

**UNIVERZA V LJUBLJANI**  
**FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Sonja Vidonja**  
**Pomen festivalov v mestnih središčih**  
**Diplomsko delo**

**Ljubljana, 2014**

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Sonja Vidonja**

**Mentor: Doc. dr. Pavel Gantar**

**Pomen festivalov v mestnih središčih**

**Diplomsko delo**

**Ljubljana, 2014**

# **Pomen festivalov v mestnih središčih**

V diplomskem delu avtorica raziskuje značilnosti javnih prostorov skozi zgodovinska obdobja in spreminjanje njihove vloge. V prvem delu nam poda teoretska izhodišča in podlago drugemu, praktičnemu delu, v katerem raziskuje konkreten vpliv festivalov (podrobneje preučí Ano Desetnico in Prostorož) na (kre)a)ktivno življenje v Mestni občini Ljubljana. Strategija Mestne občine Ljubljana na področju kulture je z vidika prepletanja s festivalskim dogajanjem in razvojem bistvenega pomena. Rdeča nit diplomskega dela, da je dogajanje na javnih prostorih zelo pomembno, se tudi skozi praktični del potrjuje. Bistvena ugotovitev za sodobno percepcijo vloge javnega prostora je, da je javni prostor tisti, ki mestu daje utrip življenja, prepoznavnost in ugled.

***Ključne besede: javni prostor, ustvarjalnost, kultura, festivali.***

## **The meaning of festivals in city centres**

The author examines the characteristics of public spaces through historical periods and changing of their role. The first part of the thesis presents theoretical foundations serving as the basis for the second, practical part, where the actual influence of the festivals (examining in detail Ana Desetnica and Prostorož festivals) on the creative and active life in the Municipality of Ljubljana is examined. The strategy of the Municipality of Ljubljana regarding culture is of key importance from the perspective of being intertwined with the festival events and their development. The main topic of the thesis, i.e. that the events taking place in public spaces are of great significance, is confirmed throughout the practical part. The key findings for the modern perception of the role of public spaces are that they should be the ones giving the city its throb, recognisability and reputation.

***Key words: public space, creativity, culture, festivals.***

# KAZALO

KAZALO .....	4
1 Uvod .....	5
2 Javni prostor .....	7
2.1 Kaj je javni prostor? .....	7
2.2 Razlika med javnim prostorom in javnim krajem .....	9
2.3 Zgodovinski pomen javnega prostora in nekatera teoretična izhodišča .....	10
2.3.1 Zgodovinski pomen .....	10
2.3.2 Teoretske smeri razvoja javnega prostora .....	11
2.3.3 Sennettova teorija padca javnega človeka .....	12
2.4 Razvoj informacijske tehnologije .....	13
3 Kulturna politika javnih površin v mestih .....	14
3.1 Ali mejniki med temi prostori lahko postanejo nova javna domena? .....	16
3.1.1 Paracionalizacija – razdeljenost .....	16
3.1.2 Sprememba funkcij prostorov ali zgradb .....	17
3.1.3 Estetika in urbani design .....	17
4 Pomen javnega prostora in organizacija festivalov .....	18
4.1 Zgodovina festivalov .....	19
4.2 Kakšne festivale poznamo v Ljubljani? .....	20
5 Vizija Mestne občine Ljubljana glede razvoja javnih površin v Ljubljani .....	21
5.1 Kandidatura za Evropsko prestolnico kulture .....	21
5.2 Strategija razvoja v Mestni občini Ljubljana 2012 – 2015 .....	22
5.3 Oddelek za urbanizem Mestne občine Ljubljana .....	22
5.4 Glavna opažanja glede razvoja javnih površin in nalog Oddelka za urbanizem leta 2006 .....	24
6 Poletni poulični mednarodni festival Ana Desetnica .....	26
6.1 Prizorišča Festivala Ana Desetnica od leta 1998 do 2014 .....	28
6.2 Raziskava glavnih trgov v Ljubljani .....	31
7 Festival ProstoRož .....	35
7.1 Kako občina sodeluje pri pripravi projektov Prostoroža? .....	36
8 ZAKLJUČEK .....	37
9 LITERATURA .....	38

# 1 Uvod

Skozi študentska leta sem se tudi zaradi narave mojega študentskega dela vedno znova, tudi nevede, zatekala k raziskovanju javnih prostorov. Ko sem se pripravljala na izvedbo različnih dogodkov na izbranih javnih površinah, sem se vedno postavila sredi prostora in ugotavljala, kako javni prostor diha, kakšna je njegova pretočnost, kje se ljudje največkrat zadržujejo, od kje je najboljši pogled na celoten prostor, na katerem mestu se bodo obiskovalci najboljše počutili itd.

Od takrat dalje je javni prostor v Ljubljani del mojega življenja, zato sem se ga odločila raziskati tako s teoretskega kot s praktičnega vidika. Diplomsko nalogo sem pripravljala v dveh obdobjih, najprej leta 2007 in končno tudi leta 2014, zaradi tega pa sem lahko izvedla manjšo primerjavo. Glavna raziskovalna vprašanja diplomske naloge so bila: Kakšne so značilnosti javnih prostorov? Ali se njihova vloga spreminja? Ali lahko govorimo o njihovih vzponih in padcih? Kakšno je njihova vloga danes? Ali se javni prostori spreminjajo tudi zaradi bogatega kulturnega programa? Kako je v obdobju od leta 2007 pa do danes napredovala Ljubljana?

V prvem delu diplomske naloge izpostavljam predvsem teoretska izhodišča in definicije javnih prostorov. Odgovarjam na vprašanja: kaj je javni prostor, ali obstaja razlika med javnim prostorom in javnim krajem ter kako se je javni prostor skozi zgodovino spreminjal. V drugem delu se dotaknem politike javnih prostorov v Mestni občini Ljubljana in pregledam strategijo razvoja javnega prostora v Ljubljani skupaj z ugotovitvami nekaterih raziskav. Poglobljeno opišem dva velika poletna festivala, ki potekata na javni površini Mestne občine Ljubljana. Kljub temu da sta si festivala programske zelo različna, imata nekaj skupnega. Oba poskušata s svojim programom ne samo obogatiti kulturno politiko Mestne občine Ljubljana, ampak tudi spodbuditi občane k kvalitetni uporabi javnih prostorov. Mestna politika nikoli ne sme delovati samo v korist prehodnim obiskovalcem, ampak mora delovati v korist avtohtonih prebivalcev, ki so tudi glavni obiskovalci javnih prostorov. Ljubljana postaja vedno bolj tudi turistično mesto in turisti imajo svoje želje in potrebe. Poletni kulturni program na javnih površinah v strogem centru Ljubljane je trenutno v veliki večini namenjen predvsem animaciji turistov in manj avtohtonega prebivalstva. Pobude, da se dva glavna ulična festivala s programom preselita tudi v predmestja, moramo pohvaliti. Večja naselja ne smejo postati zgolj spalna naselja, ampak prostori druženja, interakcije, socializacije ... torej vse, kar javni prostor po svoji definiciji ponuja.

V diplomski nalogi bom raziskovala pomen javnih prostorov skozi objektivna zgodovinska izhodišča ter funkcijo »javnega«, kot se je izoblikovala z družbenim razvojem. Izpostavljena bosta razvoj in vloga javnih površin v zadnjih desetletjih, ki sta se bila v skladu s sodobnim časom (ki ga zaznamujejo predvsem globalizacija, široka dostopnost informacij in hitrost življenja), temu primorana prilagoditi. Se ljubljanska politika prilagaja željam in pobudam prebivalcev? Ali organi mestne oblasti sistematično in raziskovalno odkrivajo nova prizorišča, nove javne prostore v Ljubljani? Ali skupaj z organizatorji ustvarjajo nova prizorišča?

Človek je v svoji najbolj temeljni naravi bitje odnosov in druženja. To nam predstavlja sprostitev in v sklopu obiskovanja različnih prireditev – festivalov tudi permanentno neformalno izobraževanje. S poletnim festivalskim dogajanjem v slovenskih mestih zaživimo vsi, v nas se predramita radovednost in interes za najrazličnejše dogodke ter prireditve.

Kakšno zadovoljstvo obiskovalcem predstavlja preživljanje prostega časa na javnih prostorih (public spaces)? Ali imajo v sodobnem času javne površine enak pomen, kot so ga imele nekoč? Je Mestna občina Ljubljana (v nadaljevanju MOL) v načrtovanju "uporabnosti" javnih površin drugačna od drugih evropskih prestolnic, se sociološko urbanistični načrti usklajujejo z živahnim festivalskim duhom naše prestolnice?

V drugem delu diplomske naloge, ki bo imel praktična izhodišča, se bom osredotočila na razvoj javnih površin v Ljubljani ter na pomen festivalov, ki se odvijajo na njih. Število festivalov v Mestni občini Ljubljana narašča, številni imajo bogato tradicijo, tudi njihova organiziranost je različna.

Osredotočila se bom na dva festivala, ki imata vsak zase različen način delovanja.

Največ pozornosti bom posvetila festivalu Ana Desetnica, ki s 17-letno tradicijo in s svojo obliko organiziranosti ter programom doseže široko strukturo obiskovalcev. Še najbolj pa me bo zanimalo, kako je festival z iskanjem novih prizorišč izboljšal življenje ljubljanskih prebivalcev. Seveda ne morem mimo pregleda programskih izhodišč in strategij razvoja javnih površin v Ljubljani. V tem času so bila narejene tudi številne raziskave kvalitete življenja v tem mestu.

## 2 Javni prostor

### 2.1 Kaj je javni prostor?

Človek je ob svoji izraziti družabni naravi tudi bitje vrednot. Vsem so nam skupne najbolj osnovne vrednote, ki jih potrebujemo za življenje in so v domeni "javnega dobrega", npr. voda in zrak, v ta sklop pa spada tudi javni prostor. V SSKJ najdemo naslednjo pomensko razlago besede: javen -vna -o prid. (á)

1. ki je v zvezi z družbeno skupnostjo in ne s posameznikom;
2. namenjen uporabi, koristi vseh ljudi, skupnosti.

Javni prostor je kraj, kamor ima pravico priti vsak, ne glede na svoje ekonomske in socialne pogoje. Je kraj, kjer se ljudje srečujejo, dobivajo občutek za pravičnost, se pogovarjajo in učijo od drugih, soočajo se s svojimi lastnimi predsodki in stereotipi. Javne površine pomembno vplivajo na rast socialne kohezivnosti v celotni družbi. Funkcija javnega prostora skozi zgodovino je v svojem bistvu ves čas izjemno družbeno pomembna, saj so se ravno na javnih površinah in prostorih dogajale velike družbene in zgodovinske spremembe.

Javni prostor je prostorska manifestacija javne sfere, prostor intersubjektivne komunikacije. (Madanipour 1996, 150)

Ute Angelika Lehrer v svoji razpravi deli javni prostor na fizični, socialni in simbolni.

1. **Fizični** prostor se navezuje na pojme, kot so ulica, trgi, prostori za piknike, plaže itd.
2. **Socialni** prostor se ustvarja z dejavnostmi, ki se dogajajo v njem in mu na nek način določajo »lastništvo«. Te dejavnosti se lahko odvijajo kjerkoli; ne le na krajih v javni lasti (trgih, ulicah, parkih ...), pač pa tudi v zasebnih prostorih (kavarnah, restavracijah, barih, internetnih forumih in medijskih portalih)
3. **Simbolni** javni prostor ustvarjajo dejavnosti ljudi in njihovi kolektivni spomini, zato ga je težje zgolj "prostorsko" označiti, saj obstaja tako v realnosti kot v domišljiji. Gre za izkušnjo, ki se vpiše v kolektivno zavest skupine ljudi. Taka izkušnja, čeprav kratkotrajna, se lahko spremeni v mit in postane del skupne zgodovine. Npr. gre za zgodovinske dogodke, obiske pomembnih osebnosti, kot je angleška kraljica, za zmagoslavja ali za katastrofe, zbirališča določenih reformističnih skupin. Skoraj vedno so prisotna močna kolektivna doživetja in čustvovanje.

Vsekakor je javni prostor tisti, ki mestu daje prepoznavnost in ugled. Javni prostor je nevtralnno ozemlje, kjer ljudje opravljajo funkcionalne in ritualne aktivnosti, ki skupnost povezujejo, naj bo to z vsakodnevnimi ali periodičnimi aktivnostmi. Je oder, na katerem se odvija drama skupinskega življenja. (Madanipour 1996, 146).

Področje javnega je najpomembnejši del našega mesta. To je prostor, kjer se zgodi največ družbenih stikov in interakcij (Madanipour 1996, 147 v Tibbalds 1992).

Eden od zgodnjih primerov javnega prostora je "commons", torej prostor kot skupno dobro.

»Commons« se nanaša na kulturne in naravne vire, ki so dostopni vsem članom družbe, vključno z naravnimi viri, kot so zrak, voda in zemlja. Ti viri so bili skupni in niso bili v zasebni lasti. Sredstva, ki so skupna, lahko vključujejo vse od naravnih virov, skupnih zemljišč do programske opreme itd. »Commons« vsebuje javno in zasebno lastnino, nad katero imajo ljudje nekatere tradicionalne pravice. Javna lastnina se je preoblikovala v zasebno lastnino. Ta proces se imenuje "privatizacija".

Najbolj značilno za javni prostor je, da za vstop ni potrebno plačati vstopnine, prav tako tudi ne sme veljati kakršnakoli diskriminacija.<sup>1</sup>

Vendar pa velja, da »Vsak javni prostor ni kvaliteten javni prostor. Ko na javnem prostoru pride do komunikacije in izmenjave različnih idej med različnimi socialnimi skupinami, ko pride do interakcij med posamezniki ali posameznimi kulturami, takrat lahko rečemo, da prostor dobi *javno domeno* (public domain). Javna domena ima dodatne zahteve. Taki prostori se lahko najdejo tudi izven tradicionalnih urbanih prostorov, kot so ulice, parki in trgi. Lahko so tudi zasebni skupni prostori, ki funkcionirajo kot »javne domene«.« (Hajer in Reijndorp, 2001, 11)

Javni prostor je mesto simultanosti, prizorišče za nastopanje, test stvarnosti, raziskovanje razlik in identitet, arena za prepoznavanje razlik, ki lahko vodijo do zavedanja samega sebe in ostalih. Je mesto, kjer obstaja veliko različnih resnic in kjer je toleranca do drugih ter različnih vedno v izvajanju in na preizkušnji. Različnih vrst javnih prostorov je ogromno: postaje, nakupovalna središča, pasaže, ulice, sprehajalne poti, parki, otroška igrišča ipd. (Goličnik 2006, 7). V šestdesetih letih 20. stoletja so v ospredje stopile teme o pomembnosti javnih prostorov kot sestavine mestne krajine za povečanje kakovosti bivanja. (Goličnik 2006, 8).

---

<sup>1</sup> Trgovski centri so recimo tipičen primer privatnega prostora, ki pa navzven daje občutek javnega prostora. Na takih javnih prostorih veljajo tudi skrita pravila obnašanja, vsa odstopanja pa so kaznovana. Natančno so določeni kodeksi obnašanja, način komunikacije in namen prostora.



»Navidezno paradoksalno je, da od sredine osemdesetih let naprej, ko je že tudi empirično mogoče zanesljivo ugotavljati, da se relativno zmanjšuje pomen (fizičnega) prostora v družbenih praksah, nenehno narašča pojasnjevalni pomen prostora v družboslovju nasploh ... Iz prevladujoče usmerjenosti preučevanja prostora kot ovire v dostopnosti se raziskovalci preusmerjajo v preučevanje prostora kot oblik in pomenov selektivnih prisotnosti.« (Hočevar 2000, 59)

Možnost dostopa do kakovostnega javnega prostora je temelj demokracije in družbene enakosti. Prve demokratične volitve so se v antični zgodovini odvijale ravno na javnem prostoru, zato je potrebno kakovostne javne površine skrbno načrtovati in morajo biti prioriteta naprednih vlad, ki težijo k izboljšanju kakovosti življenja.

Razvoj javnih površin bi morala biti prioriteta razvojnih planov, kljub temu da so to teme, ki vodijo k težavnim dialogom z lokalno skupnostjo in k soočanju z različnimi interesnimi skupinami.

Zagotovo pa sta njihovo oblikovanje in ureditev vedno veliko finančno breme investitorjev, naj bo to država ali občina, in sta povezani z balansiranjem med različnimi interesi (privatni kapital), predvsem pa tudi obremenjujoči za lokalno prebivalstvo (zapore cest, glasnost obiskovalcev in dogodkov na javnih površinah).

Ravno zato je oblikovanje kvalitetnih javnih površin potrebno skrbno načrtovati in ob načrtovanju upoštevati ne samo najboljših arhitekturnih rešitev, ampak tudi ob upoštevanju zgodovinskih predpogojev ugotoviti pravilno namembnost novega javnega prostora in ga čim bolje prilagoditi za uspešno uporabo.

## ***2.2 Razlika med javnim prostorom in javnim krajem***

Ločevanje med *javnimi prostori* (public space) in *javnimi kraji* (public place) ima globoke zgodovinske korenine.

Razlikovanje med prostori (spaces) in kraji (places) v zadnjem desetletju sodi med širše prostorskosociološke razprave, predvsem z vidika deteritorializacije in nadsocialnosti pod vplivom časovno-prostorskega krčenja. (Hočevar 2000, 66).

Glede na intenzivne spremembe in preoblikovanja prostora in s tem tudi njegove temeljne urbano sociološke definicije je pomemben proces urbane deteritorializacije. V okviru »razvojnih« pristopov jo večinoma pojmuje kot prostorski vidik prehoda iz industrijskih v

informatijska, iz fordističnih v postfordistična /.../ ali kot del splošnejše in dolgoročneje logike družbene preobrazbe. (Hočevar 2000, 61).

Pri opisovanju *javnih prostorov* gre za povezovanje s pojmom »razsvetljenstva«, z nekakšnim obdobjem razuma, v katerem čas označuje praznino in je hkrati urejen v jasne racionalne enote. Vsako načrtovanje je torej vprašanje razvoja, na primer kot nekakšna elaboracija funkcionalnosti hierarhije manjših enot, srednjih enot in urbane menjave.

Kraj (place) pa je koncept, ki je bil sprejet kot kritika racionalnosti in ni prazen kot pojem prostor. Je v povezavi z dejanskimi dogodki, ki nastajajo kot posledica razvoja različnih mitov, zgodovinskih dogodkov in spominov. (Hajer in Reijndorp 2001, 33)

### **2.3 Zgodovinski pomen javnega prostora in nekatera teoretična izhodišča**

Mesta so se začela oblikovati okoli javnega prostora – osrednjega mestnega trga. Na njem je bil vodnjak, ki je napajal celo mesto, na javnih površinah so ljudje ustvarjali skupnost, se dogovarjali, prepirali. V tem duhu dogajanja lahko mestne trge označujemo kot eno od prvih organizacijskih oblik javnega prostora.

#### **2.3.1 Zgodovinski pomen**

V stari Grčiji so besedo »javnost« poimenovali »*synoikismos*«, kar pomeni »izdelovati mesto«. Prvi del besede *syn* je pomenil priti skupaj, drugi del *oikos* pa naselje hiš v Grčiji. Beseda *synoikismos* izraža tudi smisel, da ljudje delijo izkušnje. V Grčiji je *agora* pomenila prostor, kamor so ljudje prihajali in izražali svoja mnenja, se pogovarjali, predstavljala je kraj za pogovore, diskusije in tudi nakupe. Kljub temu da je tržnica delovala samo do 9. ure dopoldan, je prostor ostal odprt skozi ves dan. (Sennet 2002, 47–49). »Javni prostor« je bila potencialna možnost in ne naravna danost – le če si blestel v svoji izjemnosti, si resnično izkoristil potencial javnega prostora. Obstajal je namreč tudi problem v njegovi dostopnosti: le majhen delež državljanov je imel pravico sodelovati na javnih forumih. Tudi izbor javnih tematik je bil vprašljiv (prednostno tematiziranje).

Prve spremembe pomena javnosti so se zgodile v razsvetljenstvu in reformaciji.

Habermas govori o dveh prelomnicah, ki se med seboj dopolnjujeta:

- a) Od renesanse naprej so se pojavile velike spremembe v sami infrastrukturi in ureditvi držav: mednarodna trgovina, prometne linije, borze, pošta (dostopna javnosti), tisk, merkantilizem, delniške družbe in enoten davčni sistem. Vse te novitete so zahtevale stalno javno upravo. Javno je postalo »državno« in reprezentacija javnosti se ni več nanašala na osebo ali dvor, temveč na državo – v ta čas pa uvrščamo tudi nastanek meščanske javnosti. Slednja je sčasoma postala »pendant« oblasti, hkrati pa je to pomenilo, da so v okviru javnih zadev začeli urejati tudi zasebne (sociala) (Habermas 1989, 27–32).
- b) Drugi veliki premiki zadevajo spremembe v paradigmi mišljenja. Razsvetljenstvo je postavilo v ospredje človeka, razum, racionalizem in izpostavilo zmožnost ter nujnost obvladovanja narave. Posledično so se pojavili tudi zasebni prostori, ki so postali posameznikov tempelj profanosti. Reformacija je uveljavila religiozno svobodo in s tem privatizirala religijo. Vsem tem spremembam so sledili tudi premiki na mikro ravni; posamezniki so začeli razmišljati o pomenu zasebnosti in javnosti. Prvič so (javno) razmišljali o tem, do katere mere sme »javno« penetrirati v zasebno sfero. Še več, posamezniki so spoznali dosege javnega zborovanja, s katerim so lahko kot posamezniki tvorili *civilno družbo* in se hevristično zoperstavili oblasti. Posamezniki so v »publikumu« postavili na piedestal zasebne teme – meščanska javnost je torej služila kot »buffer«, kjer se je vzpostavljalo javno mnenje, s katerim so skušali vplivati na oblast. Ko so postali kavarne, pubi in saloni prenasičeni, je model meščanske javnosti zopet dobil reprezentativno telo in zastopanje večine je prevzel relativno majhen sloj *buržuazije* (Habermas 1989, 65)

### 2.3.2 Teoretske smeri razvoja javnega prostora

- a) Za **J. Habermasa** (1989, 35) je javna sfera mesto, kjer se odvijajo interaktivni diskurzi neodvisno od privatne sfere. Je osnova za zdravo politiko. Obstaja na osnovi demokracije in hkrati pomeni, da so njene odločitve sprejete skozi racionalno-kritične debate in intersubjektivno komunikacijo, najraje na *face to face* debatah, na odprtem forumu, ki se lahko javno razkaže.

b) **H. Arendt** je v svojem delu *The Human Condition* kritizirala masovno družbo in izginjanje področja javnega. Njeno izhodišče so grški polisi, kjer so bile ekonomske aktivnosti povezane z individuumom in njegovim preživetjem, bile so nepolitične in popolnoma stvar vsakega gospodinjstva posebej. V modernem obdobju pa so gospodinjstvo in njegove sorodne aktivnosti prešli iz ozadja v luč javne sfere. Rast socialnega področja je pripeljala do poplave javnih in privatnih sfer in do znatnih preoblikovanj njihovih pomenov in označevanj. Socialno področje, ki se je oblikovalo, ni ne javno ne privatno. Množična družba s hitenjem po enakosti je premagala javno sfero (Madanipour 1996, 148)

Se pa oba avtorja strinjata, da izginja razlika med javno in privatno sfero in opozorila na negativni učinek, ki ga ima ta proces na javno sfero. Oba ostro kritizirata masovno družbo, ki ji pripisujeta izginjanje javne sfere.

### **2.3.3 Sennettova teorija padca javnega človeka**

Leta 1974 je Richard Sennett, ameriški urbani sociolog, objavil velikokrat interpretirano knjigo z naslovom »The Fall of the Public man« z željo, da opozori družbo o decentralizaciji javnosti v mestu in neravnovesju med javnim in zasebnim življenjem.

Menil je, da se družba sooča s krizo, saj ljudje zelo neradi sprejemajo katerikoli ukrep, ki se nanaša na »res publica« oziroma ukrep, ki se jim ne zdi takojšen in jim ni blizu.

Živimo v svetu, ki je napaden z intimnimi čustvi in merjenji, v izmuzljivem svetu pravih čustev in osebnosti. Težko namreč uživamo v igri, ki deluje kot igranje določenih vlog ob sprejemanju dostikrat zelo emancipacijskih konvencij. Igranje vlog nam pomaga, da se upremo bremenu lastnega narcizma in vzpostavimo interakcijo z drugimi zaradi vzajemnih koristi. Gre za posledico gospodarskih procesov v zgodovini, ki nas je pripeljala do obravnavanih problemov erozije javnega življenja. Pred industrijsko revolucijo je bilo namreč mesto zaprto naselje, kjer sta bila natančno določena vloga in položaj prav vsakega člana družbe. V takšni družbi so ljudje vedeli, kako se obnašati v skladu z običaji in na podlagi jasne socialne hierarhije.

Z uvedbo industrijskega kapitalizma v Evropi so se ljudje množično selili v mesta, kjer so proizvajali velike količine izdelkov. Pevlade plemstva in cerkve je bilo konec, ljudje pa so

doživeli burno stanje nestabilnosti in nereda. Zaradi travmatične situacije v družbi in odtujitve človeka od njegovega dela so ljudje iskali mir in red v intimnem območju svoje družine.

V javnosti pa so se bali razodetja svojih lastnosti. Še posebej z razvojem patologije se je dalo lažje ugotavljati manifestacije znakov posameznika. Prišlo je do velikih skrbi, da bi javnost ugotovila pomanjkljivosti posameznikovih značajskih lastnosti.

Kot obramba pred temi grožnjami je sledil umik iz javnega življenja. Posledica tega je bila izbrisana meja med zasebnim čustvovanjem in javno razgrnitvijo ter izbrisani volja in moč za njeno reguliranje. Izginila je odločna roka, ki bi določila mejo med javnim in zasebnim. Kasneje so tiste, ki so delovali v javnosti, pozdravljali z velikim spoštovanjem in pasivnostjo, saj je bila njihova izpostavitve nekaj, česar običajen človek ne bi naredil. Ljudje so nehali delovati kot aktivne sile v javnosti in so javno nastopajoče raje nadzirali, namesto da bi z njimi vzpostavljali interakcije. Ko so ljudje ocenjevali politika, so ga namesto njegovih prepričanj, dejanj in programov, ki bi jih lahko zahtevali, ocenjevali in vrednotili z vidika osebnega značaja in njegove avtentičnosti. Danes se narcisizem sprosti v družbenih odnosih do te mere, da ljudje ne prenašajo ničesar, kar bi lahko ovrгло njihovo osebnost. Trudijo se, da oblikujejo skupnosti, ki si delijo kolektivno osebnost. Skupnost ima funkcijo nadziranja, toda članstvo ni zastonj. Skupnost postane orožje proti družbi. Takšna skupnost misli sama nase in je vase zagledana, zato se ne more pogajati in sprejemati kompromisov z drugimi, njihova pričakovanja pa nikoli ne morejo biti izničena.

## ***2.4 Razvoj informacijske tehnologije***

Z razvojem informacijske tehnologije je družba zagotovo prišla v novo obdobje. Če so se v preteklosti ljudje morali srečevati na javnih mestih, kjer so izmenjali informacije, s pojavom mobilnih telefonov to ni več potrebno. Velikokrat se ljudje dogovorijo in izmenjajo izkušnje preko telefonov ali drugih načinov komuniciranja in zato ne potrebujejo več javnih površin.

Z novimi delovnimi navadami ljudje tudi niso vezani zgolj na eno delovno mesto, njihov zasebni čas pa se zaradi dosegljivosti kjerkoli in kadarkoli obravnava popolnoma drugače.

To so novi izzivi za urbane oblikovalce, ki sodelujejo pri preoblikovanju mestnih središč in predmestij in tudi vmesnih con posameznih mest. Zaradi hitrosti informacij prihaja ne samo do preoblikovanja javnih površin, vedno bolj zaživijo tudi novi množični dogodki na zasebnih površinah (zabavišni parki, tovarniški objekti, različne trgovine,...). Danes zaradi velikega števila informacij in razpršenosti idej ter inovacij ni več klasičnih pogojev, s katerimi lahko

zagotovimo kvaliteten javni prostor. Izkazalo se je, da lahko večino do sedaj uporabljenih idej pri oblikovanju sodobnih javnih površin preprosto ignoriramo.

### **3 Kulturna politika javnih površin v mestih**

»Oblikovanje in prostorska organizacija javnega prostora nam veliko povesta o kulturni ambicioznosti posameznega mesta, o željah in potrebah in na drugi strani o strahu in negotovosti posameznih oblasti. Odločitve o tem, kako bomo zapolnili javne prostore, so hkrati tudi odločitve, kako bomo oblikovali posamezno družbo. S preoblikovanjem fizične forme prostora ali s poseganjem v programe posameznih javnih prostorov oblikujemo nove možnosti za izvajanje različnih aktivnosti in hkrati omogočamo vključevanje različnih skupin.« (Hajer in Reijndor 2001, 72)

Sredi leta 1960 je Svet Evrope izdal serijo brošur o urbani kulturni politiki. Z zavedanjem o monotonosti in dolgočasnosti novih urbanih naselij je bila politikom predlagana revitalizacija mestnih središč in posameznih bivalnih območij (residentel district). Predlog je pri številnih državah naletel na dober odziv, državne institucije so kulturno-politično dimenzijo širjenja mest in urbanega planiranja postavile na svoj dnevni red. Na Nizozemskem je recimo Ministrstvo za kulturo leta 1979 izdalo memorandum *The recreational City* in to veliko prej, kot so prostorski planerji odkrili kulturo kot pomemben faktor ekonomske regeneracije mesta.

Cilj pa ni bil samo revitalizacija mestnih središč, ampak tudi promocija aktivnega vključevanja širokega spektra populacije v razvoj urbane kulture in v oblikovanje novih možnosti za osebni razvoj. Glavno vodilo v razmišljanju je bilo, da mora javni prostor v mestih obiskovalce spodbujati in kultivirati. »Kulturna politika je učinkovita, ko omogoča posamezniku potrditev njegove unikatne osebnosti v družbi« (Simson 1976, 36)

Javni prostor je moral postati animiran, zato se je oblikovala politika animiranja z glavno nalogo stimulirati in kultivirati udeležence. Njihovo delovanje je potekalo v številnih formah in oblikah: različni teatri na ulicah ali v tovarnah, knjižnice na prostem v strogem centru ... z glavno idejo Edgarja Faureja: »Najpomembnejše je oblikovati potrebo po kulturi«.

Pomembno je »Predstaviti ljudem različne forme izkušenj in potruditi se, da spoznajo in izrazijo potrebo po do sedaj nezavednem.« (Mennell 1976, 18)

Na javnih površinah tako ljudje dobijo nove ideje in si poiščejo pot do različnih kulturnih inštitucij ter ostalih pobud. Čeprav je bila strategija animiranja narejena pod taktirko kulturnega pluralizma, vsa kultura ni imela enake vrednosti. Razvoj kulture in kulturna participacija sta bila globoko povezana tudi z razvojem potrošniške kulture. Kulturni pluralizem ni pomenil laissez-aller, oziroma dopuščanja vsake manifestacije življenja. To bi pomenilo ugrezanje tal pod nogami vsake kulturne intervencije.

Kultura se mora brez tolerance in z razumom odmikati od pasivne uporabniške kulture, ki jo širijo predvsem komercialni mediji z zabavnim programom. Kultura namreč ni avtentična, če zajema pasivne uporabnike.

»TV ne proizvaja in stimulira kritičnega udeleženca, če je udeleženec v domačem udobju v formi dovtetnosti in relaksacije. To ni del nikakršne kulture.« (Mennell 1976, 37).

Danes s številnimi festivali, odprtimi muzeji, preoblikovanimi trgi, paradami, s ponovnim odkritjem opere, s porastom uličnih in soseskih zabav, s parki za sprostitev ob avtocestah ugotavljamo, da pomanjkanje vitalnosti ni več problem posameznih mest. (Burgers 1992, 35). Pri nekaterih mestih celo opažajo problem prevelikega števila občinstva, kar pomembno vpliva tudi na ekonomsko regeneracijo starih mestnih jeder.

Značilna družbena funkcija postmodernih urbanih prizorišč je dogodek – dogodkovna oz. prireditvena dejavnost (»event, happening«), ki je časovno in prostorsko lokalizirana in vsebinsko prirejena (»arranged«). (Hočevar 2002)

Debata o posledicah revitalizacije posameznih mestnih središč pa je še vedno potrebna. Ali je pripomogla k večji interakciji med prebivalci, k večji odprtosti in boljši tolerantnosti družbe, k boljšemu počutju prebivalcev ali k boljšim finančnim učinkom posameznih mest?

Prostorsko planiranje posameznih mest se mora prilagajati času in željam prebivalcem.

»Danes se prostorsko planiranje lahko opiše tudi kot zbirka različnih pokrajin, ki tvorijo domeno različnih socialnih sektorjev, interesov in skupin.« (Zukin 1991).

Danski sociolog Jack Burgers (1999, 143) je določil šest različnih pokrajin (landscape):

- **napreden prostor** (the erected public space): pokrajina s hitrim ekonomskih in vladnim vzponom,
- **razgaljen prostor** (the displayed space): pokrajina skušnjav in zapeljevanja,
- **navdušujoč prostor** (the exalted space): prostor zabav in drog,
- **izpostavljen prostor** (the exposed space): prostor refleksije in idolov,
- **barvni prostor** (the coloured space): prostor imigrantov in manjšin,
- **marginaliziran prostor** (the marginalized): prostor odvzemov in prikrajšanja.

Kombinacija vseh teh prostorov določa postmoderno mesto, toleranca med njimi je novodoben način sobivanja v (ne)toleranci teh različnih prostorov. Raznolikost prostorov je povezana z različnimi finančnimi sredstvi in socialnimi vplivi. Posamezni prostori imajo tendence po razširitvi na druge prostore in ravno politika planiranja mora zaščititi šibkejše prostore.

Danes kulturne politike ne zanima več vitalnost mest, temveč predvsem oblikovanje mejnikov med različnimi prostori.

### ***3.1 Ali mejniki med temi prostori lahko postanejo nova javna domena?***

V spopadu z iskanjem nove javne domene, kjer se pokrajine dotikajo ali prekrivajo, moramo biti sposobni opazovati kulturno-politična vpletanja v najbolj pomembne lastnosti, ki v danem trenutku sestavljajo pokrajine:

#### **3.1.1 Paracionalizacija – razdeljenost**

Ljudje uporabljajo tiste kraje, šole, obiskujejo tiste dogodke in trgovine, ki potrjujejo njihovo identiteto. Ostalih prostorov se izogibajo. To pomeni, da različne skupine ljudi sledijo različnim potem skozi prostor in čas. Tako javni prostor ne deluje kot javna domena, ampak kot tranzitna cona med enklavami različnih variacij med nam podobnimi ljudmi. «Paracionalizacija javnega prostora oziroma zasedba določene socialne skupine je eden od najbolj pomembnih razlogov za zmanjšanje pomembnosti javnega prostora kot mesta srečevanj» (Gadet 1999). Kaj pa če ni bila razslojenost tista, ki je ovirala razvoj javne domene, ampak preprosto preambiciozna ideja javnega prostora kot mesta srečevanj vseh socialnih grup, ne glede na sloj, etično pripadnost ali načina življenja? Paradoksalno je, da se ljudje počutijo dobro na javnih mestih, ko gre za zaprto homogeno skupino. V tem primeru javna domena ne deluje kot prostor pridobivanja novih izkušenj. Če posameznik doživi javni prostor kot javno domeno, pomeni, da ne pripada specifični socialni skupini. Tudi turisti se dobro počutijo ravno na tistih javnih mestih, ki razpolagajo z aktivnostmi iz njihovega vsakdanjega življenja. Javna domena postane izkušnja tam, kjer kode vedenja niso povezane s socialnim slojem, ki mu pripadajo.



### 3.1.2 Sprememba funkcij prostorov ali zgradb

Skozi zgodovino so se funkcije prostorov in zgradb menjale in dobile nov pomen. Tako so na primer iz starih zgradb v določeni soseški nastale zgradbe z novo vsebino (knjižnice, poslovni centri, saloni, telovadnice,...). Kot primer bi izpostavila Staro elektrarno v Ljubljani, ki je danes še vedno v lasti ustanovitelja, vendar s popolnoma drugačno dejavnostjo. Nekoč revolucionarna tovarna je danes po zaslugi sinergije gospodarstva, dediščine in politike zažarela z novimi vsebinami. Prostor je postal center urbane kulture, manjša dvorana pa služi za nastope številnih glasbenih, plesnih in ostalih artistskih programov.

### 3.1.3 Estetika in urbani design

Pojem urbanega designa je nastal v Severni Ameriki ob koncu leta 1950 kot zamenjava za zastarel in preozek pojem meščanski (civil) design, ki je bil usmerjen predvsem na oblikovanje velikih mestnih zgradb (mestne hiše, operne hiše, muzeji) ter v njihov odnos do odprtega prostora. Urbani design poudarja širši pristop; od začetka, je bila prevladujoča predvsem estetika, skrb za primerno distribucijo zgradb ter prostorov med njimi, ki je prehajala v skrb za kvaliteto javne sfere (tako fizične kot sociokulturne), ustvarjanja takšnih krajev (places), ustvarjenih za ljudi (ki jih uporabljajo in v njih uživajo).

Beseda *urban* označuje karakteristiko mest, beseda *design* pa označuje aktivnosti, kot so: skiciranje, planiranje, urejanje, barvanje, izdelovanje vzorcev.

O tem, kaj beseda urbani design pomeni, obstajajo številne definicije, ki se opirajo tudi na odločitev, h kateri profesionalni disciplini spada:

- »Urbani design je vse, kar lahko vidiš skozi okno.«(Tibbalds 1988a)
- »Urbani design je odnos med arhitekturo, krajinsko arhitekturo in mestnim planiranjem, risanje na tradicionalni design arhitekture in krajinske arhitekture ter upravljanje z okoljem ter socialno znanstveno tradicijo sodobnega planiranja.«

Skozi široko tradicijo urbanega designa sta nastali dve različni veji ocenjevanja designa in produktov njegovega procesa:

- a) Vizualnoumetniška tradicija
- b) Predvsem k produktu usmerjen urbani design je temeljil na vizualni kvaliteti in estetski izkušnji urbanega prostora in ne toliko na kulturnih, socialnih, ekonomskih, političnih in prostorskih faktorjih in procesih, ki prispevajo k razvoju uspešnega urbanega prostora. Med predstavnike uvrščamo: Le Corbusierja, Frederick Gibberda, Gordon Cullena.
- c) Uporaba socialne tradicije
- d) Poudarja način, s katerim so ljudje uporabljali in osvajali prostor. Njen predstavnik Kevin Lynch je usmeril pozornost urbanega designa v dve smeri:
  - v upoštevanje urbanega okolja: zavrača mnenje, da je bila to ekskluzivna in elitistična skrb, uživanje v urbanem okolju je bilo vsesplošna izkušnja;
  - v objekte študija: namesto preizkušanja psihične in materialne forme urbanega okolja Lynch predlaga preizkušanje človeške percepcije in mentalnih podob.

Skozi zgodovino je urbani javni prostor igral glavno vlogo socialnega življenja v mestu. Danes je izgubil ta pomen in ni več glavni vozil socialnega mreženja. Tehnološke spremembe, večje populacije in specializirane aktivnosti so pripeljale do fragmentacije funkcij in razširitev pomena javne sfere. Obravnavanje prostora kot koristne stvari in stratifikacija družbe je vodila k socioprostorski segregaciji in privatizaciji prostora. »Obravnavanje mestnega designa kot proizvajalca samo estetske izkušnje skupaj z marketingom mest kar kliče pozornost kapitalnih trgov. Le na ta način bo javni prostor ponovno igral pomembno vlogo urbanega življenja.« (Madanipour 2003, 228)

## **4 Pomen javnega prostora in organizacija festivalov**

Festivali so skozi zgodovino igrali pomembno vlogo v družbi. Spreminjali so se po kvaliteti in kvantiteti. Zagotovo so bili v preteklosti bolj ciljno usmerjeni, namenjeni praznovanju in čaščenju običajev in tradicije. V sodobni družbi obstaja veliko različnih oblik festivalov. Razlikujejo se po dolžini, namenu in obliki. Številni dogodki imajo lastnosti festivalov, nekateri pa besedo uporabljajo zgolj za prepoznavnost dogodka, ker mu s tem želijo dodati vrednost in pomen. Eden od takih je recimo Festival nakupov in zabave, ki ima edini cilj povečati potrošništvo in željo po nakupih. Festivali se v Ljubljani odvijajo na zasebnih, javnih in pol zasebnih prostorih.

Festivale ločimo na mednarodne ali lokalne, večdnevne ali enodnevne in glede na to, komu so namenjeni. Dostikrat segmentirani in namenjeni izbrani publiki (otroci, odrasli, upokojenci), velikokrat pa gre za dogodke, odprte za široko javnost oz. različnim socialnim skupinam. Razlogi za izvedbo in pripravo festivalov so lahko zelo različni, lahko gre tudi za rojstnodnevno zabavo na privatnem dvorišču.

Festival lahko poteka v samem središču ali pa na obrobju skupnosti. V vsakem primeru pa ne glede na namen in kulturne temelje pomeni čas zabave, uživanja, zahvale in veselja.

#### ***4.1 Zgodovina festivalov***

Najbolj enostavna definicija »festivala« je lahko skupina ljudi, ki se zbere na določenem mestu zaradi določenega razloga. Po definiciji Slovarja slovenskega knjižnega jezika (Inštituta za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU) festival pomeni:

»večdnevno prireditev, ki omogoča pregled dosežkov na določenem kulturnem področju«: organizirati festival; predvajati film na festivalu; udeleženci festivala / filmski, folklorni, glasbeni, gledališki festival; festival jazza. Po Slovarju tujk je festival večja slavnostna prireditev s kulturno-umetniškim sporedom in je navadno periodična.

V starem Egiptu so imeli mnogi festivali religiozno vsebino, za mnoge Egipčane pa so festivali predstavljali možnost počitka od dnevne rutine. Tako bogatim, kot revnim so omogočali praznovanje in počitek za dan ali več dni. Večina festivalov je bila letnih, izvajali pa so se na specifičen dan ali več dni. Eden od takih nam znanih festivalov je bilo tudi praznovanje novega leta. Festivali so bili označeni kot dan zahvale z obdarovanjem, saj so bili med obdobjem festivalov bogovi zelo radodarni. V 12. stoletju pr.n.št. je tako tempelj prebivalcem daroval 11.341 kosov kruha in 385 kozarcev piva. Namenjeni so bili torej predstavitvi bogastva templja in kraljestva.

Danes imamo neskončno veliko različnih festivalov po celem svetu. Večina je verskih, nekateri zaznamujejo menjavo letnih časov, nekateri pa imajo kulturni pomen. Skozi zgodovino so imele številne države njim lastne festivale ali praznovanja, ki so se do danes zelo spreminjali. Zagotovo pa so vsi povezani s pogostitvijo. Današnji festivali so pogosto glasbeno obarvani in namenjeni praznovanju ter združevanju ljudi z enakimi interesi. Med praznovanjem ljudje jedo, plešejo, igrajo glasbo, pojejo in pozabijo na vsakdanje življenje.

Festivali so namenjeni združevanju potreb in obveznosti, kot so izobraževanje, religija in zgodovina. Skoraj vsi pa so ustvarjeni z namenom informiranja in izobraževanja ostalih socialnih skupin o kulturi in tradiciji organizatorja festivala.

#### ***4.2 Kakšne festivale poznamo v Ljubljani?***

V Sloveniji že več desetletij prirejamo različne festivale. Nekateri so se obdržali do danes: Festival Ljubljana, ki ima 60-letno tradicijo, Festival Slovenska popevka ima že 40-letno tradicijo, Festival Radovljica z 32-letno tradicijo, v Mariboru Festival Lent z 28-letno tradicijo, v Velenju že 25 let prirejajo Pikin festival, v Vilenici pa že 29 let Mednarodni literarni festival. Samo na filmskem področju pa danes v Sloveniji poznamo 11 različnih festivalov.

V nalogi me zanimajo predvsem aktualni festivali v Ljubljani, ki potekajo izključno na javnih površinah. Prepoznavnih festivalov je še veliko več, vendar potekajo največkrat v zaprtih privatnih prostorih (npr. festivali nakupovalnih središč) ter na površinah javnih zavodov ali drugih inštitucij in so del njihove programske politike (Festival Ljubljana, Lutkovni festival, Festival vina, Bienale, Ex ponto).

Ko danes govorimo o revitalizaciji mesta Ljubljana in pomenu prizoriščnosti, moramo izpostaviti pomen dogodkov (tudi festivalov) predvsem na javnih površinah.

Takih festivalov je kar nekaj:

- Prostorož: festival z manjšimi dogodki in tudi z različnimi inštalacijami posega in spreminja podobo javnih površin,
- Noč v Ljubljani: festival prinaša na različne lokacije raznovrstno glasbo, predvsem klasično,
- Ana Desetnica: festival pretežno uličnega gledališča, ki poteka na različnih prizoriščih po Ljubljani.

Festivali za izvedbo in delovanje nujno potrebujejo večinsko sofinanciranje občine, ki mora imeti v mestni strategiji zapisano spodbujanje in razvoj kulturnih dogodkov na javnih površinah. Oblikovanje mestne strategije razvoja javnih površin mora potekati v sodelovanju z organizatorji javnih prireditev in urbanimi planerji oziroma za to zadolženega oddelka občine. Le s skupnimi močmi, z izkušnjami in z željami organizatorjev po aktivni uporabi

javnih površin in s spodbudami ter celovitimi rešitvami oddelkov za urbanizem lahko Ljubljana pridobi kvalitetne javne površine, na katerih se bodo odvijale javne prireditve. Tako vsebine in programi prireditev kot postavitve in razvoj javnih površin mora nastajati v sodelovanju z organizatorji festivalov in občino oziroma za to zadolženimi oddelki (Turizem Ljubljana, Oddelek za urbanizem).

Ali obstaja sodelovanje med urbanimi planerji in izvajalci prireditev na javnih površinah? Imajo organizatorji popolno avtonomnost pri izbiri javne površine, na kateri se izvajajo dogodki? Kaj se s temi javnimi površinami zgodi po izpeljanem dogodku? Pride do kakšne spremembe? Ali mogoče obstaja kakšen namig s strani občine glede izbora javnih površin?

## **5 Vizija Mestne občine Ljubljana glede razvoja javnih površin v Ljubljani**

### ***5.1 Kandidatura za Evropsko prestolnico kulture***

Ko je Ljubljana leta 2012 kandidirala, da bi postala Evropska prestolnica kulture, je med svoje načrtovane strategije uvrstila tri programske osi: ustvarjalno mesto, urbana regeneracija in uravnotežen razvoj.

Izpostavljali so navedena programska izhodišča:

Kultura in njen razvoj naj postaneta orodje urbane revitalizacije mesta. Ustvarili bomo kontekst in pogoje za projekte, ki bodo skušali na drugačen način pristopiti k problemom, s katerimi se spopada sodobno mesto. Poskusili bomo na novo osmisliti in prenoviti center mesta s širitvijo živahnega mestnega jedra v umetniško četrt, načrtali bomo projekt oživljanja specifičnih manjših centrov v mestu, kot so Krakovo (vas v mestu), BTC City (največje nakupovalno središče v bivši vzhodni Evropi), Metelkova mesto, Rakova Jelša, Nove Fužine, Barje, poseben poudarek bodo imeli projekti, ki se bodo navezovali na posodobitev javnega prostora, dogajanje na prostem, od uličnega gledališča do sodobnega cirkusa, mobilnih knjižnic in internetbusa.

Odprt javni prostor je dostopen vsem, kadarkoli. Je prostor prehajanj, srečanj, zbiranj, zabave, protestov, dialoga. Je dejaven, živ prostor. Obliko, barve in vzdušje prostora ustvarjata zunanja površina in vsebina zgradb ob njej. Zato je karakter prostora povsem povezan z

njegovo arhitekturo, infrastrukturo in funkcionalnostjo. Ljubljana 2012 bo javni prostor spremenil v dejavni prostor kulturnega izražanja in druženja.

## ***5.2 Strategija razvoja v Mestni občini Ljubljana 2012 – 2015***

Strategija razvoja kulture in festivalskega življenja Mestne občine Ljubljana za obdobje 2012 – 2015 ima zelo preprosta izhodišča, ki stremijo k kultivirani, estetski, programsko živahni in za prebivalce in obiskovalce privlačni podobi Ljubljane. Javni, prizoriščno dogajalni prostori so z vidika kakovosti življenja v mestu zelo pomembni, na kar sem opozorila v teroetičnem delu diplomskega dela.

Izpostavljeni so trije najpomembnejši cilji razvoja programov na javnih površinah.

Prvi cilj je dvig kakovosti javnih plastik v javnem. S tem imajo v mislih predvsem postavitev uporabnih in neuporabnih razstavnih elementov na javnih površinah.

Drugi cilj je dvig kakovosti grafitarske umetnosti in njeno premišljeno umeščanje v urbani prostor. K uresničevanju tega cilja so zelo pripomogli tudi organizatorji Prostorozna, ko so uredili prehod Tivoli, ki je bil v preteklosti velikokrat uničen.

Zadnji cilj pa je povečanje kakovosti umetniških dogodkov na javnih površinah.

Kot glavni ukrep predlagajo, da se v javnih razpisih različnih oddelkov mestne uprave (kultura, mladina, izobraževanje) ter Turizma Ljubljana izpostavi uporaba javnih površin kot prednostni kriterij pri izboru.

S tem želijo še naprej ohranjati sloves Ljubljane kot kulturno bogatega in živega mesta, oživiti posamezne javne površine s kakovostnimi kulturnimi vsebinami, izkoriščati slednje pri razvoju kulturnega turizma, promociji Ljubljane in pri večanju dostopnosti kulturnih dobrin.

## ***5.3 Oddelek za urbanizem Mestne občine Ljubljana***

Omenjeni oddelek skrbi za primerno razpolaganje z javnimi površinami, tudi tistimi, primernimi za kulturne prireditve. Na podlagi Zakona o javnih shodih prosilcem izdajajo potrebna dovoljenja za nemoteno izvajanje kulturnih prireditev in hkrati skrbijo za primerno urejenost javnih površin. Strategijo uporabe javnih površin izvajajo tudi tako, da odločajo o primernosti načrtovanih prireditev na javnih površinah.

Leta 2009 so sodelovali pri mednarodni raziskavi RE URBAN MOBIL (Mobilising Re-Urbanisation on condition of demographic changes). Raziskava z naslovom *Reurbanizacija v luči urbanih sprememb* je potekala v obdobju med letoma 2002 in 2005 in je prinesla veliko zaključkov glede urbanizacije mestnega središča in ostalih delov mesta. Raziskavo je izvedel Center za prostorsko sociologijo pri Fakulteti za družbene vede pod mentorstvom prof. dr. Draga Kosa in asist. Matjaža Uršiča v sodelovanju z UFZ iz Leipziga.

V raziskavi je sodelovalo okoli 600 anketirancev na območju, kjer živi 5300 ljudi, kar pomeni, da je v anketi sodelovalo več kot 10 % prebivalcev oziroma članov vsake četrte družine. Vprašalnik je vseboval 48 vprašanj, s katerimi so želeli dobiti celovito sliko stanja mestnega središča, kot ga ljudje vidijo, seveda pa tudi čim več izvedeti o samih ljudeh (sociodemografsko, ekonomsko, o njihovem bivalnem okolju).

Rezultati longitudinalne raziskave Re Urban mobil so pokazali, da se je v primerjavi z letom 1991 starostna skupina prebivalcev pod 20 let v strogem centru Ljubljane zmanjšala v primerjavi s prebivalci, starejšimi od 60 let in sicer za 20 odstotkov. Zelo pa se je povečal odstotek tistih prebivalcev centra Ljubljane z visoko izobrazbo.

Raziskava je prinesla veliko zanimivih zaključkov. Glede na vsebino diplomskega dela je za nas ključen del, ki se nanaša na percepcijo kulture v MOL-u in dogajanja na javnih površinah. Izsledki zgoraj navedene raziskave so obrodili številne ukrepe. V nadaljevanju bom izpostavila najučinkovitejše glede na moja izhodišča.

Predlogi ukrepov na področju kulture so bili:

- intenzivirati kulturne prireditve v mestnem središču z nastopi mladih umetnikov na javnih prostorih, ki bi privabili večje število prebivalcev, vendar ne prekomerno poslabšali bivalne pogoje domicilnih prebivalcev;
- izboljšati javne razpise za sofinanciranje kulturnih prireditev na javnih površinah s poudarkom na vsebinah s področij zgodovinske kulture mesta in s tem ozaveščanja ljudi;
- odpirati vrata kulturnih ustanov;
- vzpostaviti mrežne povezave galerij, trgovin in prostorov s sodobnim dizajnom v posameznih mestnih prostorih;
- obogatiti mestno središče z novo kulturno ustanovo.

Predlogi ukrepov na področju javnih prostorov:

- izboljšati vidno podobo javnega prostora z novimi ureditvami: s tlakovci, z zasaditvijo dreves, z bolj funkcionalno in ambientalno osvetlitvijo javnih površin,
- zagotoviti več zelenih površin in izboljšati njihovo urejenost,
- prostor bolj prilagoditi za invalide in druge funkcionalno ovirane,
- urediti otroška in športna igrišča.

Po mojem mnenju gre za nekatere odlične predloge ukrepov, vendar štejejo vedno samo rezultati. V diplomski nalogi poskušam osvetliti dejansko sodelovanje med Oddelkom za urbanizem in izvajalcem javnih prireditev, z zavodom Ana Desetnica, ki že od leta 1993 pripravlja Ano Desetnico, festival uličnih gledališč. Opravila sem dva intervjuja tako z vodjo oddelka za urbanizem in vodjo Ane Desetnice v daljšem časovnem razmiku (prvi 2006, drugi 2014), kar daje dodaten kakovosten pogled na dotično temo.

#### ***5.4 Glavna opažanja glede razvoja javnih površin in nalog Oddelka za urbanizem leta 2006***

Na Oddelku za urbanizem so izpostavili tri pogloblitve težave.

1. MOL se sooča z veliko težavo stare kulturne dediščine oziroma kulturnih spomenikov, saj ti zahtevajo visoke stroške vzdrževanja.
2. Zaskrbljeni so zaradi ekonomske nerentabilnosti kulturnih projektov, ki poleg prevelike preobremenjenosti mestu Ljubljana prinašajo finančno izgubo. Potrebno bi bilo najti načine, da s pomočjo različnih strategij pritečejo v mestni proračun finančni prilivi (lahko odstotki od prodaje pijače). Trenutno pa mesto dejansko živi od dohodninskih prilivov domačih prebivalcev, ki se soočajo tudi z veliko obremenitvijo okolja (veliko število ljudi, zvočna polucija, neprimerna kulturna ponudba).
3. Želijo si možnost, da kulturno dediščino tudi tržijo. Poiskati je potrebno način združevanja s privatnim kapitalom, vendar le v sodelovanju s strokovno javnostjo. V tujini to imenujejo *Public Privat Partnership*, ki združuje javni interes v sodelovanju z lokalno skupnostjo ter privatnim kapitalom. Ta se je do sedaj dostikrat pokazal za bolj učinkovitega kot državni sektor.



Zaključki so plod pogovora leta 2006, ko je bil napisan tudi članek Gregorja Košaka z izzivalnim naslovom »Si Ljubljana prizadeva postati »kreativna?« V članku omeni:

*»Vsaka odločitev prinese s seboj tudi načrtovanje sprememb na drugih področjih. Na primer, odločitev o zaprti cesti za vsa motorna vozila, ki bi s tem pešcu omogočila bolj prijetno doživljanje mestnega središča, prinese s seboj reševanje kompleksnih javnih debat o pomembnosti dostave, prevoza. Hkrati odpira novo vprašanje obvoza oziroma mestnega cestnega kroga, avtocestnega kroga. Predvsem pa pomeni resno soočanje vseh javnih sfer in s tem tudi odločanja javnosti o popularnosti in nepopularnosti politične oblasti. Vendar pa bi morali oblikovalci mestnega razvoja delovati drugače. Znotraj vizije razvoja sodobnih mest bi morali z dolgotrajnejšim razvojnim načrtom oblikovati tako mestno središče, ki bi delovalo pod enotno vizijo, strategijo in celostnim razmišljanjem.« (Košak 2006)*

Medtem ko so druga mesta izbirala svoje investitorje, je naše mesto razmišljalo o tem, kako bi mogoče pri oblikovanju svojega razvoja vpletla tudi privatni kapital. Velik razvoj vidijo v t. i. PPP (Private Public Partnership), vendar pa predvsem kot finančno pomoč pri velikih zneskih, ki jih mesto potrebuje za vzdrževanje kulturno-umetniških spomenikov in tudi javnih površin. Kaj pa pomoč pri oblikovanju in realiziranju vizije razvoja javnih površin? Ali je v tej viziji kaj več kot le vizija vzdrževanja in negovanja? Ali so bila podjetja povabljena k soustvarjanju in oblikovanju razvoja mesta? Ali so mestni organi sploh kvalificirani za razvoj mestne vizije in strategije?

### **Glavna opažanja pomena javnih površin vodje festivala Ana Desetnica leta 2006**

Iskanje javnih površin je prepuščeno njihovi lastni izbiri. Kvalitetnih javnih površin je v Ljubljani malo, predvsem poleti opažajo veliko težavo z izvedbo javnih površin na poljavnih površinah, ki so zasedene z mizami in stoli sosednjih lokalov. Gostinska ponudba in število lokalov sta se povečala. Ima pa Ljubljana še veliko neodkritih javnih površin, ki jih poskusno zasedajo s prireditvami.

### **Intervju z Oddelkom za urbanizem leta 2014**

Predstavniki oddelka je navedel nekaj najbistvenejših prioritet glede razvoja javnih površin.

- Želijo širiti urbani prostor tudi v lokacije, ki so imele v preteklosti drugačen pomen in funkcionalnost ( Kino Šiška, bivše občine, Astra za Bežigradom, amfiteater pred šolo v Poljanah).

- Iščejo načine, kako s primerno kulturno ponudbo na javnih površinah preprečiti večje preseljevanje domicilnega prebivalstva. Ne želijo si, da mesto Ljubljana postane mesto nočnih lokalov, hotelov, specializiranih trgovin, hostlov in hotelov. Ukrepati morajo v tej smeri, da se domicilno prebivalstvo zaveda pomen javnih prostorov, na katerih se odvijajo predvsem prireditve s spominom na zgodovino kraja.
- Kot dobro prakso poudarjajo sodelovanje s festivalom Prostorož, ki združuje organizatorje prireditev in urbane arhitekte, ki s posegi v okolje javni prostor naredijo bolj prijazen do uporabnikov.

### **Intervju z vodjo festivala Ana Desetnica leta 2014**

O razvoju javnih površin, primernih za njihovo dejavnost, ima vodja festivala svoje mnenje.

- Opaža povečano število javnih prostorov za izvedbo festivala, predvsem zaradi reorganizacije ožjega mestnega središča, ki se je zaprlo za promet.
- Vsi novo oblikovani javni prostori niso dovolj kvalitetni za izvajanje prireditev uličnega gledališča. Velika škoda je, ker so javne prostore oblikovali predvsem arhitekti brez posluha ali znanja o potrebah in željah uličnih gledališč. Z željo po lepoti zunanje podobe javnega prostora so v prostor postavili veliko preveč fiksnih elementov, ki ovirajo gibanje artistov in obiskovalcev: luč v sredini trga, fiksna stojala za kolesa in klopi na najbolj neprimernih mestih, terasasto prizorišče – Dvorni trg ...).

## **6 Poletni poulični mednarodni festival Ana Desetnica**

Festival uličnega gledališča nepretrgoma deluje že od leta 1993. Najprej je potekal zgolj v Ljubljani, v zadnjih letih pa se je razširili tudi v večja mesta po Sloveniji. Na mednarodnem festivalu z brezplačnim vstopom, ki poteka povprečno 5 dni, se vsako leto zbere okoli 30.000 obiskovalcev. Idejni vodje festivala so ulični artisti Uličnega gledališča Ana Monro. Njihova glavna želja je bila oživljanje starega mestnega jedra po vzoru tujih večjih mest, ki se lahko pohvalijo še z daljšo tradicijo podobnih prireditev. Artisti se predstavijo s programom različnih žanrov in kulturno-umetniških smeri.

Prve zamisli so bile povezane z osebnimi izkušnjami Gledališča Ana Monro. Te so si nabrali s sodelovanjem in nastopanjem na podobnih tujih uličnih festivalih po Evropi. Vsako leto se osnovne programske teme festivala Ana Desetnica povezujejo z aktualnimi družbenimi

problemi, tudi z vključevanjem in predstavitvijo programov marginalnih skupin (oder za plesno-glasbene projekte ljudi s posebnimi potrebami).

Festival Ane Desetnice na ulicah in trgih že leta išče vedno nove načine interakcije z občinstvom ter aktivno vključitev posameznikov in izbranega okolja v ulične predstave. Dolgoletne izkušnje so prinesle novo idejo: pripraviti projekte tudi zunaj ustaljenih okvirov organizacije kulturnih prireditev, projekt, katerega glavni ustvarjalci so pravzaprav prebivalci in različne skupine neke mestne četrti. Pričeli so leta 2009, ko so pripravili projekt *Gostija Poljane*, ki je nastajal v sodelovanju z lokalnim prebivalstvom.

*»Skozi obdobja rasti smo prišli do zaključka, da je cilj festivala tudi odkrivati primerne neodkrite javne površine ožjega centra Ljubljane. Zavedamo se pomena, ki ga z vztrajnostjo do izbrane lokacije dosegamo. Ustvarjamo kvalitetne javne površine. Nekatere lokacije, ki so bile v kratkem obdobju trajanja festivala prizorišča, so kasneje doživele transformacije s strani lastnikov javnih površin (odstranitev neuporabnih elementov, premičnin, ureditev, redno čiščenje).« (Osojnik 2006).*

Vzporedno z razvojem festivala v smislu vedno bogatejšega in kvalitetnejšega programa je organizacijski odbor vedno posvečal precej pozornosti tudi obfestivalnim aktivnostim, ki so se skozi leta ravno tako razvijale in postale ena bistvenih značilnosti družbeno osveščene Ane Desetnice.

Festival Ana Desetnica s svojo programsko politiko odkrivanja vedno novih javnih površin mestni upravi, prebivalcem in obiskovalcem poleg kulturnega ter zabavnega programa ponuja tudi možnost izbire ali spremembe namembnosti izbranih javnih površin. V zadnjih letih so tako na novo odkrili kar nekaj prizorišč, ki se danes lahko pohvalijo z bogatim programskim ustvarjanjem: park za Filozofsko fakulteto, ploščad pred bivšo Metalko, kjer že vrsto let potekajo Salsa večeri. S stališča ustvarjanja kvalitetnih javnih površin je festival pomemben tudi, ker se ne osredotoča zgolj na površine parkov, večjih trgov in ulic, ampak drzno in skoraj avanturistično vabi publiko na skrite površine mestnega obrobja (tržnica Koseze, BTC). Politika festivala je kulturno-umetniški in artistski program z mednarodno zasedbo, vendar pa njihov program ni populističen ter všečen široki množici.

*»Zato rabimo še več Desetnic, ki nas bodo spomnile, da javni prostori pripadajo vsem in da so namenjeni tistemu najpomembnejšemu – skupnemu doživljanju, druženju in pogovoru.« (Brumen 2009)*

Poskusno so leta 2000 izvedli eno od prireditev tudi v BTC centru. Prireditvev je bila v nakupovalno-potrošniškem središču slabo sprejeta in obiskana. Nakupovalci se pri predstavah, ki so zahtevale komunikacijo z občinstvom, niso znašli in odzivali.

»Nakupovanje predstavlja dominanten način preživljanja prostega časa. Nakupovalna središča predstavljajo velik, vendar populističen kulturni kapital. Pripisati ji gre množičnost obiskovalcev, predvsem mlajše populacije po centrih na obrobju mesta, ki ponujajo celotno storitev (full service), kamor spada tudi kulturna ponudba.« (Uršič 2003).

V okviru mednarodnega projekta Eunestar, financiranega s strani EU in Culture 2000, je nastala obsežna primerjalna raziskava, ki je zajela tudi ulični festival Ana Desetnica, z namenom vzpostavljanja kulturne mreže organizacij za izmenjavo in sodelovanje. Primerjalna raziskava je prišla do nekaterih zaključkov:

- festival Ana Desetnico obiskuje predvsem mlajša publika od 25 do 35 let (74 %) za razliko od festivala v Poznanu, kjer je 86 % občinstva starega nad 35 let,
- skoraj 50 % obiskovalcev festivala Ana Desetnica je bilo še samskih,
- 35 % jih je imelo visoko izobrazbo, 20 % dvoletno visoko šolo in kar 17 % univerzitetno izobrazbo,
- samo 46 % obiskovalcev je bilo prebivalcev mesta Ljubljana, 47 % obiskovalcev je prišlo na ogled prireditve z ostalih lokacij in krajev po Sloveniji.

## 6.1 Prizorišča Festivala Ana Desetnica od leta 1998 do 2014

**Tabela 1:** Seznam prizorišč uličnega gledališča Ana Desetnica v obdobju 1998 – 2014

od leta 98 do 2014 (17 let)	98	99	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	skupaj
Čevljarški most	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
Prešernov trg	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
Kongresni trg	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1			1		1	14
Mestni trg				1	1	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1	12
Čopova ulica	1	1	1	1	1	1			1	1	1		1					10
Plečnikov trg	1	1	1	1			1			1	1					1	1	9
Argentinski park (park Slovenske reformacije)						1		1	1	1	1	1	1			1		8
Metelkova mesto		1		1	1			1			1	1	1				1	8
Dvorni trg	1	1	1			1	1	1	1									7

od leta 98 do 2014 (17 let)	98	99	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	skupaj
Hribarjevo nabrežje			1	1	1	1	1	1										6
Stari trg		1			1		1						1		1		1	6
Cankarjevo nabrežje		1	1	1	1	1												5
Ribji trg	1	1	1	1				1										5
Stritarjeva ulica											1		1	1		1	1	5
Trg republike						1	1	1	1	1								5
Trubarjeva ulica		1	1	1							1					1		5
Erjavčeva ulica (park)			1	1	1	1												4
Miklošičeva ulica (park)					1	1					1		1					4
Moderna galerija	1						1			1							1	4
Novi trg														1	1	1	1	4
Pogačarjev trg			1	1	1					1								4
Pri Figovcu								1	1		1	1						4
Slovenska filharmonija (prehod)					1	1	1	1										4
Breg														1	1		1	3
Cankarjeva ulica	1									1	1							3
Nazorjeva ulica	1					1					1							3
Ploščad Ajdovščina								1	1		1							3
Ploščad pri CD											1					1	1	3
Pri gostilni Maček	1	1	1															3
Tromostovje											1	1		1				3
Hradeckega most														1	1			2
KUD														1			1	2
Ljubljanski grad	1				1													2
Mestni muzej								1	1									2
Pri Maestru					1	1												2
Prule														1	1			2
SEM													1				1	2
Špica														1	1			2
Tabor							1										1	2
Španski borci															1		1	2
Atrij hotela Union											1							1
Atrij Maxim		1																1
Eiprova ulica														1				1
Fabianijev most																1		1
Krekov trg													1					1
Mesarski most																1		1
Narodna galerija											1							1
Park Kodeljevo											1							1
Park ob Gradaščici														1				1

od leta 98 do 2014 (17 let)	98	99	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	skupaj
Poljane												1						1
Tivolska promenada							1											1
Valvazorjev park											1							1
Wolfova ulica											1							1
Zlati zob																1		1
Gornji trg																	1	1
Levstikov trg															1			1

Iz zgornje statistike lahko razberemo, da se je Ana Desetnica v 17 letih odvijala na 56-tih različnih lokacijah. Prav vsako leto so prireditve potekale na Čevljarškem mostu (17-krat), na Prešernovem trgu 16-krat, na Kongresnem trgu 14-krat, na Mestnem trgu 12-krat, 10-krat smo si lahko prireditve ogledali na Čopovi ulici. V vseh teh letih so samo enkrat preizkusili kar 16 različnih lokacij, več kot petkrat pa deset različnih lokacij.

Lokacije, kjer so izvajali prireditev le enkrat, so uvajali poskusno z namenom ustvariti prizoriščnost tudi na bolj odmaknjenih lokacijah. Da se na izbrano lokacijo niso več vrnili, obstaja več razlogov: velikost prostora ni ustrezala, ni bilo dovolj velike pretočnosti obiskovalcev, namembnost prostora ni bila prava, občinstvo se ni primerno odzivalo ... Glavni razlog za številne zamenjave prizorišč pa je predvsem v želji po iskanju novih lokacij in odkrivanju novih javnih prostorov v Ljubljani.

V zadnjem letu je opaziti trend »zasedbe« celotnega naselja z uličnimi predstavami, delavnicami, tržnicami in ostalimi dogodki. Tako so vstopili z bogatim programom v Poljane, v Prule in Moste.

Pogosto so nastopali na ozkih trgih in ulicah (Pri gostilni Maček, Trubarjeva ulica, Pogačarjev trg), vendar pa zadnja leta teh prostorov na uporabljajo več, ker so zasedena z mizami in stoli privatnih lokalov in je izvedba predstave nemogoča.

Velik pomen dajejo ploščadi Ajdovščina, saj so njeni uporabniki po uspešnih predstavah festivala Ana Desetnica pričeli redno skrbeti za njeno vzdrževanje (redno čiščenje, odstranili so moteče in neprimerne elemente ...). Od leta 2008 se na ploščadi izvajajo salsa večeri, ki privabijo tudi do 300 plesalcev na večer. V vseh teh letih se je ploščad zagotovo zasedla kot plesno prizorišče, kjer vzporedno živi tudi najbližji lokal Plato, ki je hkrati organizator plesnih dogodkov.

## **6.2 Raziskava glavnih trgov v Ljubljani**

**Prešernov trg** je značilen prostor križanj in srečevanj. K temu pripomorejo tako njegova lega v mestu kot tudi ureditev sama in prometni režim, ki se je vzpostavil in v katerem motorni promet prevzema podrejeno vlogo pešcem in kolesarjem oz. drugim podobnim uporabnikom. Podatki iz opazovanj pokažejo, da se mnogi, ki Prešernov trg izberejo za prostor zmenka, ne usedejo, temveč stojijo. Najpogosteje stojijo pri ograji mostu na obeh straneh. Prostorski poudarki (spomenik, mostovi, stopnišča), programske dopolnitve (lokali) ter poseben prometni režim so sestavine, ki na trgu spodbujajo tudi dolgotrajnejše rabe, v glavnem pasivne, kot sta sedenje ali čakanje. (Goličnik 2006, 40 – 46).

V začetku septembra 2007 se je Prešernov trg v celoti zaprl za ves promet. Dovoljena je le dostava od 7:30 do 9:30 ure s posebnimi dovolilnicami. Obstoječim stanovalcem so ponudili bližnja parkirišča.

Prešernov trg je zagotovo osrednji ljubljanski trg za kulturne dogodke na prostem, različnih žanrov in zvrsti. Navajam nekatere prednosti:

- a) gledališke prireditve: kulturni spomenik v ozadju služi kot dobro kritje za izvedbo gledaliških predstav, na drugi strani je odprt prostor trga, kjer občinstvo lahko prihaja iz različnih koncev Ljubljane;
- b) glasbene prireditve: kulturni spomenik služi kot ozadje, je dovolj visok, da se lahko pred njega postavi oder, prostor služi tudi predstavitvam posameznih manjših etno skupin. Prostor izstopa tudi zaradi izvrstne lege, ker v okolici ni veliko stanovalcev, ki bi se zaradi prireditev in njihove glasnosti lahko pritoževali.;
- c) razstavni prostor: trg lahko služi tudi kot izjemen razstavni prostor za različne inštalacije v prostoru s sporočilno vrednostjo (prostor so številni domači in tuji gostujoči umetniki v sklopu posameznih dogodkov že uporabljajo kot razstavni prostor tudi za inštalacije z družbenimi sporočili). (Goličnik 2006)

**Mestni trg** – s prostorotvornega vidika ima Mestni trg lastnosti klasičnega srednjeveškega trga, kjer je zaradi organske rasti mestnega tkiva v doživljanju in uporabi prostora pomemben element presenečenje in stalno raziskovanje prostora. (Goličnik v Cullen 1971). Najznačilnejše uporabe prostora so pasivne, dolgotrajnejše dejavnosti in tiste v prehodu čez prostor. Slednje, kot sta hoja ali vožnja s kolesom, se v prostoru dogajajo ves čas. V

primerjavi s pešci je kolesarjev precej manj. Sedenje se v glavnem veže na sedenje za mizo. Druge dejavnosti so bolj izjema kot pravilo. (Goličnik 2006, 47 – 48).

**Plečnikov trg** je prostor z izrazitimi konicami uporabe: velika gostota uporabnikov med tednom v času glavnega šolskega odmora, precej obiskan je tudi ob sobotah, ob nedeljah pa se čezenj sprehodi le malokdo. Čeprav je možno neformalno posedanje na zidu ob zelenici in nizkih zidovih pri stebrih na nasprotni strani, je za čas glavnega odmora ta ponudba premajhna, za preostali čas pa neudobna, predvsem za starejše ali starše z otroki, ki prečkajo trg. Trg kot prostor posedanja ustreza predvsem najstnikom in mlajšim odraslim. (Goličnik, 2006: 54).

**Dvorni trg** je prepoznan kot prostor prehoda in posedanja. Pogoste oblike prečkanja Dvornega trga so hoja čez trg, vožnja s kolesom in z rolerji ter sprehod z otroškim vozičkom. V primerjavi z drugimi opazovanimi trgi mestnega središča Ljubljane je Dvorni trg prostor z največ raznovrstnimi dejavnostmi. (Goličnik 2006, 34).

Po izjavah organizatorjev Dvorni trg ni najbolj primeren za izvedbo gledaliških predstav, predvsem zaradi stopnic, ki ne služijo namenu posedanja, hkrati pa je premalo prostora za gledališki nastop. Če želijo uporabiti Dvorni trg, morajo prilagoditi ulično predstavo.

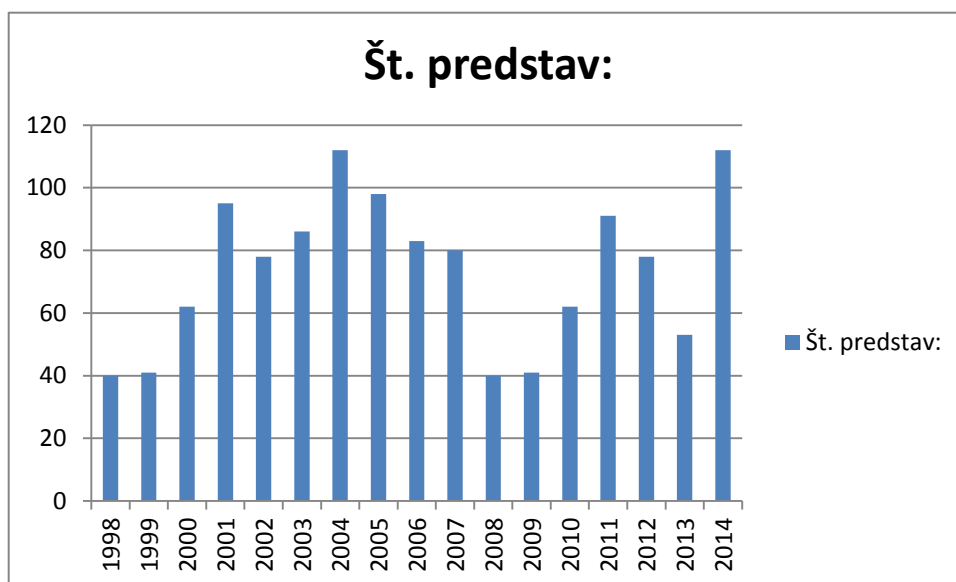
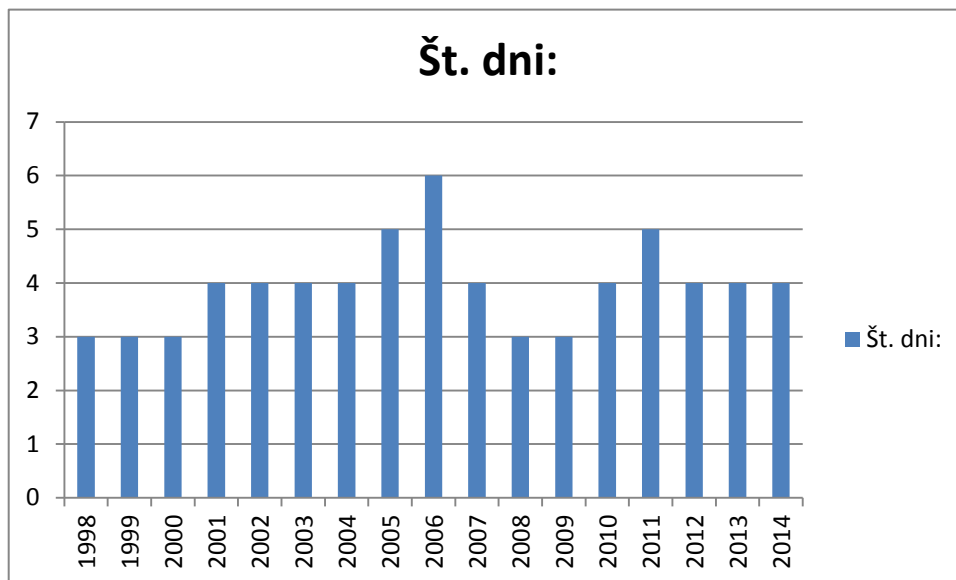
**Tabela 2:** Prerez statistike festivala Ana Desetnica

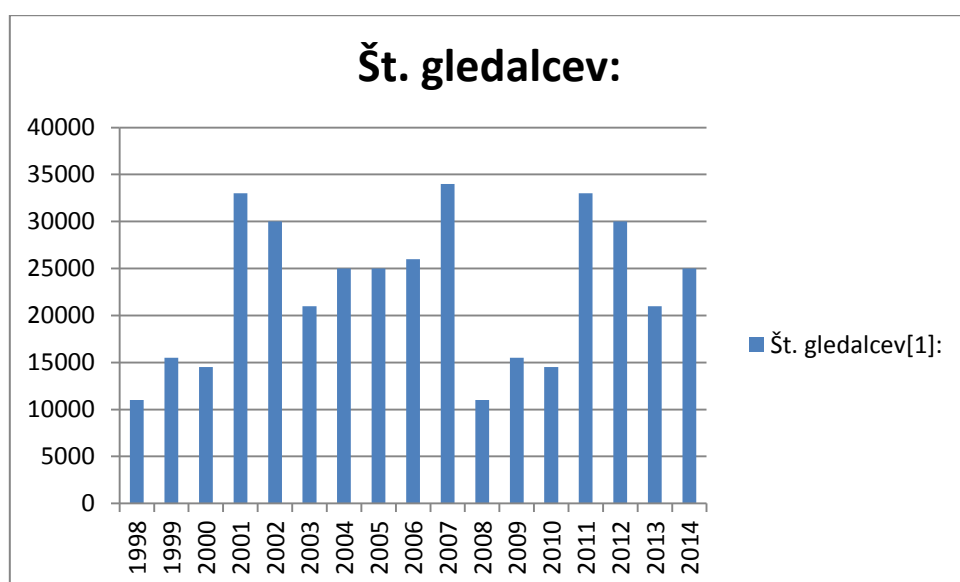
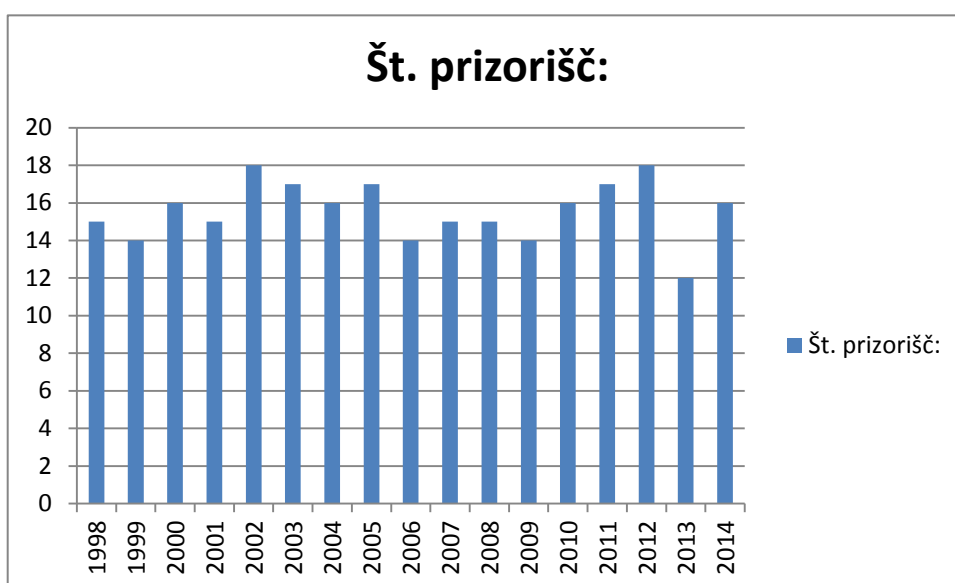
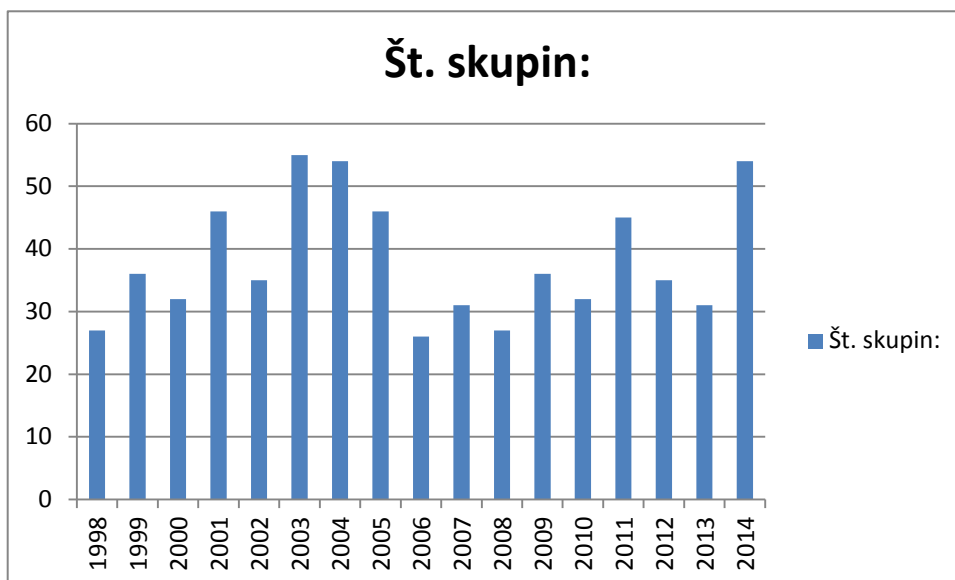
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Št. dni:	3	3	3	4	4	4	4	5	6	4
Št. predstav:	40	41	62	95	78	86	112	98	83	80
Št. skupin:	27	36	32	46	35	55	54	46	26	31
Št. prizorišč:	15	14	16	15	18	17	16	17	14	15
Št. gledalcev <sup>2</sup> :	<b>11000</b>	<b>15500</b>	<b>14500</b>	<b>33000</b>	<b>30000</b>	<b>21000</b>	<b>25000</b>	<b>25000</b>	<b>26000</b>	<b>34000</b>
	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>			
Št. dni:	3	3	4	5	4	4	4			

<sup>2</sup> Brezplačen festival na mestih, ki so dostopna vsakemu, prešteva svojo publiko tako, da izvedbenik (t.j. človek s strani organizatorja, ki poleg varnostnika skrbi za normalen potek predstave) na vsaki predstavi prešteje gledalce oz. ljudi, ki so se udeležili dogodka. Tehnični direktor po koncu festivala sešteje gledalce vseh predstav, končen seštevek pa je kmalu po zaključku festivala na voljo v poročilih o izvedbi festivala in v medijskih objavah.



Št. predstav:	40	41	62	91	78	53	112			
Št. skupin:	27	36	32	45	35	31	54			
Št. prizorišč:	15	14	16	17	18	12	16			
Št. gledalcev	<b>11000</b>	<b>15500</b>	<b>14500</b>	<b>33000</b>	<b>30000</b>	<b>21000</b>	<b>25000</b>			





Glede na statistične podatke lahko razberem, da število obiskovalcev sploh ni odvisno od količine in števila skupin. Za nihanje v številu je zagotovo krivo tudi vreme. Zadnja štiri leta se festival seli tudi v druga mesta po Sloveniji. Priložena statistika velja zgolj za prireditve v Ljubljani. Pomen festivala zadnjih let dobiva tudi drugo dimenzijo, saj želijo s programom izobraževati in predstaviti različnosti ras in kultur, velik poudarek dajejo izmenjavi izkušenj ter druženju lokalnih prebivalcev in obiskovalcev naselij. Seveda pa s programom lahko zelo obogatimo tudi turistično ponudbo, ki iz leta v leto raste.

## **7 Festival ProstoRož**

Festival, ki je zagotovo najbolje sprejet pri Oddelku za urbanizem, oblikujejo številni arhitekti in urbani planerji. Še najbolj od vseh festivalov v Ljubljani posega s konkretnimi inštalacijami in spremembami v sam prostor mestnih površin v Ljubljani. Projekt je nastal kot ideja mladih arhitektov z namenom iskanja degradiranih urbanih območij, opozarjanja na probleme javnih površin in iskanja njihove kvalitetne izrabe. Vsako leto je projekt zastavljen drugače. V letu 2004 so s projektom spremenili namembnost posameznih atrijev v starem delu Ljubljane. Postavili so različnečasne instalacije, tako da je vsak lahko dobil popolnoma drugačno vsebino, ki pa je bila povezana z izkušnjami vsakdanjega življenja (poligon s pravo travo, rojstnodnevni baloni, zlate ribice ...). V naslednjem letu so opozarjali na problem zelenih površin v Ljubljani in predvsem na problem njihove neuporabnosti (nekateri parki so namenjeni zgolj sprehajanju psov). Leta 2006 so se posvečali Ljubljanici, leta 2007 pa so projekt poimenovali VizijeSO3.

Namen projekta je bil v času pospešene gradnje v Ljubljani opozoriti mestne oblasti na nujno vzporedno urejanje javnega prostora ter opozoriti na potencial, ki ga javni prostor predstavlja v mestu. V ta namen so pripravili razstavo, razdeljeno v štiri sklope: parki, trgi, ulice in reka. Leta 2008 so pripravili več projektov: obnovili so Plečnikov prehod, uredili gradbišče in ograje, preuredili neurejene arkade, na izložbah zapuščenih lokalov natisnili poezijo štirih sodobnih slovenskih pesnikov, na Eipprovi promenadi pripravili številne brezplačne dogodke, na Slovenski cesti pa namestiličasne stole in s tem opozorili javnost na drugačno namembnost Slovenske ceste.

Leta 2009 so preuredili park ob RTV-ju, preuredili podhod Tivoli in s številnimi dogodki oživelili ulico Tabor.

Leta 2010 so v mestno središče postavili številne različno obarvane klopi ter pripravili otroško igrišče pred OŠ Tomaj.

Leta 2011 so pred Slovenskim etnografskim muzejem postavili 150 metrov veliko preprogo želja.

Leta 2012 so s pomočjo lokalnega prebivalstva preuredili otroško igrišče na Taboru ter spremenili mali park pred Kino Dvorom v otroško igrišče.

Leta 2013 so ploščad na Metelkovi spremenili v manjše jezero s štirimi jadrnicami.

### ***7.1 Kako občina sodeluje pri pripravi projektov Prostoroža?***

»Pred desetimi leti so nam dejali, da so klopi v parkih odstranili zato, da se brezdomci tam ne bi več zadrževali, oni pa ne bi imeli več težav zaradi pritožb stanovalcev.« (Cvetko, 2014) Takšno razmišljanje se je spremenilo. Na začetku je bil največji problem občine prepričanje, da jih zgolj kritiziramo. Šele skozi kratkotrajne in enostavne projekte smo jim pokazali, da je naš namen le preizkušanje različnih možnosti. Tako smo jim dokazali, da se s klopmi v parkih poveča število ljudi, ki živijo z mestom in uporabljajo javni prostor. To je tudi tisto, česar si občina želi. Tako kot druga mesta v tujini ima MOL v svoji strategiji zapisano, da je eden od ciljev povečati število ljudi, ki se zadržujejo na javnih površinah. Želela bi si še, da uradniki v pobudah prebivalstva ne bi videli samo težav.

Zakaj se Ljubljančani bistveno pogosteje kot v parkih zadržujejo v lokalih? »Kultura zadrževanja v parkih pri nas še ni zelo razširjena, a ne moremo pričakovati, da se bodo navade ljudi spremenile čez noč. Kljub vsemu se mi zdi preskok v zadnjih desetih letih velik. Razlog so lahko tudi marginalne skupine, ki se tam zadržujejo. Če je prostor prazen, neuporabljen, je velika verjetnost, da ga bo posvojila neka socialna skupina. Tako se je na primer v parku Tabor z aktivnostmi, ki smo jih začeli izvajati, spremenila socialna struktura obiskovalcev, prostor je postal bolj odprt, prijazen in poln ljudi.« (Cvetko, 2014)

## 8 ZAKLJUČEK

Javni prostor v Ljubljani se je od pričetka mojega resnejšega preučevanja (leta 2007) do danes zelo spremenil. Nekatere ulice so postale sprehajalne in zaprte za motorni promet, nekateri, v preteklosti neizraziti javni prostori, so se do danes spremenili, postali živahnejši ali pa tudi popolnoma zamenjali svojo prvotno funkcijo. Raziskave in iskanje kvalitetne uporabe javnih prostorov so v dobi hitrega tehnološkega razvoja, še kako pomembne. Dandanes marsikdo raje z domače sedežne garniture poklepeta s prijateljem kar preko telefona, skypa ali kako drugače. Sodobna tehnologija, ki nam hkrati velikokrat olajša naš vsakdan, nas po drugi strani redno spušča v skušnjava osamljenega preživljanja prostega časa znotraj lastnega doma. Velikokrat se zavedamo, da se premalo družimo, da se krog znancev in prijateljev omejuje na družino in službo. Kaj pa ostala družba?

V prvem delu diplomske naloge poskušam tudi s teoretskega vidika pojasniti, kakšno vlogo je imel javni prostor skozi zgodovino, kakšen pomen mu pripisujejo različni avtorji. V nadaljevanju se sprehodim skozi politiko Mestne občine Ljubljana in z natančnim opisom ugotavljam, kakšen pomen sta imela za razvoj javnega prostora festivala Ana Desetnica in Prostorož. Festivala sta si v nečem podobna – oba želita s svojim programom prebivalce navaditi, da je odhod od doma na javni prostor, kjer poteka dogodek, lahko dobra izkušnja, saj človeku ponuja spoznavanje drugačnosti, tudi marginalnosti, izbiro ter v vsakem primeru razširja posameznikovo obzorje in znanje. Človek šele v družbi s sočlovekom in z dialogom lahko postane razgledana in avtonomna osebnost. Verjamem, da bo vloga javnih prostorov v prihodnosti postala še večja in pomembnejša, saj je posameznik zaradi potrošniške kulture dnevno obremenjen z nepomembnimi elementi, ki ga, kot so pokazale marsikatero raziskavo, niti najmanj ne osrečuje. Ljudje smo socialna bitja in potrebujemo prosti čas, da ga preživljamo kreativno in kvalitetno, obdani z ljudmi, ki nas osrečujejo in spodbujajo. Zato predlagam, da je razvoj javnih prostorov v Mestni občini Ljubljana zapisan prav v vsaki strategiji, da mestni oddelki intenzivno raziskujejo, na kakšen način lahko spremenijo namembnost zapuščenih predelov Ljubljane in s tem postanejo spodbujevalci razvoja tudi programske politike številnih festivalov ali dogodkov, ki potekajo na naših ulicah.

## 9 LITERATURA

1. Cvetko, Maša. 2014. Ko v pobudah prebivalcev le ne bi videli toliko težav. *Delo*, 26 (4. junij).
2. *Eunetstar*. Dostopno prek: <http://www.eunetstar.org> (5. januar 2007).
3. Fišer, Peter, 2005/2, *Arhitektura in urbane strukture v načrtovanju procesa raurbanizacije*. Ljubljana: Arhitektura raziskave.
4. *Gledališče Ana Monro*. Dostopno prek: <http://www.anamonro.org> (7. maj 2014).
5. Goličnik, Barbara. 2007. *Vedenjski zemljevidi ljubljanskih trgov in parkov*. Ljubljana: Urbanistični inštitut RS.
6. Habermas, Jürgen. 1989. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge Massachusetts: The Mit Press.
7. Hall, Hubbard. 1998. *The Interepreneurial City*. New York: John Wiley&Sons.
8. Hajer, Reijndorp. 2001. *In Search of a new Public Domain*. Rotterdam: NAI Publishers.
9. Hočevar, Marjan. 2003. *Novi urbani trendi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
10. Koren, Matej. 2003. *Trgovina na drobno v Mestni občini Ljubljana v letu 2002*. Mestna občina Ljubljana, Oddelek za urbanizem.
11. Košek, Grega. 2006. Si Ljubljana prizadeva postati kreativna? *Sobotna priloga*, 26 (5. avgust).
12. Madanipour, Ali. 2003. *Public and Private Spaces of the City*. London: Routledge, Taylor&Francis Group.
13. Madanipour, Ali. 1996. *Design of Urban Spaces*. London: John Wiley&Son.
14. Mestna občina Ljubljana. 2012. Strategija razvoja kulture v Mestni občini Ljubljana 2012–2015

15. Mestna občina Ljubljana. 2014. *Re urban mobil*. Dostopno prek: <http://www.ljubljana.si/si/mol/mestna-uprava/oddelki/urejanje-prostora/projekti/13526/detail.html> (2.september).
16. *Odlok o posebni in podrejeni rabi javnih površin*. Ur. l. RS 90/1999 (5. november 1999).
17. Osojnik, Goro. 2006. Intervju z avtorico. Ljubljana, 5. maj.
18. --- 2013. Intervju z avtorico. Ljubljana, 12. junij.
19. Pollak, Karel. 2004. Intervju z avtorico. Ljubljana, 5. september.
20. --- 2007. Intervju z avtorico. Ljubljana, 6. junij.
21. *Protorož*. Dostopno prek: <http://www.prostoroz.org/> (13. avgust 2014).
22. Russell, James S. 2002. *The mayor' institute, Exelence in city design*. New York: Princeton Architectural Press.
23. Uršič, Matjaž. 2003. *Urbani prostori potrošnje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
24. Ute Lehrer, Angelika. 2007. *Ali je za javni prostor še prostor? Mesta, ki se privatizirajo, in privatizacija javnega. O urbanizmu – Kaj se dogaja s sodobnim mestom?* Ljubljana: Krtina.
25. Zavod za turizem Ljubljana. *Strateški razvojni in trženjski načrt turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2007–2013*. Ljubljana: interno gradivo Zavod za turizem.
26. Wikipedia. 2014. *Festivali*. Dostopno prek: <http://en.wikipedia.org/wiki/Festival> (8. oktober 2007).