▶ neplanska i ilegalna izgradnja
- ▶ neriješeni prometni i pješački putevi
- ▶ zatvorenost
- ▶ neiskorišten potencijal "waterfronta"
- ▶ nepostojanje sadržaja



TUPINOLOM "DUJE - PIJAT"

U samom središtu industrijske zone nalazi se nekadašnji tupinolom "Duje - Pijat", praznina u prostoru, zaboravljena i neiskorištena. Djelomično degradiran, a djelomično obrastao divljim raslinjem, svojom površinom ostavlja značajan otisak u prostoru. O povijesti tupinoloma ne postoji mnogo podataka, te razdoblje eksploatacije lapora ostaje nepoznato. Otvoren na strateškoj lokaciji između sjeverne obale i kolodvora, s vremenom je dosegnuo približne dimenzije od 400 x 70 m, te se proteže u smjeru istok - zapad.

Nakon Drugog svjetskog rata počeli su procesi prenamjene tupinoloma na području Dalmacije, iako je eksploatacija lapora prestala već 1930-ih. Tupinolomi smješteni izvan urbaniziranih područja su najčešće bili prepušteni prirodi čime su postali djelomično integrirani u okolinu, iako su otisci eksploatacije i dalje vidljivi. Tupinolomi unutar urbaniziranih područja najčešće su sanirani izgradnjom novih građevina, kada su unutar gradskog tkiva predstavljali rijetka neizgrađena područja, dok su se nerijetko koristili i u sportske i rekreacijske svrhe kao značajnije ravne površine u neravnom krškom području.

Prostor tupinoloma tangiraju nedovršene prometnice s istočne i zapadne strane, s juga je prostor ispunjen improviziranim skladištima i ilegalnim kućama, dok se sa sjeverne strane smjestilo postrojenje sa spremnicima tvornice "Dalmacijavino".

Danas je tupinolom dio šireg urbano neartikuliranog područja Kopilice, a u njemu se nalaze ruševne zgrade i ilegalno odlagalište otpada. Prema aktualnom GUP-u, planirane su dvije nove prometnice. Jedna će se nastavljati na postojeću ulicu Stinice, te će prolaziti obalnim dijelom Kopilice, dok će druga biti na mjestu postojeće ulice Kopilica koja prolazi uz južni rub tupinoloma, te će se spajati sa Solinskom ulicom gdje je planiran novi autobusni terminal. Uz samu lokaciju planirane su i nove autobusne stanice što pridonosi prometnoj povezanosti područja.

Prostor tupinoloma je prepoznat kao generator novih prilika, mjesto koje se ističe svojom veličinom i specifičnom fizionomijom i identitetom. Temelj za budući razvoj takvog prostora nalazi se u promjeni identiteta istog, gdje implementacijom novih sadržaja zaboravljeni prostor postaje atraktor i novo mjesto interakcije. Novi sadržaji su oni kulturnog i javnog karaktera, program koji okuplja i stvara, potiče nove aktivnosti, te postaje temelj daljnjeg razvoja prostora.



▶ **KONCEPT**

IDEJA

Split je grad s velikim nerazmjerom aktivnosti tokom ljetnih i zimskih mjeseci, te nedostatkom javnih kulturnih i društvenih prostora. Društveni život grada postaje sve više podređen turizmu, a grad pritom zaboravlja na vlastiti život. Osim samog centra grada i povremenih događanja, shopping centri postaju jedina aktivna **mjesta urbane interakcije**, novi gradski centri, sveprisutna i najposjećenija mjesta današnjice. Ipak, takva mjesta nisu uistinu javna, ona su privatno dobro gdje je javnost dobrodošla samo kao kupac. Njihovo korištenje postaje privilegija, a ne pravo. Također, monotonija njihovih sadržaja i događanja ne pridonosi i samoj kvaliteti života grada.

Što kada bi postojala alternativa? Kada bi napušteni gradski prostor dobio novu namjenu, nove alternativne sadržaje koji bi pridonijeli i **društvenoj i kulturnoj identifikaciji grada**. Kada bi taj prostor dobio novi identitet kao suvremena urbana scena, **generator novih ideja** i mjesto susreta, interakcije i razmjene kroz raznolike aktivnosti. Društveno - kulturni centar kao temelj budućeg razvoja prostora. Napušteni tupinolom, "rana" u prostoru, postaje **mjesto novih zbivanja**. Ideja centra je ponuditi multifunkcionalan prostor koji bi omogućavao raznovrsnost aktivnosti, a prožimanje vanjskog i unutarnjeg prostora bi omogućilo neprestano programiranje sadržajima. Centar bi poticao razvoj umjetnosti i kreativnosti, te edukaciju, istovremeno obogaćujući **urbanu kulturu** grada i njegovih stanovnika.

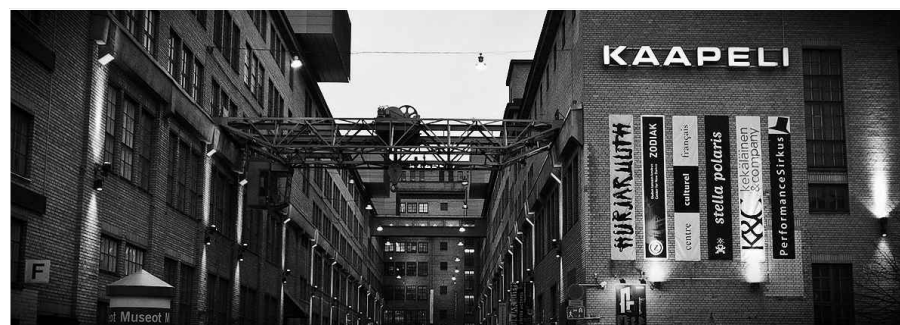
Pravila tradicionalnog planiranja i funkcionalnog zoniranja više ne vrijede, heterogenost prožima sve elemente života, a grad treba postati **urbani krajolik** u kojem u dinamičnoj ravnoteži sloboda, fleksibilnost i raznolikost postoje zajedno.

Diljem Europe nailazimo na brojne primjere urbane transformacije, gdje industrijska područja i postrojenja predstavljaju jedine preostale lokacije u gradovima koje je moguće transformirati. Implementiranje novih sadržaja čuva njihov karakter, a ta mjesta postaju temelj budućeg razvoja. Takvi prostori postaju fizička baza za razvoj novih urbanih struktura, kultura i poveznica. Nova izgradnja je reintegrirana sa starom izgradnjom i njenim stanovnicima, gdje postaje aktivno uključen centar koji doprinosi svakodnevnom životu grada.

U Helsinkiju se 1980ih javila potreba za širenjem centra na industrijsku zonu, a prioritet je bila izgradnja stambenih i poslovnih objekata. Između raštrkanih skaldišta istaknula se zgrada tvornice kabela, izgrađene za vrijeme Drugog svjetskog rata. S površinom od 49 300 m² bila je jedna od najvećih zgrada u Finskoj u to vrijeme. Najveći nepodijeljeni prostor unutar zgrade bila je **Sea Cable Hall** - 110 m duga i 14.5 m visoka. Zgrada i dvorana su uskoro razdijeljene na sektore u kojima su smještene javne službe koje su opsluživale okolno stanovništvo. Uskoro je Nokia počela koristiti zgradu i iznajmljivati neiskorišten prostor.

Brojni umjetnici su se uselili u zgradu i uskoro su se organizirali u pokret čiji je cilj bio očuvanje tvornice. Ukinuta je podjela zgrade i velike dvorane, te je donešen novi arhitektonski plan očuvanja čitavog kompleksa.

Danas je to najveći kulturni centar u Finskoj, s 3 muzeja, 12 galerija, plesnim pozornicama, umjetničkim školama, grupama umjetnika, bendova, firmi, gdje 900 zaposlenika na dnevnoj bazi dočekuje 230000 posjetitelja godišnje. **The Cable Factory** je dio europske mreže kulturnih centara pokrenutih od strane građana i umjetnika, **Trans Europe Halles**.



Dio europske kulturne mreže je i **WUK - Werkstaetten und Kulturhaus**, u prijevodu "Kuća radionica i kulture", smještena u Beču. Nekadašnja tvornica lokomotiva, na 12 000 m² danas je značajan kulturni centar temeljen na 3 sadržaja: kulturna produkcija, edukacija i savjetovanje, te društveno - kulturni centar. Otvoreni kulturni prostor je mjesto sa živom interakcijom umjetnosti, politike i društvenih pitanja. Rad centra potiče proizvodnju i prezentaciju inovativne, eksperimentalne i kritičke umjetnosti i kulture na lokalnoj, regionalnoj i internacionalnoj razini. Pruža prostor svakome tko je zainteresiran za umjetnost, politiku i društvena zbivanja, s mjestima za razmišljanje, diskusiju i istraživanje.



Ugljenokop **Zollverein** u Essenu, smješten na površini od 100 hektara, 2001. godine je proglašen dijelom Svjetske baštine UNESCO-a. OMA je bila zadužena napraviti masterplan s ciljem pronalaska suvremene namjene prostora, te su na površini od 12000 m² smješteni centar za posjetitelje, muzej pokrajine Ruhr, te nekoliko umjetničkih i dizajnerskih institucija. Program je dodan bez uklanjanja postojećih strojeva koji dominiraju prostorom. Rezultat je industrijski spomenik koji spaja suvremenu namjenu s povijesnim kontekstom.

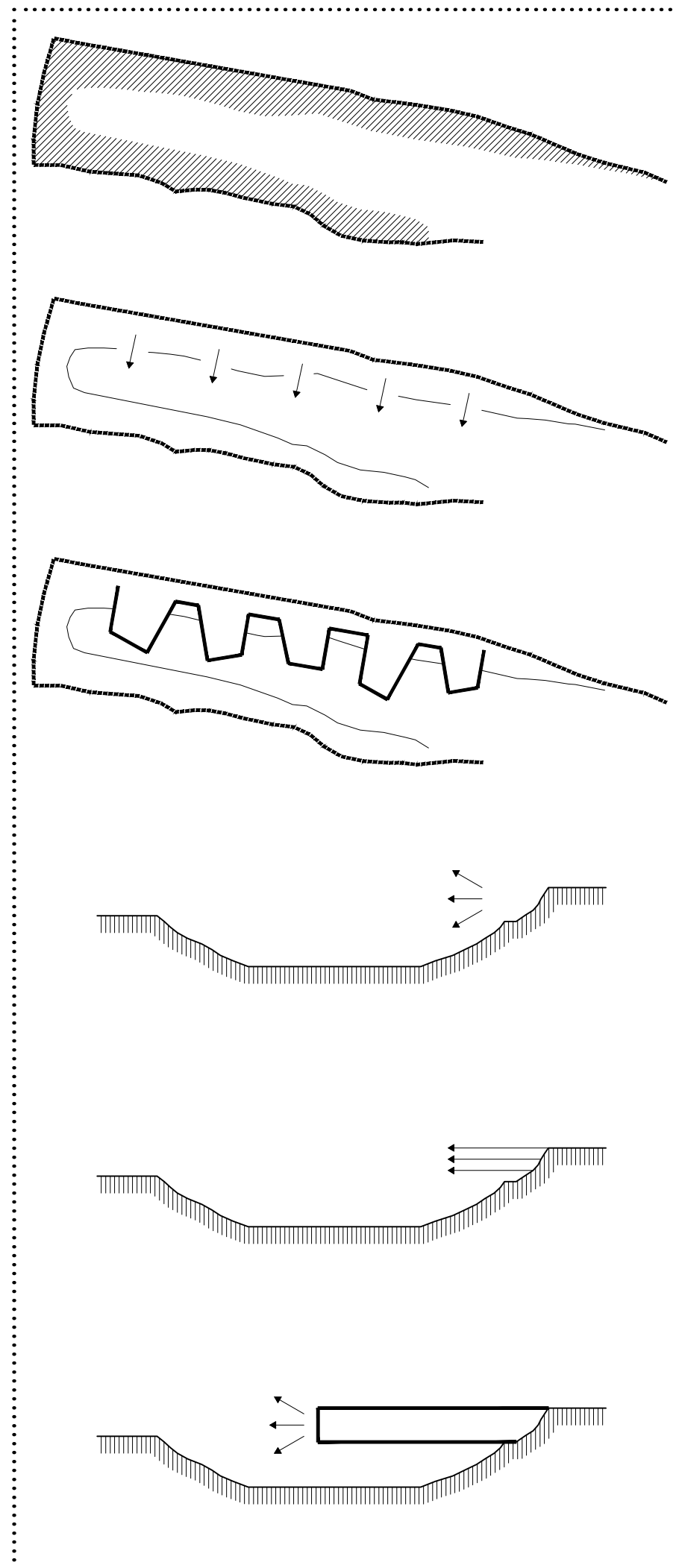


Iako je u Hrvatskoj većina takvih prostora prepuštena propadanju i urušavanju, razne kulturne i civilne udruge vode borbu za postepeno zaposjedanje prostora. Projekti obnove se uglavnom svode na elementarno čišćenje prostora, ali ipak postoje brojne inicijative koje će donijeti novu vrijednost zapuštenim i zanemarenim prostorima.

Neki od uspješnijih hrvatskih primjera koji su doživjeli prenamjenu su društveni centar "Rojc" u Puli (dio TEH-a), Lazareti u Dubrovniku (Art Radionica Lazareti - ARL), tvornica "Jedinstvo" u Zagrebu (kazališna grupa, udruge, klub "Močvara"), Dom omladine u Splitu (Multimedijalni kulturni centar, Kino klub Split, Split film festival, Baletni studio...), kino "Lika" u Zagrebu (Zagrebački plesni centar) koji je jedini primjer cjelovite obnove napuštene arhitekture za javnu kulturnu namjenu u Hrvatskoj, Hartera u Rijeci, itd.

Jedan pozitivan primjer urbanog sadržaja nalazi se u samoj Kopilici, noći klub **"Judino drvo"**, smješten u bivšem skladištu "Hrvatskih željeznica", koje se pokazalo kao idealno mjesto za noćni klub s obzirom da u okolici nema stambenih zgrada. Glazbene, kazališne i filmske večeri uz ugostiteljsku ponudu se organiziraju bez ljetnih i zimskih pauza, uz brojna druga događanja i okupljanja, čime je taj prostor postao atraktor unutar zapuštenog tkiva.





PROGRAM

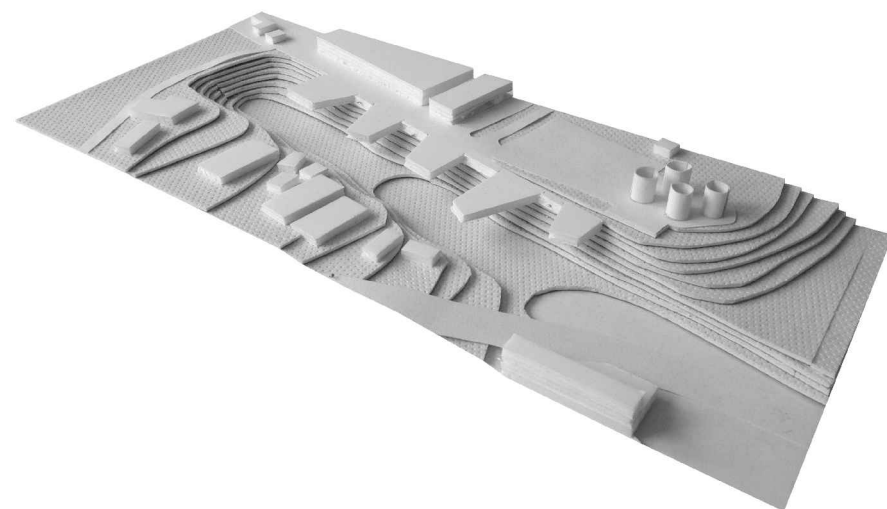
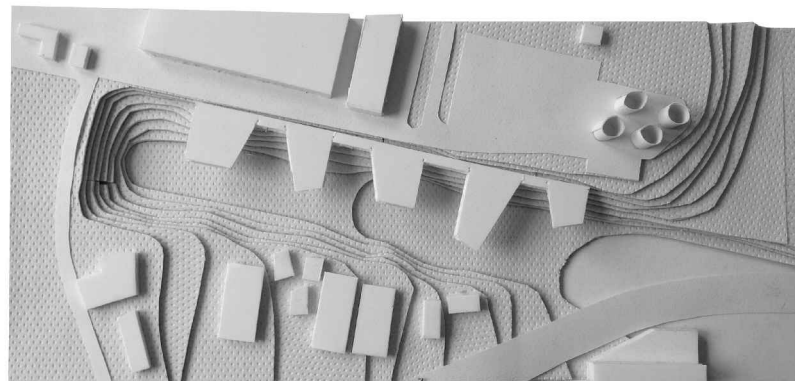
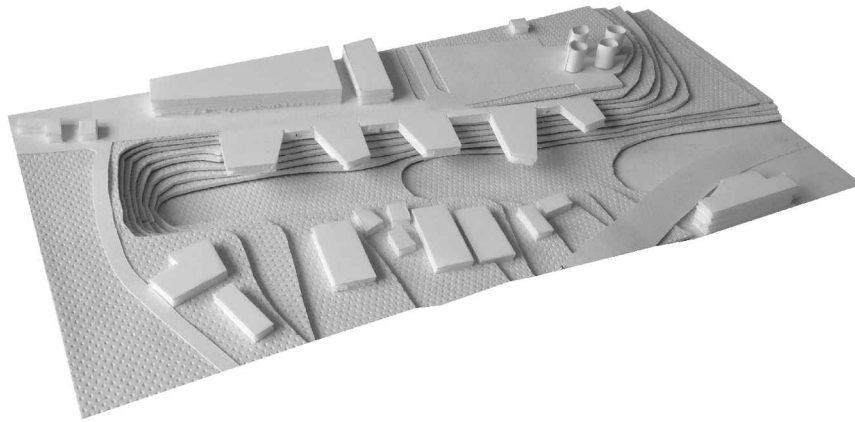
Projekt predviđa izgradnju društveno - kulturnog centra čiji program proizlazi iz ideje okupljanja, druženja, promatranja, učenja i novih iskustava. Prostor postaje inkubator kulturnih i društvenih događanja, s različitim sadržajima koji funkcioniraju na dnevnoj, sezonskoj i godišnjoj bazi. Program je podijeljen na više sadržaja koji se međusobno povezuju i na taj način stvaraju jedinstvenu cijelinu. Performans, film, glazba, edukacija i izložba generiraju različita događanja, predstave, projekcije, koncerte, festivale, sajmove, kreativne radionice, tečajeve, susrete, natjecanja. "Kuće za umjetnost" postaju elementi koji čuvaju prostorni karakter tupinoloma, pritom stvarajući nove odnose unutarnjih i vanjskih prostora.

OPIS KONCEPTA

Pozicioniranje objekta na lokaciji proizlazi iz specifične fizionomije tupinoloma. Ideja interakcije i intenziteta događanja ima za cilj aktivaciju čitavog prostora tupinoloma, stapajući dva glavna prostorna elementa, parter i padinu. Iz različitog karaktera sjeverne i južne padine proizlazi i smještaj samog objekta. Dok je južna padina manje visine, s padom prema istoku, erodirana, u hladovini, obrasla divljim raslinjem i nedefiniranih rubnih uvjeta, sjeverna je osunčana, jasnih rubnih uvjeta, kontinuirane visine, s vidljivim tragovima eksploatacije čime predstavlja karakter lokacije. Prema tome, objekt se smješta na nju, proizlazi iz stijene, sanira narušenu topografiju, te postaje karakterističan "landmark" u prostoru. Izdizanje objekta od partera naglašava "izviranje" objekta iz padine, te ga istovremeno oslobađa i aktivira stvarajući različite odnose vanjskog i unutarnjeg prostora.

Kuće su međusobno povezane promenadom, toplom vezom koja povezuje prostor i programe. Tlocrtna dispozicija objekta proizlazi iz rasporeda sadržaja, odnosa prema parteru, te kadriranja. Dinamika je uspostavljena podjelom objekta na 5 kubusnih elemenata, svaki sa svojim programom, oblikom i veličinom koji se sužavaju od padine prema prostoru naglašavajući ideju kuće nastale iz postojeće topografije. Prostor postaje podijeljen na 3 povezana prostora, unutarnji prostor objekta, krov objekta i footprint objekta na parteru. Svaka od 5 kuća prima vlastiti program i sadržaj koji silazi u parter i penje se na krov. Parter postaje park s funkcijom javnog otvorenog prostora i mogućnošću organizacije raznih događanja na otvorenom, gdje ispod kuća na padini nastaju tribine s vanjskim sadržajima. Razina krova objekta je u razini s gornjom plohom padine, te krov postaje novi kvalitetan prostor s momentima ulaska.

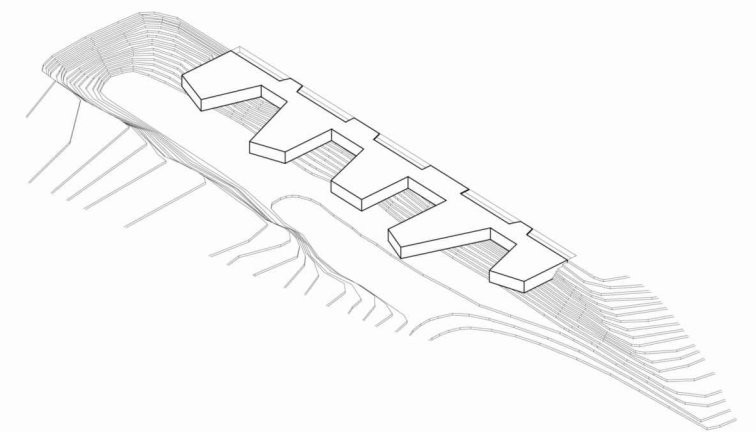
ARHITEKTONSKO OBLIKOVANJE



Objekt društveno - kulturnog centra diferenciran je na prostorne elemente koji izvire iz padine, te promenu i servisnu traku koji su djelomično usječeni u padinu, protežući se kroz dvije etaže. Kolni pristup objektu zajedno s parkiralištem nalazi se na sjeveru s gornje strane padine te je smješten u dvije razine, gornji koji je u razini s krovom kuće, te donji koji je usječen u padinu te je u razini s međuetražom objekta. Pješački pristup omogućen je sa svih razina, objekt je mjestimično s parterom povezan stepenicama smještenim na padinu, na međuetraži su smješteni ulazi s pristupne ceste, a krov je perforiran otvorima koji omogućuju pristup s krovova objekta. Servisna traka, osim ulaza, sadrži komunikacije između dvije unutarnje etaže, sanitarije, garderobe, prostorije zaposlenika, te administrativne i gospodarske prostore koji opslužuju javne prostore smještene u kućama, a komunikacijska traka ih međusobno povezuje. Unutarnji javni prostor svake od kuća diferenciran je fluidnim otvorenim prostorima, zatvorenim kubusima sa pripadajućim sadržajima, te otvorima u podnoj, međukatnoj i krovnoj ploči preko kojih je omogućeno povezivanje prostora. **"Kuća za performans"** sadrži dvoranu s tribinama i većim prostorom za pripadajuća događanja koja se proteže kroz obje etaže. Okolo dvorane je smješten protočan prostor s info pultom, izložbom, vježbaonicama, uredima, dramskim radionicama, loungeom i barom. Silazak na parter je omogućen preko tribina koje tvore vanjsko gledalište, mjesto za održavanje vanjskih kazališnih i plesnih predstava. **"Kuća filma"** sadrži dvije dvorane za projekcije s tribinama, te kubus s filmskom radionicom i video sobom. Info pult, prostori za odmor, druženje, literaturu, te caffè i snack bar su smješteni u preostalom otvorenom prostoru. **"Kuća glazbe"** organizirana je postavkom dvije glazbene dvorane dvostruke visine s pripadajućim glazbenim studijima za snimanje i produkciju. U slobodnom prostoru su smješteni info pult s literaturom, lounge i caffè bar, te "music box-evi" za sviranje ili slušanje. Tribine se spuštaju u parter koji postaje mjesto održavanja glazbenih događanja i festivala. **"Kuća za edukaciju"** sastoji se od razolikih prostora za učenje, samostalan ili grupni rad, održavanje predavanja, organiziranje radionica ili tečajeva, te okupljanje stanovnika i brojnih udruga. Prema tome, sadrži 3 manje učionice, te dvije veće radionice dvostruke visine, slikarske i kiparske. Na samom kraju smještena je dvorana za predavanja, također dvostruke visine. U slobodnom prostoru smješteni su prostori za individualan i grupni rad, te info pult s literaturom i izložbom. Posljednja je **"kuća za izložbu"** čiji je prostor u potpunosti fluidan i otvoren, s jednovisinskim i dvovisinskim mjestima za postavu izložaka, loungeom i info pultom. Oblikovanje krova je minimalističko, gdje je, osim otvora za komunikaciju s objektom, jedini element ograda koja prati otvore u krovu, povezuje putanje kretanja, te se na dijelovima proteže do ruba kuće pružajući pogled na parter i okolinu.

KONSTRUKCIJA I MATERIJALI

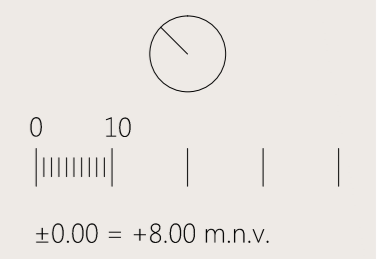
Objekt karakteriziraju "lebdeći" objekti, postavljeni na 7 m visine, koji iz padine izvire u prostor. Objekti su postavljeni na čelične stupove s betonskom ispunom debljine 80 cm, dok se konstrukcija objekata sastoji od ravninskih rešetki postavljenih u uzdužnom i poprečnom smjeru. Grede su "I" profili dimenzija 30 x 50 cm. Ravninske rešetke, osim što nose objekt, postaju bitan element oblikovanja prostora, te su prema tome organizirane na način da su u nekim kućama postavljene uz samo pročelje, dok su u dvije veće kuće uvučene u odnosu na njega. Servisna i komunikacijska mreža je usječena u padinu te je čvrste armiranobetonske konstrukcije, a na nju se spaja konstrukcija ravninske rešetke. Podna, međukatna i krovna ploča se sastoje od spregnute konstrukcije trapezastog lima i betona. Pročelje je ovojnica od translucentnog leksana, s transparentnim dijelovima na mjestima javnih otvorenih sadržaja. "Footprint" zgrade u parteru je armirano betonska ploča s tribinama, dok uređenje partera prikazuje karakter tupinoloma, s divljim raslinjem, šljunkom, zemljom i popločanom šetnicom koja ga obilazi.

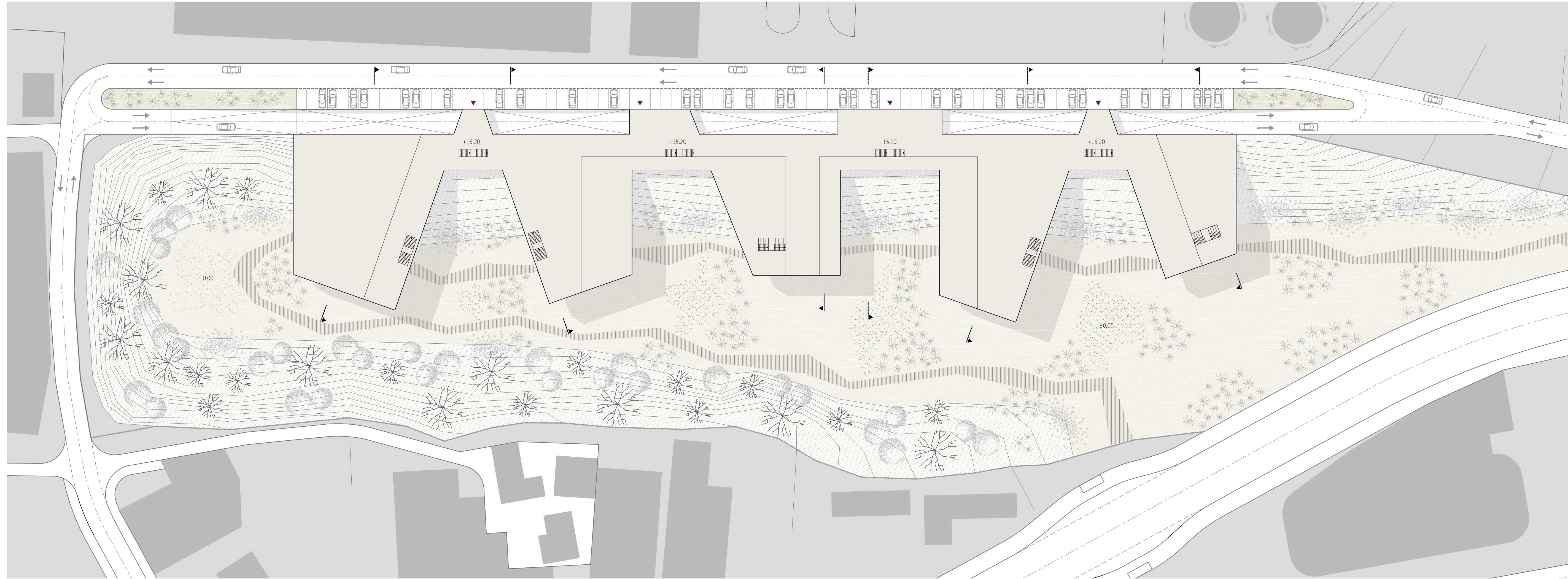


▶ **MALL OF CULTURE**

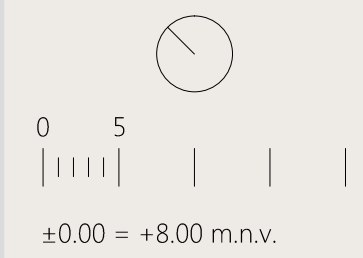


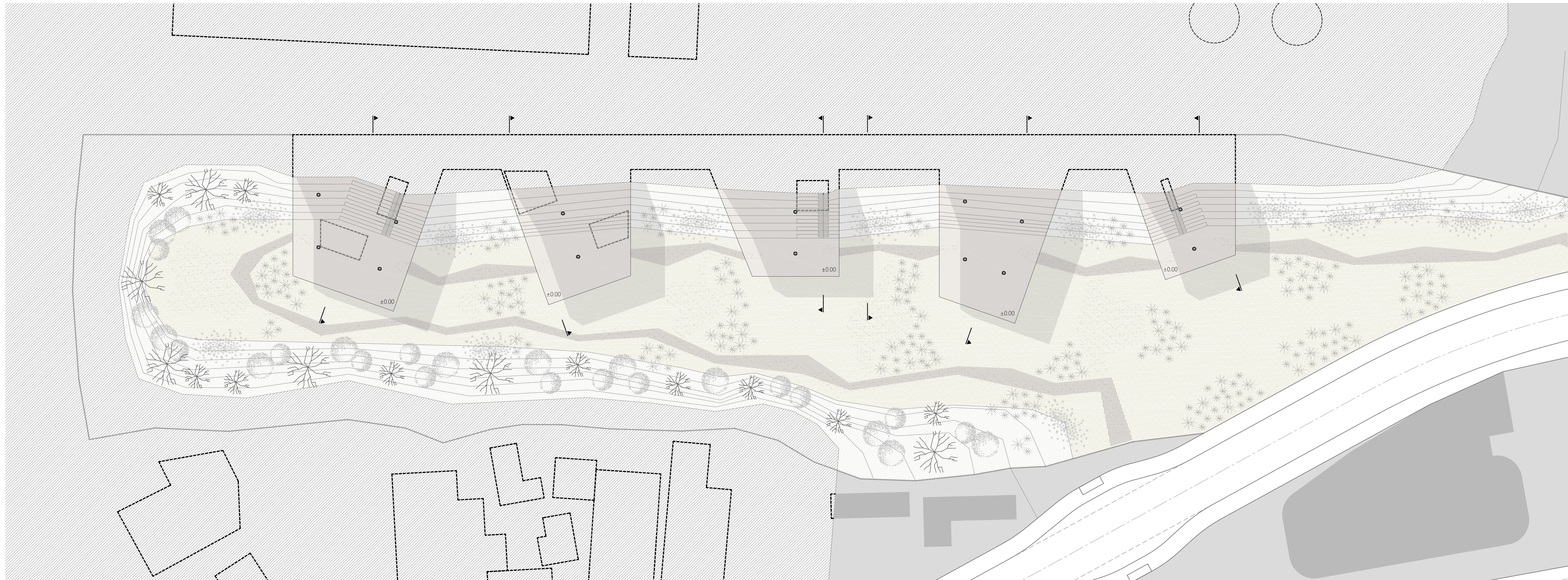
SITUACIJA
M 1:1000



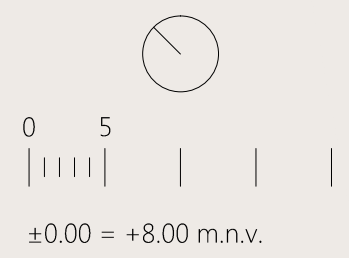


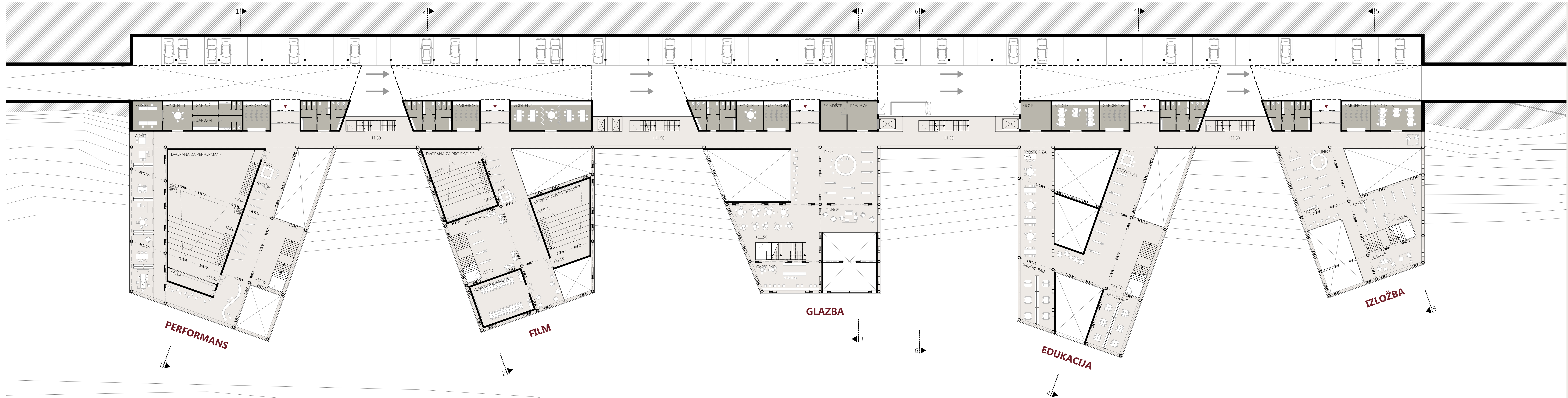
TLOCRT KROVA
M 1:500





TLOCRT PARTERA
M 1:500





PERFORMANS

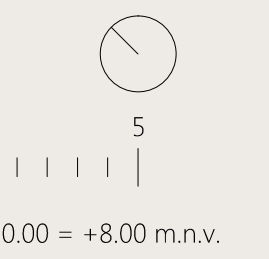
FILM

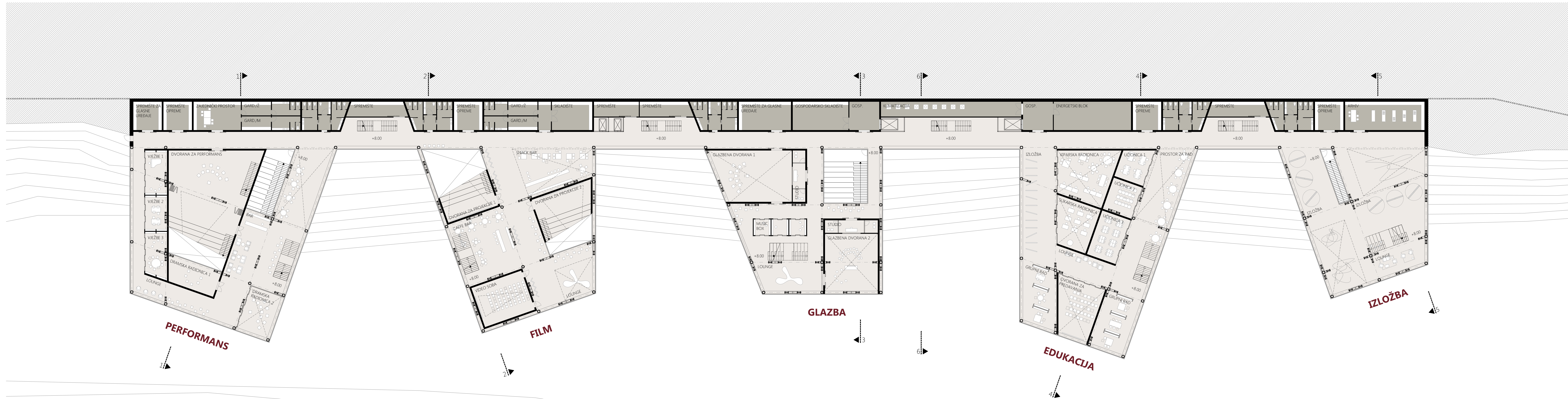
GLAZBA

EDUKACIJA

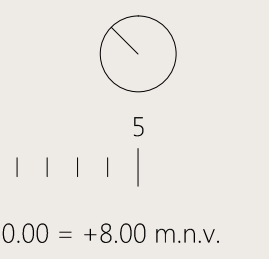
IZLOŽBA

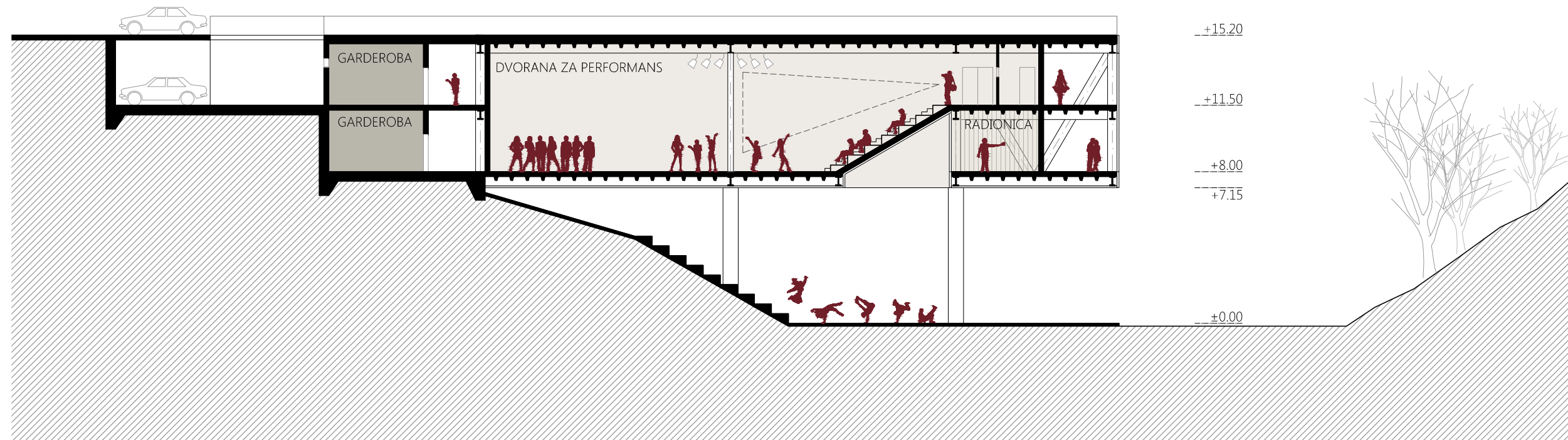
TLOCRT +2
M 1:250



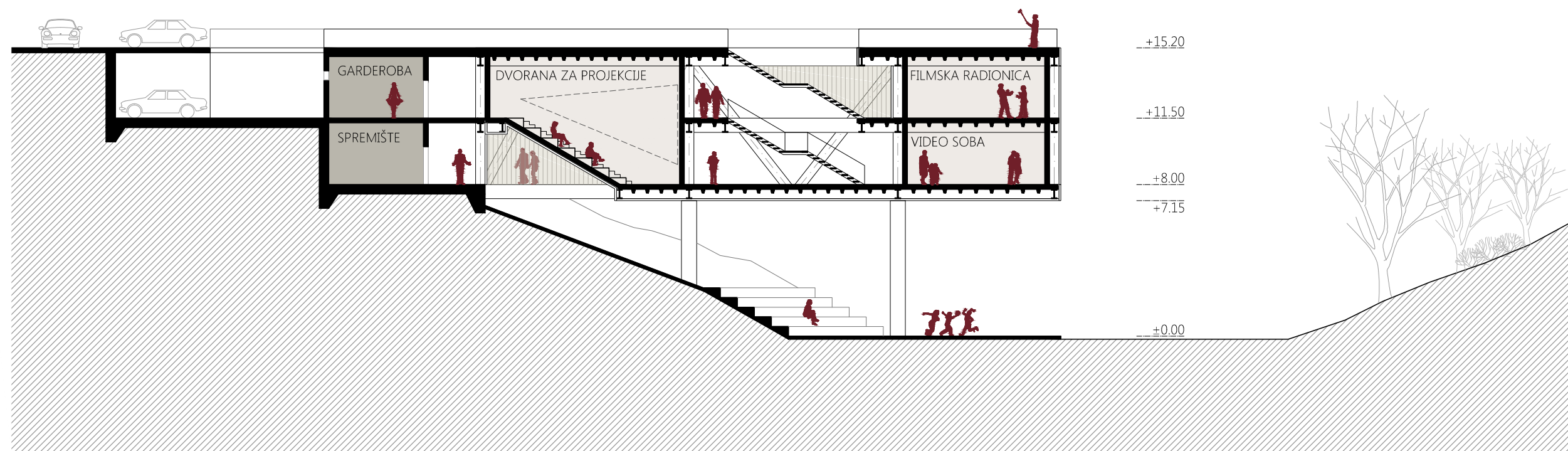


TLOCRT +1
M 1:250

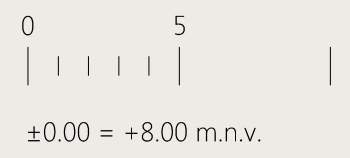


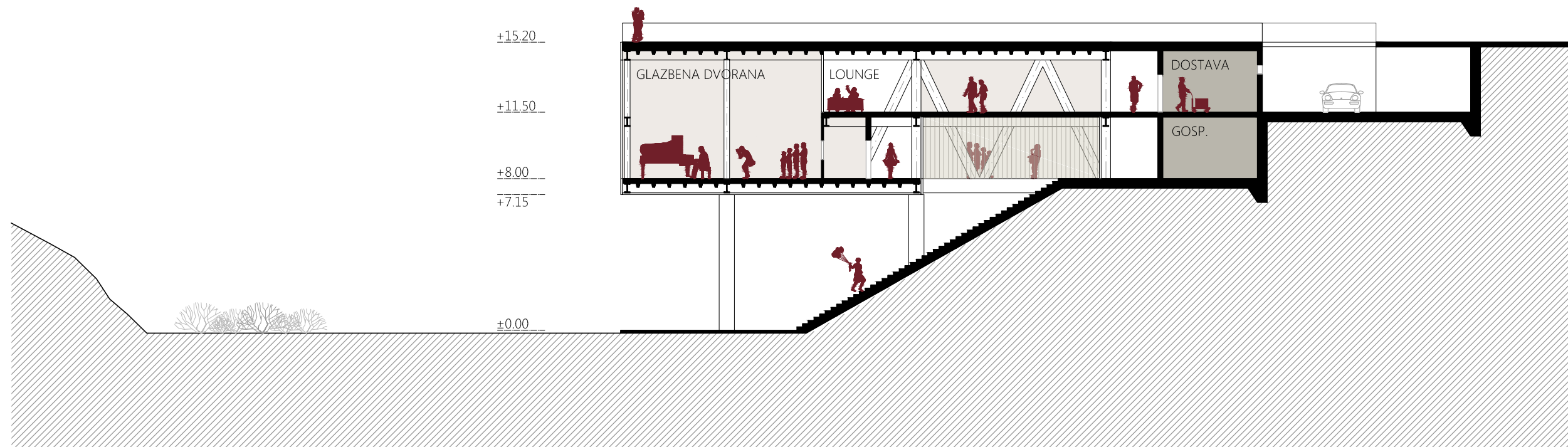


PRESJEK 1-1
M 1:250

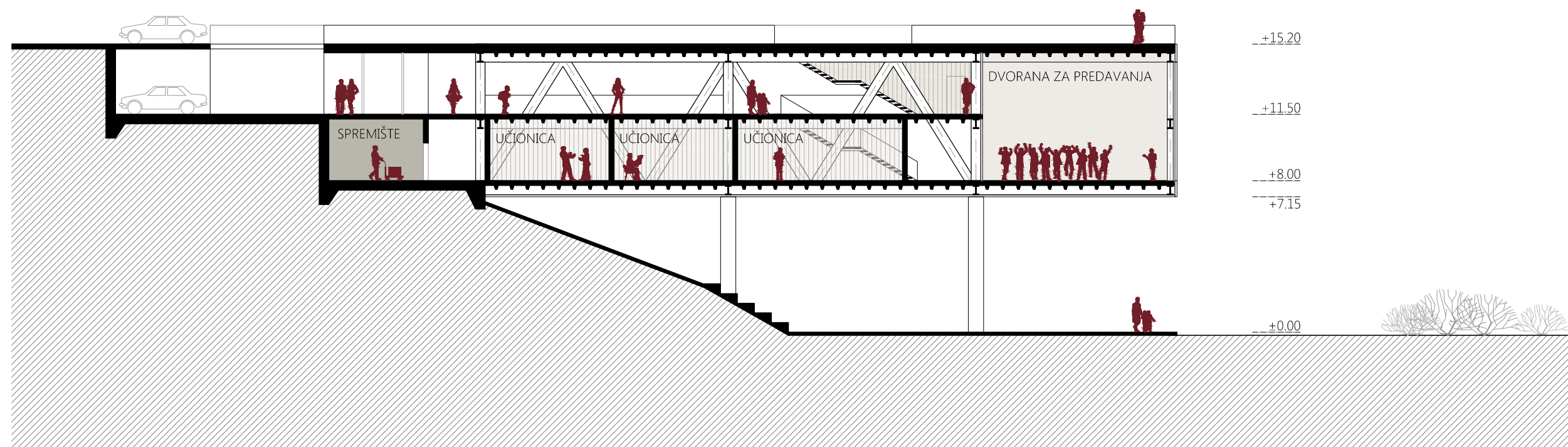


PRESJEK 2-2
M 1:250

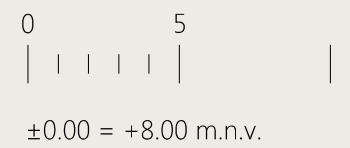


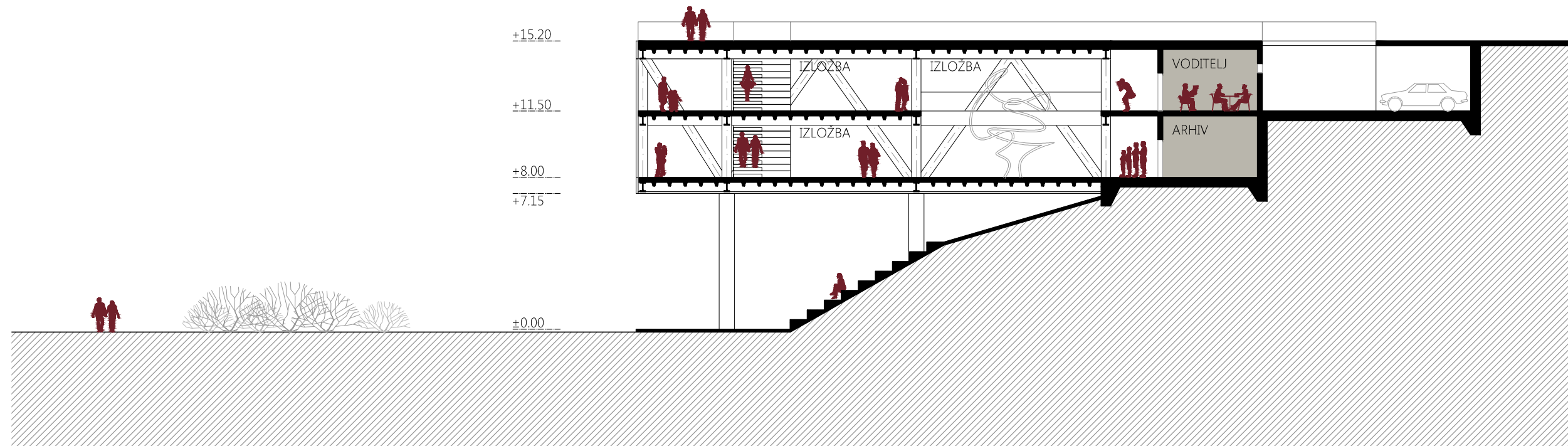


PRESJEK 3-3
M 1:250

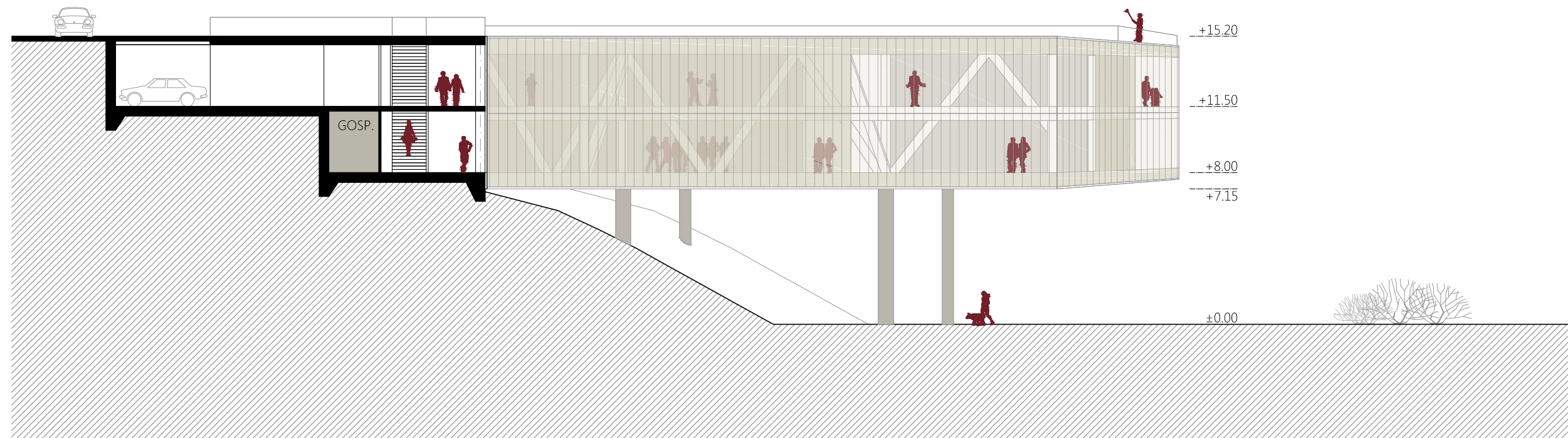


PRESJEK 4-4
M 1:250

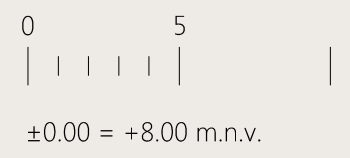


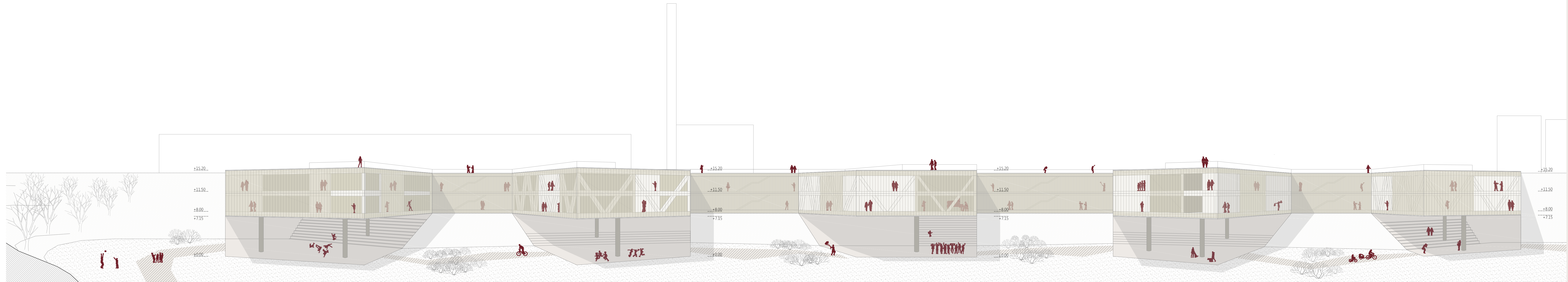


PRESJEK 5-5
M 1:250

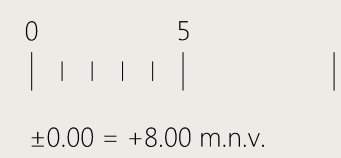


PRESJEK 6-6
M 1:250





JUŽNO PROČELJE
M 1:250



ISKAZ POVRŠINA

ETAŽA + 1

▶ spremište za glasne uređaje	25 m ²
▶ spremište opreme	5 x 25 m ²
▶ prostorije za glumce i plesače	93 m ²
▶ prostorije za zaposlenike	93 m ²
▶ spremište za glasne uređaje	25 m ²
▶ gospodarstvo	76 m ²
▶ energetski blok	64 + 92 m ²
▶ spremište opreme	25 m ²
▶ arhiv	69 m ²
▶ sanitarije	5 x 38 m ²
▶ spremište	5 x 25 m ²
▶ komunikacija	646 m ²
▶ vježbe 1	30 m ²
▶ vježbe 2	23 m ²
▶ vježbe 3	30 m ²
▶ dvorana za performans	265 m ²
▶ dramska radionica 1	40 m ²
▶ dramska radionica 2	50 m ²
▶ bar	60 m ²
▶ komunikacija	312 m ²
▶ dvorana za projekcije 1	113 m ²
▶ dvorana za projekcije 2	96 m ²
▶ video soba	68 m ²
▶ caffe bar	112 m ²
▶ snack bar	86 m ²
▶ lounge	58 m ²
▶ komunikacija	150 m ²
▶ glazbena dvorana 1	142 m ²
▶ glazbena dvorana 2	120 m ²
▶ music box	27 m ²
▶ lounge	58 m ²
▶ komunikacija	180 m ²
▶ kiparska radionica	85 m ²
▶ slikarska radionica	54 m ²
▶ učionica 1	31 m ²
▶ učionica 2	31 m ²
▶ učionica 3	43 m ²
▶ dvorana za predavanja	71 m ²
▶ prostor za rad	220 m ²
▶ komunikacija	250 m ²
▶ izložba	340 m ²
▶ komunikacija	120 m ²

ETAŽA + 2

▶ server	25 m ²
▶ voditelj 1	25 m ²
▶ voditelj 2	70 m ²
▶ voditelj 3	25 m ²
▶ voditelj 4	41 m ²
▶ voditelj 5	42 m ²
▶ prostorije za zaposlenike	42 m ²
▶ garderoba	5 x 25 m ²
▶ dostava	50 m ²
▶ komunikacija	600 m ²
▶ administracija	120 m ²
▶ režija	18 m ²
▶ izložba + info	120 m ²
▶ komunikacija	205 m ²
▶ filmska radionica	68 m ²
▶ literatura	112 m ²
▶ komunikacija	150 m ²
▶ info	102 m ²
▶ lounge	50 m ²
▶ caffe bar	156 m ²
▶ komunikacija	112 m ²
▶ info + literatura	117 m ²
▶ prostor za rad	240 m ²
▶ komunikacija	115 m ²
▶ izložba	210 m ²
▶ lounge	54 m ²
▶ komunikacija	106 m ²

UKUPNO:

8151 m²

