

Blaž Lenarčič

Matjaž Uršič: Urbani prostori potrošnje. Ljubljana: Založba FDV, zbirka Teorija in praksa, 2003

133 strani (ISBN 961-235-144-9), 3.800 SIT

spremna beseda Breda Luthar

Nakupovanje – ena izmed glavnih strasti današnje sodobne družbe – je v zadnjem času postalo tesno povezano z drugimi, kulturno-zabavnimi in prosto-časovnimi dejavnostmi, kot so obisk kina, gledališča, koncertov, sprehajanje, ipd. To je v veliki meri vzrok, da postajajo nakupovalna središča vse bolj priljubljene kraje za preživljanje prostega časa. Ti kraji namreč privlačijo ljudi predvsem zaradi vrste (ne)avtentičnih multikulturnih prostorov potrošnje, znotraj katerih se odvija "instant" izpolnitev različnih fantazij, ki jih posameznik v realnem svetu, v tako kratkem času in zgolj na enem mestu nikakor ne more uresničiti. Množična in raznovrstna ponudba storitev današnjih prostorov potrošnje pomeni tudi dokaj veliko porabo prostora, kar je vzrok, da so tovrstni prostori locirani na mestnih obrobjih. Pomembnejši stranski učinek takšne lokacije prostorov potrošnje je množična preusmeritev tokov gibanja potrošnikov iz mestnega središča na mestno obrobje. Zato postajajo suburbani prostori potrošnje vse pomembnejša družbena stičišča, ki jih obiskuje vedno več ljudi, mestna jedra pa posledično (iz)umirajo. Ali povedano drugače, novi (urbani) prostori potrošnje na mestnih obrobjih širijo paleto ponudbe prosto-časovnih dejavnosti in na takšen način postopoma prevzemajo urbane funkcije, ki jih imajo po tradiciji mestna jedra.

Tovrstni procesi so privedli do "neenakega boja" med vedno šibkejšim mestnim jedrom in razvojno izredno dinamičnim, fleksibilnim in potrošniško uspešnim obrobjem mest. Kljub temu, da ima mestno jedro v primerjavi s suburbanimi prostori potrošnje določene prednosti (npr. historični ambient) so te prednosti slabo izkoriščene in jih, tudi z vidika vsakdanjega življenja v mestu, veliko število ljudi prepozna kot nezanimive.

Omenjeni procesi hitre rasti nakupovalnih središč imajo močne vplive tudi na slovenska mesta, med katerimi izstopa predvsem Ljubljana. Na obrobju Ljubljane nastajajo novi prostori potrošnje, ki s privabljanjem množice ljudi iz mestnega središča posredno vplivajo na kakovost življenja v ostalih delih mesta. Ker so ljubljanski suburbani prostori potrošnje locirani v bližini pomembnih infrastrukturnih povezav, postajajo vse bolj zanimivi tudi za prebivalce ostalih slovenskih regij. S tem pa posledično spreminjajo načine vsakdanjega družbenega obnašanja in delovanja na ravni širšega urbanega sistema Slovenije. Omenjene spremembe urbanih krajev v svojem knjižnem prvencu z naslovom *Urbani prostori potrošnje* podrobneje preučuje Matjaž Uršič. Njegova knjiga je smiselno razdeljena na dva dela: prvi del z naslovom *Prostor in potrošnja* obsega sociološko-zgodovinski pregled povezave med prostorom in potrošnjo, drugi del z naslovom *Analiza urbanih in suburbanih prostorov potrošnje: primer Ljubljane* pa predstavlja empirično študijo primera. Uršičev primarni cilj je iskanje vzrokov za preusmerjanje velikega števila potrošnikov iz mestnih središč v območja nakupovalnih centrov. Obenem pa tudi prepoznavanje in pojasnjevanje posledic tovrstnega preseljevanja potrošnikov za mestno jedro (predvsem zmanjševanje pomena urbanega mestnega jedra za opravljanje vsakdanjih prosto-časovnih aktivnosti). Z vključitvijo kulturne potrošnje (kinodvorane, razstave, gledališča, ipd.) v prostore potrošnje na mestnih obrobjih je namreč prišlo do pomembnega premika v ponudbi nekaterih prosto-časovnih dejavnosti, ki jih je od sedaj naprej mogoče opravljati tudi izven mestnega jedra. Pomemben vpliv na delovanje in utrip v mestnem jedru ima tudi podaljševanje delovnega časa v nakupovalnih središčih, ter poslovanje prostorov množične kulturne potrošnje, ki ponujajo zabavo in sprostitve po zaprtju

trgovin v nakupovalnih centrih.

Uršič skozi celo knjigo prikazuje prostore potrošnje kot pozitivni urbani element, ki lahko uspešno sodeluje pri (po)večanju privlačnosti mestnega jedra. Namreč "povečevanje in širitev ponudbe prostorov potrošnje je označeno kot dobrodošel urbani element, ki ga je potrebno znova vključiti v mestno središče z namenom obogatitve oz. dopolnitve visoke kulturno-zgodovinske privlačnosti starega mestnega jedra" (str. 11). Vendar prevlada enega nad drugimi, po avtorjevih ugotovitvah, zmanjšuje privlačnost mestnega jedra, zaradi česar se Uršič izkaže za zagovornika uravnoteženosti ponudbe kulturnih prostorov in prostorov kulturne potrošnje. Kajti zgolj z optimalno mešanico ponudbe različnih prostorov, ki zajemajo različno ponudbo trgovskih, umetniških, kulturnih in zabavnih prosto-časovnih dejavnosti je namreč mogoče zagotoviti živahen celodnevni mestni utrip oz. urbanost, ki je značilna za uspešna mesta. V nasprotnem primeru lahko kaj hitro pride do procesov postopnega zmanjševanja privlačnosti mestnega jedra, ki posledično postaja vse manj primeren prostor za prosto-časovne dejavnosti posameznikov.

Potrebno je tudi pojasniti termin, ki ga uvede Uršič, in sicer *prostor kulturne potrošnje*. S tem označi avtor ponudbo kulturnih storitev, ki je privlačna za veliko večino obiskovalcev. Novi nakupovalni centri na obrobjih mest poleg osnovne dejavnosti – nakupovanja dobrin – nudijo namreč vse več ostalih prosto-časovnih dejavnosti, med katerimi izstopajo predvsem prehranjevanje, zabava in rekreacija. V ta koncept avtor vključi tudi dejstvo, da je k sodobni potrošnji veliko pripomoglo nenehno manjšanje razlik med visoko in nizko kulturo, kar je privedlo do izenačevanja okusov potrošnikov. Takšno zlivanje visoke in nizke kulture pomeni porast priljubljenosti množične, popularne kulture in posledično tudi premik prostorov množične kulturne potrošnje navzgor po lestvici priljubljenosti. Uršič med drugim ugotavlja, da današnjemu potrošniku zaradi zmanjšanja kulturnih hierarhij ni več pomembno, kje je lokacija prostora potrošnje, ampak ga zanima le kako bo prišel tja.

V drugem delu knjige predstavi avtor na različne načine ponudbo in strukturo potrošnje na območju Ljubljane. Ljubljana je, kot prestolnica in obenem največje mesto v državi, zanimiv primer za analizo spreminjanja urbanih prostorov potrošnje. Vpliv, ki ga ima Ljubljana na svoje zaledje oz. celotno državo se med drugim kaže tudi v intenzivnem razvoju suburbanih nakupovalnih središč (prim. BTC in Leclerc). Vzroki, ki so prispevali k hitremu razvoju tovrstnih središč v okolici Ljubljane tičijo predvsem v specifičnih prostorskih okoliščinah, natančneje v sprostitvi velikih skladiščnih površin ob osamosvojitvi Slovenije. Ne smemo pa spregledati tudi procesa relativno hitrega prilagajanja ponudbe potrošniku ter procesa avtomobilizacije družbe. Uršič poudarja zlasti nova razmerja med prostori potrošnje v mestu. V tem kontekstu ga zanima predvsem način s katerim potrošniki spreminjajo lokacije, kjer poteka nakupovanje ter ostale prosto-časovne dejavnosti. S tem namenom opravi avtor primerjalno analizo med mestnim jedrom Ljubljane in območjem nakupovalnega središča BTC (mestno jedro vs. "ulice" BTC-ja in Slovenska kinoteka vs. Kolosej). Po njegovih ugotovitvah je slednje območje tudi največji ponudnik raznovrstnih storitev, ki se uvrščajo ob bok nakupovanju (na primer: obisk kina, gledališča, lokalov, restavracij ipd.).

Uršič je v svoji študiji na primeru obiskovanja ljubljanskih kinematografov spretno in vsebinsko povezal razmerja med novo urbanostjo, prometom in spreminjanjem ponudbe prostorov kulturne potrošnje. Domneve o slabitvi urbanosti na ulicah mestnega jedra je povezal s selitvijo nekaterih prostorov potrošnje in kulturne potrošnje na suburbana področja, ki so (ekonomsko) uspešna predvsem zaradi obilice prostora, dostopnosti z avtomobili, izkoristka lege ob stičiščih najprometnejših cest in nenazadnje zaradi slabo razvitega javnega mestnega prometa (LPP). Slednjemu se avtor še posebej posveti, saj je prepričan, da izbor prevoznega sredstva pomembno vpliva na obiskovanje prostorov potrošnje in s tem sooblikuje urbanost v mestu.

V knjigi *Urbani prostori potrošnje* je Matjaž Uršič opravil širok nabor domačih in tujih relevantnih avtorjev, njihovih konceptov in teorij ter jih smiselno povezal s sekundarnimi podatki, pridobljenimi iz različnih raziskav ter primarnimi podatki, ki jih je pridobil z lastnim razisko-

vanjem. Poleg empiričnih podatkov je uporabil tudi informacije iz različnih časopisnih člankov, revij, spletnih strani ipd. Kvantitativna in kvalitativna analiza je podkrepjena tudi z obilico fotografij, katerih namen je bralca tudi vizualno seznaniti z obravnavanimi procesi. Skratka, avtorju je uspelo doseči zastavljeni cilj in sicer povezati teorijo z vsakdanjim življenjem, obenem pa tudi predstaviti stopnjo in intenzivnost razvoja procesov spreminjanja urbanih prostorov potrošnje v Ljubljani. Avtor na koncu poda tudi nekaj predlogov za oživitve mestnega jedra Ljubljane, na podlagi katerih je razvidno, da je mogoča preusmeritev tokov potrošnikov nazaj o mestnemu jedru. Vendar pri tem opozarja, da ne smemo pričakovati nostalgčnih predstav o flanerstvu 19. stoletja, katerega glavna značilnost so spontanost, nedoločenost in svoboda gibanja. Na žalost je danes takšno "romantično" postopanje po mestu iz golega užitka vse redkejša – vendar brez dvoma zelo prijetna izkušnja.

Vesna Laban

Marko Milosavljevič: Novinarska zgodba. Ljubljana: Založba FDV, zbirka Media, 2003
151 strani (ISBN 961-235-141-4), 3.900 SIT

Hkrati s številnimi družbenimi in političnimi spremembami, ki so se zgodile konec osemdesetih in v začetku devetdesetih let 20. stoletja, se spreminja tudi novinarstvo samo. Globalizacija medijskega kapitala, večinoma dramatični premiki k demokraciji in pluralizmu, velike tehnološke spremembe – vse to po eni strani novinarju omogoča kakovostnejše delo, hkrati pa pred njega prinaša nove zahteve, vplive in pritiske. Pomen ideje o velikem poslanstvu novinarstva za družbo in javnost se izgublja v vse večji komercializaciji medijev, zahtevi po maksimizaciji občinstva in s tem dobička ter vse pogostejšem ocenjevanju novinarstva le skozi ekonomsko vrednost, brez razmišljanja o kakovosti. Analize ene temeljnih značilnosti postmodernega medijskega diskurza – vse večjih sprememb v položaju in količini posameznih žanrov in vrst – se loteva *Novinarska zgodba*, prva samostojna znanstvena monografija Marka Milosavljeviča, asistenta na Fakulteti za družbene vede v Ljubljani, ki je izšla v knjižni zbirki *Media*.

Prepotrebno delo na področju teorije novinarskega sporočanja pri nas prinaša genezo žanrov reportažne in portretne vrste, ki jih združi v enotno novinarsko vrsto novinarska zgodba, od začetka 20. stoletja do danes. Avtor uvodoma opredeli pomen naracije ter procesov narativizacije, tabloidizacije in popularizacije, ki so pripeljali k uvajanju naracijskega diskurza v novinarstvo. Pri tem opozarja predvsem na nujnost vzpostavitve kritične distance do pogosto neupravičene splošne kritike personalizacije in melodramatičnosti v novinarskem diskurzu, saj ju novinarska zgodba uporablja "kot zgolj dva od (možnih) elementov ali strategij za pridobivanje pozornosti in privlačnosti, sicer pa uporablja tudi racionalni diskurz in vsebuje racionalno kritično razpravo, ki jo kombinira s prej navedenima značilnostima" (str. 16).

Preglednim definicijam temeljnih pojmov in analizi okoliščin, ki so pripeljale do vzpona novinarske zgodbe kot temeljne oblike novinarske naracije, sledi definiranje vloge in pomena stila ter pripovednih razsežnosti novinarske zgodbe. Pri tem je očitno, da Marko Milosavljevič ni le teoretik, ampak je v svojih analizah konkreten in iz njega pogosto "govori" dolgoletna novinarska praksa. Avtor novinarsko zgodbo opredeli kot "vrsto novinarskega sporočanja, ki s pomočjo avtentične pripovedi in literarnih sredstev slika dogajanja oziroma stanja ali osebe" (str. 27) ter zaradi obilice skupnih značilnosti vanjo združi žanre, ki so bili v novinarski teoriji doslej razvrščeni v dve diametralno nasprotni novinarski zvrsti (glej Košir, 1988) – klasično reportažo, reportersko