

## **STANOVNICI O TRGOVIMA KAO JAVNIM GRADSKIM POVRŠINAMA - PRIMJER ZAGREBA, RIJEKE I ZADRA<sup>1</sup>**

TOWN INHABITANTS ABOUT SQUARES AS PUBLIC AREAS  
– EXAMPLE OF ZAGREB, RIJEKA AND ZADAR

**Mirjana Miškić-Domislić, Petra Pereković, Branka Aničić**

### SAŽETAK

U posljednjih dvadesetak godina pojedini su hrvatski gradovi doživjeli nagli rast i intenzivnu izgradnju a u istom je periodu realiziran i relativno veliki broj projekata za uređenje odnosno rekonstrukciju postojećih javnih prostora. S obzirom da su pojedine intervencije izazivale negativnu reakcije javnosti (npr. uređenje Splitske rive, Cvjetnog trga u Zagrebu i dr.), smatralo se zanimljivim istražiti kakvo je općenito mišljenje javnosti o uređenju otvorenih javnih prostora u Hrvatskoj. Ovo istraživanje je obuhvatilo je prikupljanje stavova stanovnika Zagreba, Rijeke i Zadra o trgovima kao jednim od najznačajnijih javnih prostora gradova. Krajnji cilj istraživanja bilo prikupljanje stavova ispitanika o pozitivnim aspektima i nedostacima trenutnog uređenja gradskih trgova te davanje prijedloga i smjernica za njihovo moguće unaprjeđenje i poboljšanje kvalitete. Istraživanje je provedeno korištenjem anketne metode kroz osobni razgovor s ispitanicima te je u anketi sudjelovalo 150 ispitanika, i to građana grada Zagreba, Rijeke i Zadra.

Najvažniji rezultati istraživanja pokazuju kako čak i najposjećenijim trgovima navedenih gradova, prema mišljenju ispitanika, nedostaje društveno-kulturnih sadržaja te adekvatnog urbanog inventara koji bi omogućio zanimljiv i ugodan boravak na trgovima. Osim toga, samo se središnji gradski trgovi

---

<sup>1</sup> Ovaj je članak nastao kao dio seminarskog rada „Stanovnici o otvorenim javnim gradskim površinama - korištenje i želje“ koje su izradile studentice postdiplomskog studija Krajinske arhitekture na Biotehničkom fakultetu, Sveučilišta u Ljubljani: Bia Gec, Danijela Kirin, Maja Kljenak, Mirjana Miškić-Domislić i Petra Pereković. Seminarski rad je nastao u okviru kolegija „Metode raziskovanja u ruralni sociologiji“ pod mentorstvom prof. dr. Ane Barbič i doc. dr. Majde Černič- Istenič tijekom akademske godine 2006/2007. U seminarskom radu su se obrađivali otvoreni javni gradski prostori: parkovi, trgovi, sportsko rekreacijski prostori, šetališta i stambeno zelenilo. Autorica rada je obrađivala poglavlja: Trgovi kao otvoreni javni gradski prostori.

smatraju gradskim orijentirima a neki od odlučujućih čimbenika za njihovo korištenje pokazali su se sadržajna opremljenost i ambijentalna kvaliteta prostora. Može se zaključiti da uređenje trgova zahtijeva ne samo zadovoljenje estetskih kriterija, nego i ostvarivanje programske cjelovitosti kroz programsku i ambijentalnu ugođenost raznolikim potrebama potencijalnih korisnika.

Ključne riječi: otvoreni javni prostori, trgovi, potrebe korisnika, kvaliteta života.

## ABSTRACT

The social changes that have occurred in this region over the last twenty years are also visible in the case of Croatian cities. The rapid urban growth in the last two decades was rarely followed by construction of open public spaces of equal scale and quality, including squares and other typologies. At the same time, a large number of planning and reconstruction projects of existing public spaces came to realisation. Given that some of these urban interventions have provoked quite negative public reactions (e.g. the Split waterfront, Flower Square in Zagreb, etc.), it was considered important to investigate the public opinion of the open public spaces design in Croatia. This research was designed to gather data on the use of public squares, as well as aspirations and needs of their users. It's was conducted as a questionnaire in three major cities: Zagreb, Rijeka and Zadar. The result of the research is public opinion, which can be used in planning or as design guidelines for future construction of public squares.

The results of this research indicate the lack of socio-cultural facilities and adequate urban inventory even on the most frequently visited city squares. Furthermore, only the central town squares are identified as city landmarks. In addition, socio-cultural facilities and the quality of the space conditions in terms of presence of all those elements which make some place pleasant for longer stay (e.g. intimate atmosphere, noise, traffic, sun or wind protection, etc.) seems to be the key factors of space usage.

Key words: open public spaces, city squares, social activities, users needs, quality of life.

## UVOD

Ako grad promatramo kao rezultat međusobnog odnosa prostora i ljudi koji ga naseljavaju, možemo konstatirati da ga karakterizira „fizička“ dimenzija – sastavljena od izgrađene strukture kojoj se pridodaje određena namjena i oblik te „socijalna“ dimenzija – ljudi i njihove raznolike svakodnevne, povremene, privremene, sezonske i periodičke aktivnosti. U tom kontekstu, otvoreni javni prostori djeluju kao fizički okvir koji omogućuje odvijanje svih navedenih aktivnosti te kao takvi imaju osobito značajnu ulogu u definiranju kulture pojedinog društva.

Mnogi autori ističu kako otvoreni javni prostori uvelike određuju kvalitetu života u gradu (Finci, 2008.; Boyer, 1994.; Seferagić, 1993. i dr.). Način njihovog uređenja ukazuje na standard života, razinu razvoja pojedinog društva i blagostanje stanovnika koji pojedini prostor naseljavaju. Naime, osim što njihova uređenost povoljno djeluje na estetsku sliku grada kao „branda“ u smislu njegove marketinške promocije, ali i zadovoljenja estetskih potreba njegovih stanovnika, otvoreni javni prostori mogu pružiti mnoštvo raznovrsnih sadržaja te ugodnih urbanih iskustava što doprinosi udobnosti života u pojedinom gradu.

Zbog svoje povijesne važnosti te kao jedan od temeljnih elemenata gradske strukture, trg zauzima osobito značajno mjesto u sustavu javnih prostora. Najčešće označava središte grada, mjesto gdje se grad neposredno doživljava i koje mu daje prepoznatljivost. Neki autori (Sitte, 1967.; Moughtin, 1992.) ističu njihovu ulogu glavnih gradskih ornamenata, kojima se vrši organizacija i distinkcija prostora. Tradicionalno služe za smještaj važnih javnih građevina koje im čine prostorni okvir i doprinose njihovom korištenju. S obzirom na polifunkcionalni karakter trgova kao mjesta odvijanja svakodnevnog života, poslovanja, trgovine, zabave, privatnih te javnih okupljanja i druženja, uobičajno je da gotovo u svakom gradu postoji više funkcionalno različitih trgova. Tako u velikim gradovima postoji potreba za izgradnjom cijelog niza centara koji bi hijerarhijski mogli poslužiti stanovnicima grada mnoštvo usluga, od svakodnevnih kao što su opskrba osnovnim namirnicama, susretanje i druženje do raznih kulturnih i društvenih usluga višeg stupnja (kazalište, koncerti, sportske manifestacije i sl.) na što upućuju brojni autori (Maksimović, 1984.; Pegan, 2007.; Moughtin, 1992.). S obzirom da je prvenstveno dostupnost takvih sadržaja i usluga, poduprta vizualnom atraktivnošću prostora, upravo ono

što neki grad ili dio grada čini privlačnim za život, ovaj je rad usmjeren na istraživanje raznih aspekata uređenja trgova u hrvatskim urbanim sredinama kao svojevrsnih indikatora kvalitete života.

### **Dosadašnja istraživanja**

U zadnjih nekoliko desetljeća javni gradski prostori su bili predmetom mnogih znanstvenih i stručnih radova u Hrvatskoj. Za ovaj su rad osobito zanimljive dvije istraživane teme: 1. Posljedice promjene aktera u planiranju i izgradnji grada; 2. Utjecaj koji otvoreni javni prostori imaju na povećanje kvalitete svakodnevnog života u gradu.

Analizirajući posljedice nedavne promjene aktera i međusobnog odnosa moći pojedinih aktera na prostoru Hrvatske, može se ustvrditi da su one brojne te su povezane s brojnim urbanim pojavama od kojih su samo neke: pojedinačna izgradnja komercijalnih građevina bez uređenja novih javnih prostora, nezadovoljavajuća razina urbaniziranosti novoizgrađenih naselja, gentrifikacija i neadekvatna urbana obnova gradskih središta, „ušminkavanje“ javnih prostora bez njihovog sadržajnog opremanja, privatizacija i komercijalizacija postojećih javnih površina, isključivanje javnosti iz procesa planiranja i izgradnje grada i sl. (Blažević, 2004.; Seferagić, 2008.; Vukić, 2007.; Kritovac, 2006.; Čaldarović, 2007 i dr.). Navedene promjene sastavni su dio procesa izmjene društveno-ekonomskog sustava i prijenosa vlasništva s društvenog na privatno. Budući da privatnog investitora koji gradi na pojedinačnoj čestici „ne zanima“ grad u cijelosti, urbanizacija se često odvijala bez stručno utemeljene šire prostorne koncepcije (Mlinar, 2009.), što je rezultiralo nastankom brojnih stambenih naselja koja ne zadovoljavaju ni osnovnu razinu opremljenosti javnim prostorima i sadržajima. Na razini grada, takva je urbanistička praksa prouzrokovala opći nedostatak bilo kakvih, a osobito kvalitetno uređenih javnih prostora.

Istovremeno, u gotovo svim hrvatskim gradovima se može zamijetiti trend uređivanja središnjih trgova. Kako taj trend najčešće obuhvaća tek gradsko središte, veliki broj gradova obilježava kontrast između reprezentativnog, sadržajno bogatog centra naspram ostalih dijelova grada koji su često monofunkcionalni, siromašni javnim prostorima i urbanim sadržajima te nerijetko i zapušteni. Jedan od fenomena koji kontinuirano prati proces obnove

gradskih središta je gentrifikacija kao poseban pristup uređenju grada potaknut uglavnom privatnim investicijama. U tom smislu, glavni problem predstavlja nedostatak jasno definiranog programa koji bi uključivao širi gradski prostor, kao i često podilaženje privatnim interesima, a na štetu javnog (Čaldarović, Šarinić, 2008.; Svirčić Gotovac, Zlatar, 2008.). Najveću je medijsku pažnju privuklo nedavno uređenje Cvjetnog trga gdje se pod izlikom „urbane obnove“ povijesne jezgre dopustila izgradnja komercijalne građevine na prostoru nekadašnje poznate kino dvorane, a koja je dijelom obuhvatila i javnu gradsku površinu i to sve nakon niza organiziranih prosvjeda. Analizirajući aktere koji su sudjelovali u realizaciji ovog projekta, očito je da su politički akteri - „grad“ u ovom slučaju pogodovali privatnim interesima, a protiv javnosti i javnog interesa.

Privatizacija javnog prostora se javlja i u mnogim drugim oblicima kao što su zauzimanje prostora terasama kafića, trgovačkim i ugostiteljskim šandovima, oglašavanje na jumbo plakatima i fasadama građevina i sl. te je nezaobilazna karakteristika trgova koji su, zbog velike koncentracije ljudi što se tu okupljaju i borave, postali meta mnogih privatnih interesa. Uređenje središnjeg trga često postaje sastavni dio političke kampanje u vrijeme izbora, pa je nerijetko manjkavo, svedeno na ono vidljivo, te sadržajno oskudno. (Pegan, 2007.; Kritovac, 2006.).

S druge strane, uređenje javnih prostora je zbog pozitivnog utjecaja koje ima na pojedince, ali i društvo u cijelosti, u zadnje vrijeme postalo jedno od glavnih preokupacija politike uređenja pojedinih zapadnoeuropskih gradova (Catell i sur., 2007.). Kako bi dostigla stupanj razvoja zapadnoeuropskih zemalja, i Hrvatska mora ostvariti ravnomjernije razvijenu osnovnu kvalitetu svakodnevnog života u prostoru. U tom smislu, Seferagić (1993.) navodi faktore kojima se može istražiti kvaliteta svakodnevnog života, od kojih je većina korištena u ovom istraživanju: opremljenost, dostupnost, mogućnost izbora, sigurnost te mogućnost odlučivanja. Opremljenost podrazumijeva postojanje niza urbanih prostora i sadržaja koji svakodnevni život čine ugodnijim. Dostupnost povećava disperznost javnih prostora čime se smanjuje potreba za putovanjem u centar grada kako bi se zadovoljile neke osnovne životne potrebe. Mogućnost izbora raste proporcionalno s opremljenosti mjesta stanovanja, a sigurnost s kvalitetom elemenata opremljenosti. Mogućnost odlučivanja se odnosi na participaciju javnosti u pitanjima prostornog uređenja mjesta stanovanja.

## Problemski okvir i ciljevi rada

**Teorijski okvir rada** čini pretpostavka da razina uređenosti trgova predstavlja svojevrsni indikator kvalitete uređenja gradske sredine kao prostornog konteksta u kojem se odvija svakodnevni život. Problemi u planiranju i uređenju trgova na ovim prostorima utvrđeni dosadašnjim istraživanjima mogu se grupirati u nekoliko osnovnih: 1. nedostatan broj u odnosu na veličinu grada; 2. neuravnotežena distribucija unutar grada; 3. neujednačenost u razini uređenosti između središnjeg dijela i ostatka grada; 4. neadekvatno uređenje u odnosu na suvremene urbane potrebe; 5. ignoriranje mišljenja javnosti u procesu planiranja i izgradnje grada.

**Cilj rada** je istražiti neke karakteristike trgova kao što su: prepoznatljivost, opremljenost i kvaliteta elemenata oblikovanja, dostupnost i sigurnost te spremnost javnosti na participaciju u procesima odlučivanja o uređenju javnih prostora grada. Namjera je bila identificirati najčešće posjećene trgove i otkriti da li postoji povezanost između kvalitete njihovog uređenja i korištenja. Zatim je izvršena usporedba tri gradske sredine, Zagreba, Rijeke i Zadra, kako bi se istražilo postoje li razlike s obzirom da se radi o gradovima različitog podneblja i veličine. Krajnji cilj istraživanja bilo je prikupljanje stavova ispitanika o pozitivnim aspektima i nedostacima trenutnog uređenja gradskih trgova te prijedloga o njihovom mogućem unaprjeđenju, a koji bi mogli poslužiti kao smjernice prilikom planiranja i oblikovanja trgova i ostalih javnih prostora.

## METODE I RADNI POSTUPAK

Istraživanje je provedeno korištenjem anketne metode provedene kroz osobni razgovor s ispitanicima prosječnog trajanja oko 30 minuta. Anketni upitnik je sastavljen od tri osnovne grupe pitanja: općeg dijela o učestalosti i načinu korištenja otvorenih javnih prostora, grupe pitanja o korištenju i uređenju trgova<sup>2</sup> te grupe pitanja o osobnim podacima. Anketiranje je provedeno tijekom mjeseca ožujka i travnja 2007. godine.

Sudjelovalo je ukupno 150 ispitanika, po 30 ispitanika iz Rijeke i Zadra te 90 iz Zagreba. U istraživanju je sudjelovao jednak broj pripadnika muškog i

---

<sup>2</sup> U seminarskom radu „Stanovnici o otvorenim javnim gradskim površinama - korištenje i želje“ ova je grupa pitanja bila podijeljena u pet podgrupa koje su se odnosile na parkove, trgove, sportsko rekreacijske prostore, šetališta i stambeno zelenilo. Odgovori su obrađivani odvojeno prema tipu javne gradske površine.

ženskog spola. Najviše ispitivanih je starosti od 26-45 godina. Podjednak je broj samaca kao i onih u braku od čega nešto manje od 30% ima dijete. Većina ispitanika živi u višestambenim zgradama, osim u Zadru gdje podjednak broj živi u obiteljskim kućama. Većina ispitanika živi na širem gradskom području, dok je podjednak broj onih koji žive u užem centru grada i predgrađu.

S obzirom na relativno mali broj ispitanika, treba naglasiti da dobiveni podaci nisu statistički vjerodostojni, ali su usmjeravajući te mogu poslužiti u praktičnoj primjeni kao polazište u promišljanju oblikovanja trgova ili kao ishodište za provođenje nekog većeg sveobuhvatnijeg istraživanja o stanju otvorenih javnih prostora u hrvatskim gradovima.

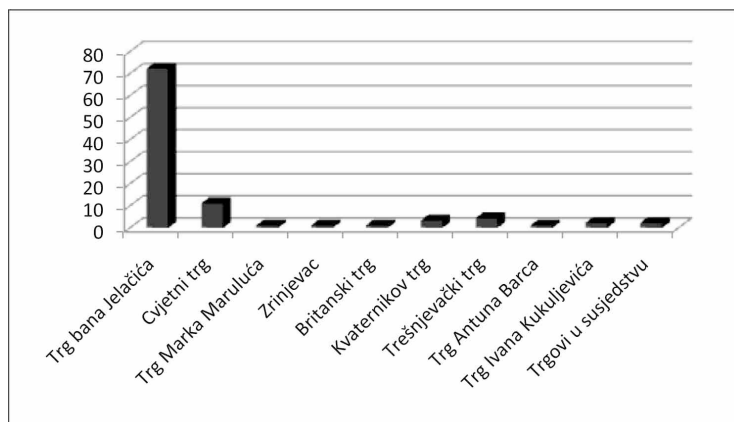
## INTERPRETACIJA REZULTATA I DISKUSIJA

### Identifikacija najčešće posjećenih trgova i njihov urbani smještaj

Obradom rezultata je ustanovljeno kako je u Zagrebu najposjećeniji Trg bana Jelačića (Graf 1). U velikoj mjeri se koristi i Cvjetni trg dok ostale trgove

**Graf 1. Najposjećeniji trgovi u Zagrebu<sup>3</sup>**

**Diagram 1. Most frequently visited public squares in Zagreb**

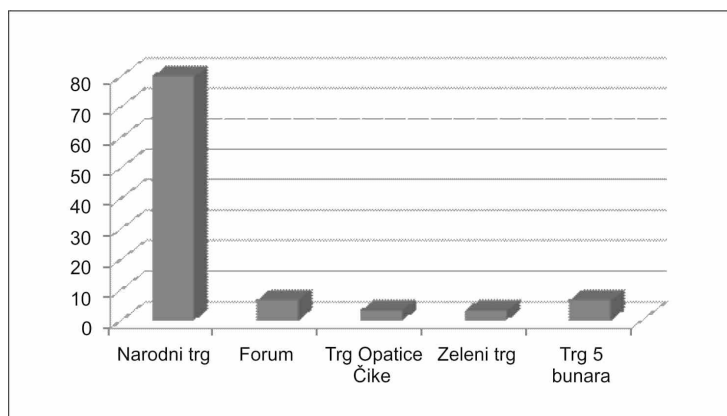


---

<sup>3</sup> Broj ispitanika na svim grafovima je izražen u %.

**Graf 2. Najposjećeniji trgovi u Zadru**

**Diagram 2. Most frequently visited public squares in Zadar**



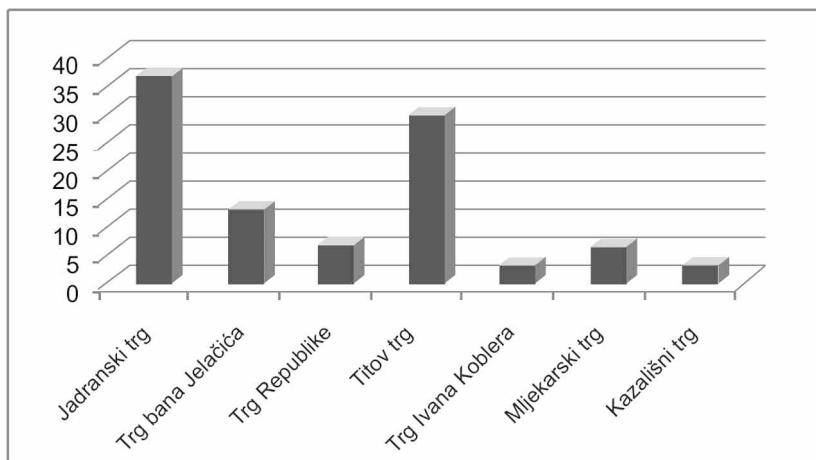
u centru, kao što su trgovi – perivoji Trg Marka Marulića i Zrinjevac te Britanski trg koristi mali broj ispitanika. Od trgova udaljenijih od centra grada, nešto se češće koriste Kvaternikov i Trešnjevački trg od ostalih trgova stambenih naselja.

Centar Rijeke čini šetalište Korzo uz koji se niže nekoliko trgova jednake važnosti (Jadranski trg, Trg bana Jelačića, Trg Republike), pa se tako niti jedan trg ne izdvaja po posjećenosti kao u druga dva grada (Graf 3). Najčešće se koristiadranski trg, nešto manje Trg bana Jelačića, dok se Trg Republike koristi u znatno manjoj mjeri. Od trgova izvan centra najčešće se posjećuje Titov trg. Trgovi u staroj gradskoj jezgri koji su nekoć činili centar grada, Trg Ivana Koblara i Mljekarski trg te nedavno uređeni Kazališni trg koriste se rijetko.



### Graf 3. Najposjećeniji trgovi u Rijeci

Diagram 3. Most frequently visited public squares in Rijeka



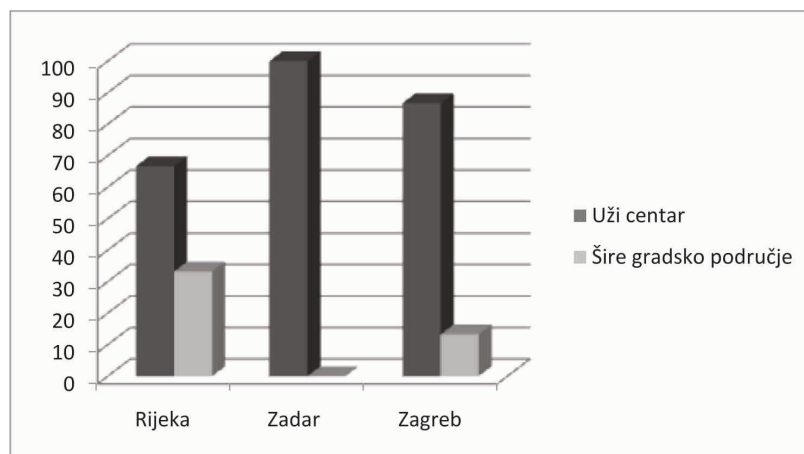
Iz daljnje obrade podataka proizlazi da se u sva tri grada najčešće posjećuju trgovi smješteni u gradskom centru, važna pješačka i prometna čvorišta. U Zagrebu je to Trg bana Jelačića, mjesto gdje se čeka i presjeda s tramvaja na tramvaj, radi, kupuje ili odmara u kafićima i restoranima okolnih ulica, dok se na samom prostoru trga rijetko duže boravi. Nasuprot tome, Cvjetni se trg koristi za raznovrsne aktivnosti, od kojih je prevladavajuća sjedenje na nekoj od mnogobrojnih terasa ili klupa. Jedan od razloga nezadržavanja na Trgu bana Jelačića, prema tome, može biti i nedostatak sadržaja te adekvatnog urbanog inventara koji bi okupirao pažnju prolaznika i omogućio njihov boravak u ugodnom ambijentu.

Najposjećeniji trg u Zadru, Narodni trg pozicioniran je na samom ulazu na poluotok, mjestu velikog protoka ljudi zbog čega ima ulogu poznatog zadarskog sastajališta na kojem su smješteni raznoliki društveni i kulturni sadržaji koji doprinose njegovom korištenju. Forum je nešto manje posjećen, mirniji trg uz Crkvu sv. Donata i arheološke iskopine zanimljive turistima i djeci koja se tu dolaze igrati. Trg 5 bunara je prostor prolaznog karaktera koji, budući da je dio povijesne jezgre, turisti posjećuju, ali kako prilikom uređenja nije predviđen boravak na njemu (nedostaje osnovne urbane opreme kao što su klupe), nema niti dužeg zadržavanja.

Jadranski trg u Rijeci, također predstavlja svojevrsni ulaz na Korzo, a u njegovoj neposrednoj blizini koncentrirano je mnoštvo raznih sadržaja (kino, pošta, autobusni terminal i sl.) što poticajno djeluje na okupljanje ljudi. Zanimljivo je da je Titov trg, smješten malo izvan centra, poznato okupljalište mladih koje se nakon uređenja koristi za organiziranje koncerata, sajмова i sličnih događanja. Na Trgu bana Jelačića nalazi se autobusno stajalište što je vjerojatno osnovni razlog značajnije posjećenosti ovog trga omeđenog prometnicama.

#### Graf 4. Urbani smještaj trgova

Diagram 4. Location of all public squares within the urban structure



Podjelom podataka u dvije kategorije: uži centar i šire gradsko područje, ustanovljeno je da su u svim gradovima najposjećeniji stari trgovi u središtu grada (Graf 4). Uži centar je definiran za svaki grad pojedinačno. U Zagrebu je to područje omeđeno Frankopanskom na zapadu, Draškovićevom na istoku, željezničkom prugom na jugu, a na sjeveru Gradecom i Kaptolom, u Zadru je to poluotok, a u Rijeci prostor uz Korzo.

Takvi rezultati ukazuju na nekoliko mogućih problema: 1. da nema dojmljivih novih trgova, osobito izvan centra; 2. da trgovi izvan centra nisu na zadovoljavajući način uređeni, što potvrđuju i druga slična istraživanja (Seferagić, 1993.; Svirčić, 2002. i dr.). S druge strane, oko 15% ispitanika iz

Zagreba posjećuje trgove u svom susjedstvu što pokazuje da se i ti prostori, kad ih ima, ipak koriste.

Zanimljivo je napomenuti da su pojedini ispitanici naveli kako su nekada, dok je bio u službi tržnice, koristili Kvaternikov trg, dok ga sada kada je uređen, a tržnica dislocirana više ne koriste. To navodi na propitivanje da li je Kvaternikov trg zadovoljavajuće uređen, u smislu dostupnosti, opremljenosti sadržajima te osobito stvaranja ugodnih ambijenata za boravak na otvorenom prostoru.

### Opremljenost, održavanost i sigurnost

Prilikom ispitivanja najčešćih specifičnih povoda posjećivanja trgova (Tablica 1.) ponuđene su ocjene u rasponu od 1 do 4, gdje je 1-nikad, 2-rijetko, 3-povremeno i 4-redovito. Ustanovljeno je da su najčešći povodi posjećivanja trgova održavanje sajмова, kulturna događanja te posjećivanje kulturnih ustanova, nešto rjeđe „shopping“, dok su političke manifestacije rijetko povod posjećivanja trgova.

Tablica 1. Najčešći specifični povodi posjećivanja trgova

Table 1. The ground motives for public squares usage

	GRAD	PROSJEČNA OCJENA	STD. DEVIJACIJA
KUPOVINA NAMIRNICA	RIJEKA	1,93	0,944
	ZADAR	1,33	0,752
	ZAGREB	1,78	0,893
	UKUPNO	1,72	0,891
KUPOVANJE	RIJEKA	2,67	0,661
	ZADAR	1,53	0,676
	ZAGREB	2,14	0,915
	UKUPNO	2,09	0,905
KULTURNE USTANOVE	RIJEKA	2,40	0,770
	ZADAR	2,43	0,673
	ZAGREB	2,20	0,807
	UKUPNO	2,26	0,787

Mirjana Miškić-Domislić i sur.: Stanovnici o trgovima kao javnim gradskim površinama – primjer Zagreba, Rijeke i Zadra

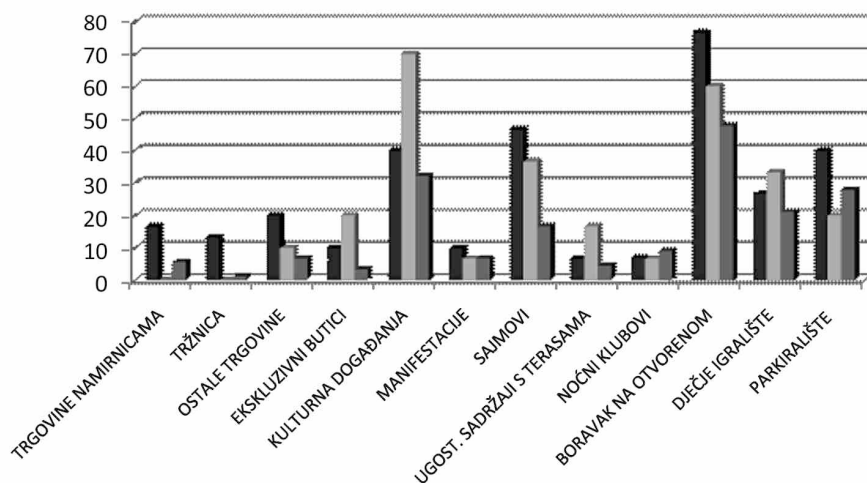
	GRAD	PROSJEČNA OCJENA	STD. DEVIJACIJA
KULTURNA DOGAĐANJA	RIJEKA	2,33	0,844
	ZADAR	2,53	0,676
	ZAGREB	2,23	0,805
	UKUPNO	2,29	0,794
SAJMOVI	RIJEKA	2,43	0,898
	ZADAR	2,07	0,733
	ZAGREB	2,40	0,954
	UKUPNO	2,35	0,923
SPORTSKE MANIFESTACIJE	RIJEKA	1,93	0,907
	ZADAR	1,37	0,712
	ZAGREB	1,54	0,749
	UKUPNO	1,55	0,767
POLITIČKE MANIFESTACIJE	RIJEKA	1,17	0,592
	ZADAR	1,10	0,303
	ZAGREB	1,20	0,500
	UKUPNO	1,18	0,482

Obradom rezultata je utvrđeno da na trgovima istraživanih gradova najviše nedostaje mogućnosti boravka na otvorenom te kulturnih događanja i sajmova (Graf 5), a znatan je broj i onih koji smatraju da nedostaje sadržaja za djecu te parkirališta.

Uspoređujući gradove, može se primijetiti da gotovo svih sadržaja znatno više nedostaje u Zadru i Rijeci nego u Zagrebu. Da nedostaje parkirališnih mjesta na trgovima, smatra značajan broj ispitanika iz Rijeke što ukazuje na nesređenu prometnu situaciju grada općenito. Pritom treba napomenuti da i ovo istraživanje pokazuje da se, bez obzira na manjak parkirališnih mjesta, ljudi uglavnom ne slažu s izgradnjom parkirališta i podzemnih garaža ukoliko se na taj način degradiraju estetske i ambijentalne kvalitete javnih prostora.

**Graf 5. Sadržaji kojih nedostaje**

**Diagram 5. The lacking facilities**



Pri ocjenjivanju opremljenosti, sigurnosti i održavanosti trgova (Tablica 2.) korištene su ocjene od 1 do 5, gdje je 1-vrlo loše, a 5-odlično. Najlošije je ocijenjena opremljenost, održavanost je ocijenjena dobro, a sigurnost vrlo dobro. Kao osvrt na ove rezultate, treba naglasiti da su svi navedeni trgovi smješteni u gradskim središtima, redovito održavanim i dobro osvijetljenim, gdje se u bilo koje doba dana zadržava mnogo ljudi zbog čega se vjerojatno korisnici ovih prostora osjećaju sigurno.

Od navedenih prijedloga za uređenje trgova (Graf 6.), najviše je onih koji smatraju da treba obogatiti urbanu opremu te da ih je potrebno ozeleniti što je naglašenije kod ispitanika iz Rijeke i Zagreba nego Zadra.

Da bi se uklanjanjem prometa poboljšao izgled trgova, smatra gotovo polovica ispitanika iz Rijeke i nezanemariv broj ispitanika iz Zagreba. Značajan broj ispitanika iz Zadra smatra da je potrebno obnoviti fasade. Od ostalih prijedloga za poboljšanje trgova treba istaknuti smanjenje terasa kafića.

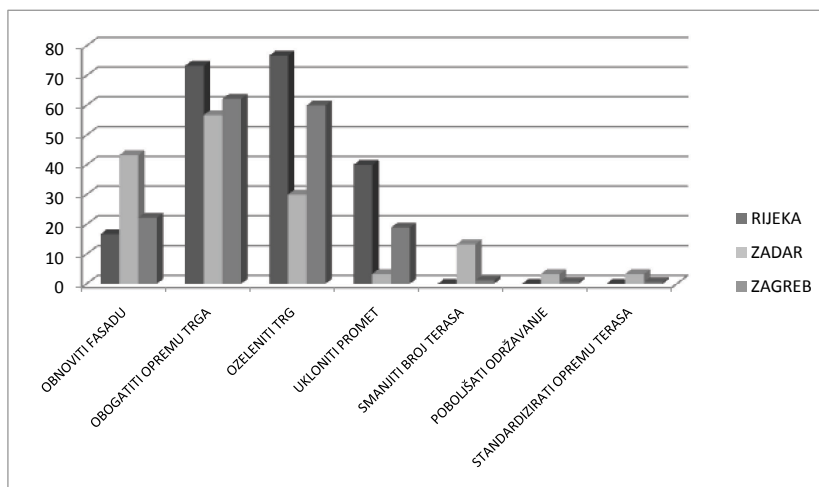
**Tablica 2. Opremljenost, održavanost i sigurnost**

**Table 2. Equipment, maintenance and security**

		PROSJEČNA Ocjena	STD. DEVIJACIJA
<b>OPREMLJENOST</b>	RIJEKA	2,77	0,898
	ZADAR	2,83	1,107
	ZAGREB	2,89	0,810
	UKUPNO	2,87	0,873
<b>ODRŽAVANOST</b>	RIJEKA	3,33	0,758
	ZADAR	3,70	0,830
	ZAGREB	3,32	0,881
	UKUPNO	3,39	0,873
<b>SIGURNOST</b>	RIJEKA	3,73	0,980
	ZADAR	4,33	0,914
	ZAGREB	3,68	0,966
	UKUPNO	3,79	0,987

**Graf 6. Prijedlozi za uređenje**

**Diagram 6. Suggestions for improving organization and design of public squares mentioned in the research**



Većina ispitanika iz Zadra stanuje u obiteljskoj kući s vrtom, dok prevladavajući broj ispitanika iz Zagreba i Rijeke živi u višestambenim zgradama što može biti jedan od razloga zašto ispitanici iz ova dva grada smatraju da trgove treba ozeleniti, dok ispitanici iz Zadra nisu tog mišljenja. Prijedlog da se izgled trgova unaprijedi uklanjanjem prometa najizraženiji je u Rijeci gdje je promet uvučen u samo središte grada, što svakako umanjuje ambijentalnu kvalitetu trgova koji su tamo smješteni, a predstavlja i nezanemarljivu barijeru pješačkom povezivanju Korza i rive. Relativno visok broj ispitanika iz Zadra smatra da bi trebalo urediti fasade, pri čemu treba uzeti u obzir da su svi trgovi navedeni u upitniku smješteni u obnovljenoj gradskoj jezgri, pa je moguće da je na percepciju ispitanika utjecao izgled fasada šireg gradskog područja.

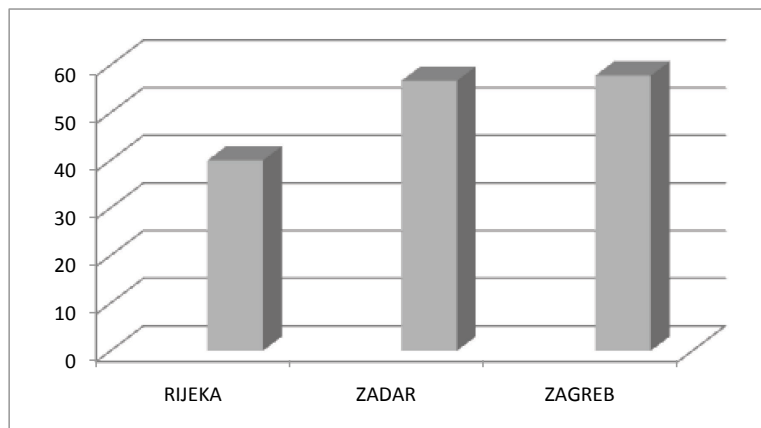
Iz svega navedenog se može zaključiti da ispitanici smatraju važnijim da su trgovi opremljeni sadržajima za odvijanje raznolikih događanja i aktivnosti te mogućnost ugodnog i sigurnog boravka, nego reprezentativnost prostora na čemu je često fokus prilikom njihovog uređenja. Do sličnih saznanja u sklopu svog višegodišnjeg istraživanja dolazi i Whyte (1980.) te zaključuje da je za korištenje otvorenih javnih prostora ključno već i samo postojanje struktura za sjedenje bez obzira radi li se o klupama, stepenicama ili podnožju rasvjetnog tijela. Slijedom toga, može se zaključiti da osnovu korištenja svakog javnog prostora, čini već samo njegovo postojanje i osnovno opremanje, budući da ljudi koriste ono što imaju i borave tamo gdje im je to omogućeno.

### **Trgovi kao dopuna stanovanju**

Sukladno poimanju trgova kao gradskog „dnevnog boravka“, ovim se istraživanjem nastojalo ustanoviti da li se trgovi predstavljaju „dopunu“ stanovanju. Oko polovice svih ispitanika smatra trgove važnom dopunom stanovanju (Graf 7), najmanje iz Rijeke iako ih većina živi u višestambenim zgradama, a najviše iz Zadra gdje velik dio ispitanika živi u obiteljskim kućama te potrebe za boravkom na otvorenom mogu do neke mjere zadovoljiti u svojim vrtovima.

**Graf 7. Trg kao važna dopuna stanovanju**

**Diagram 7. The role of public squares in increasing the quality of life in urban environment**



Pri istraživanju uloge trgova u povećanju kvalitete stanovanja, smatralo se važnim ustanoviti koliko su najčešće korišteni trgovi udaljeni od mjesta stanovanja (Graf 8). Kao referentna je uzeta pješačka udaljenost do 30 minuta hoda s tim da se, u ovom radu, udaljenost do 15 minuta hoda smatra poželjnom, 15-30 minuta prihvatljivom, a veća od 30 minuta neprihvatljivom<sup>4</sup>. U Zagrebu najviše ispitanika koristi trgove udaljene više od 30 minuta hoda, u Rijeci je podjednak broj i onih koji koriste trgove udaljene 15-30 minuta hoda, dok u Zadru podjednak broj ispitanika koristi trgove udaljene više od 30 minuta hoda i one udaljene do 15 minuta. Navedene razlike mogu, do neke mjere, biti posljedica različite veličine istraživanih gradova. Većina ispitanika iz Rijeke živi u širem centru grada, pa im je uži centar udaljen 15 do 30 minuta pješaćenja dok ih u Zadru većina živi u širem centru ili predgrađu, pa im do poluotoka treba 15 odnosno više od 30 minuta hoda.

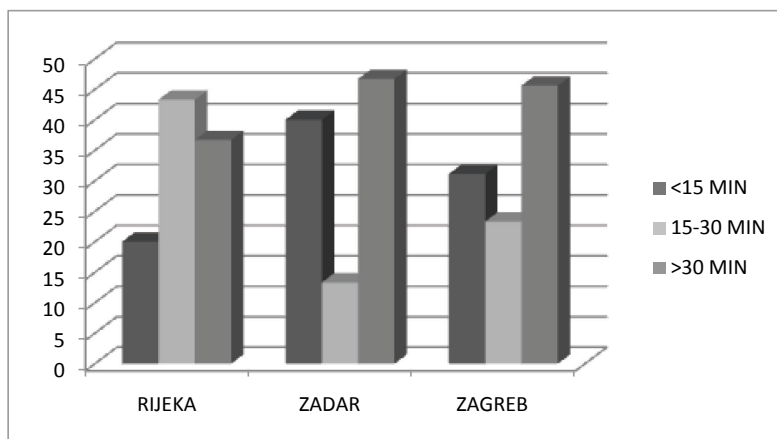
---

<sup>4</sup> Dosadašnjim istraživanjima je utvrđeno da će većina korisnika redovito koristiti samo otvorene prostore koji se nalaze u neposrednoj blizini mjesta stanovanja, na udaljenosti do 5 minuta hoda (Giles-Corti i sur., 2005.; Kaplan i Kaplan, 1989., Comedia / Demos, 1995.; Godbey et al., 1992. u Ward Thompson, 2002.). S obzirom na postojeću situaciju u Hrvatskoj, smatralo se da bi se, budući da se daje važnost trgu kao centru pojedine gradske četvrti na kojem postoje mnogi zanimljivi društveni i kulturni sadržaji, trgovi redovito koristili i da se nalaze na udaljenosti do 15 minuta hoda.



**Graf 8. Udaljenost trgova od mjesta stanovanja**

**Diagram 8. The distance of public squares from the place of residence**



Iz svega navedenog je primjetno da za veliki broj ispitanika trgovi ipak ne predstavljaju važnu dopunu stanovanju. S obzirom da se većina posjećenih trgova nalazi na udaljenosti većoj od 30 minuta hoda, jedan od mogućih razloga može biti i to da veliki broj ispitanika niti nema takvih prostora u blizini mjesta stanovanja. Činjenica da se najposjećeniji trgovi nalaze u centru grada može biti odrazom općenitog nedostatka pojedinih sadržaja izvan centra. S obzirom da javni prostori, potičući društvene aktivnosti te otvarajući mogućnosti za ostvarenje novih društvenih kontakata, mogu potaknuti bolje raspoloženje kod njihovih korisnika te utjecati na povećanje zadovoljstva ljudi svojim životnim prostorom (Garcia-Ramon, Ortiz, Prats, 2004.; Cattell i sur., 2007.), njihovo planiranje i uređenje predstavlja nešto više od načina uljepšavanja grada te čini jednu od osnovnih pretpostavki za podizanje standarda života i unapređenja razvoja čitavog društva.

**Trg u prepoznatljivosti grada**

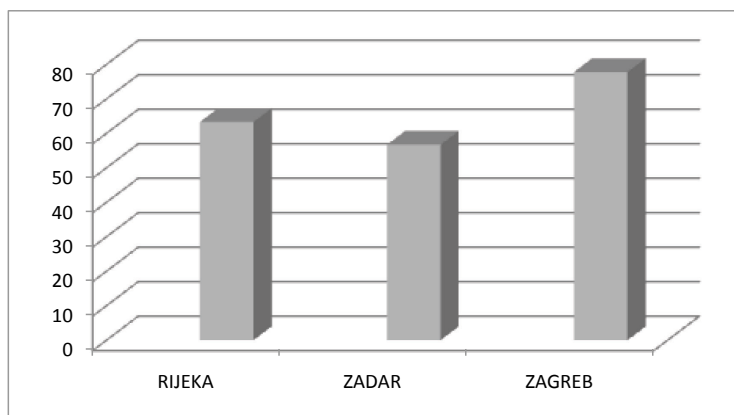
Kako uređenje trgova usmjerava njihovo korištenje, a sve zajedno utječe na njihovu percepciju, ovim se istraživanjem nastojalo ustanoviti da li i u kojoj

mjeri trgovi predstavljaju prepoznatljive gradske elemente. Zadatak ispitanika bio je navesti sve građevine i otvorene javne prostore koje smatraju prepoznatljivim za njihov grad. Iz odgovora je utvrđeno da preko polovice ispitanika smatra pojedine trgove prepoznatljivim (Graf 9). U Zagrebu je većina ispitanika izdvojila Trg bana Jelačića, Cvjetni trg, Trg kralja Tomislava i ostale trgove - perivoje „Zelene potkove“ kao prepoznatljive urbane elemente, u Rijeci šetalište Korzo s pripadajućim trgovima, a u Zadru rimski Forum te cijeli zadarski poluotok.

Najviše ispitanika iz Zagreba smatra pojedine trgove prepoznatljivim za grad, dok je u Zadru najmanje ispitanika tog mišljenja. S druge strane, veliki broj ispitanika iz Zadra smatra rivu simbolom grada. Na takve je rezultate zasigurno, u određenoj mjeri, utjecala razlika u podneblju, budući da gradovi na moru uglavnom gravitiraju obali. Zadarska riva je također nedavno uspješno uređena te je vrlo brzo postala simbol Zadra, nešto čime se građani ponose.

#### Graf 9. Važnost trgova za identitet grada

Diagram 9. The role of public squares in urban identity



I u ovom se slučaju, svi navedeni trgovi nalaze u gradskom središtu. S obzirom da na prepoznatljivost prostora, osim samog izgleda, utječe i odvijanje raznih događanja, manifestacija, sajмова i festivala čini se da se briga oko uređenja grada kao i organizacija raznih događanja odvija gotovo isključivo u

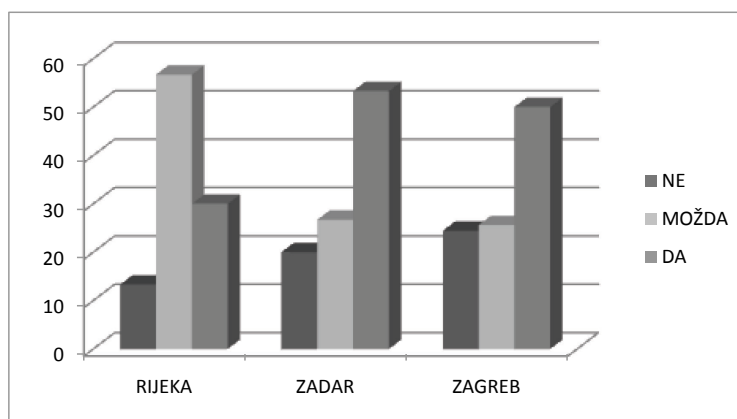
gradskom središtu, koji onda posljedično definiraju njegov identitet dok šire gradsko područje, u tom smislu, ostaje neprepoznatljivo.

### Participacija javnosti

Na pitanje o zainteresiranosti ispitanika za sudjelovanjem u raspravama o uređenju javnih prostora ponuđeni su odgovori: da, ne i možda. Utvrđeno je da oko polovice ispitanika u Zagrebu i Zadru, te oko trećina ispitanika u Rijeci želi sudjelovati u odlučivanju o uređenju javnih gradskih prostora, više od polovice ispitanika iz Rijeke bi možda željelo sudjelovati u takvim aktivnostima, dok je nezanemariv broj onih koji ne žele sudjelovati u javnim raspravama, najmanje u Rijeci, a najviše u Zagrebu (Graf 10).

**Graf 10. Zainteresiranost za sudjelovanjem u javnim raspravama**

**Diagram 10. Public interest for participation in the open space planning and design**



Razlozi relativno velikog broja onih koji ne žele sudjelovati u odlučivanju o uređenju javnih gradskih prostora mogu biti različiti, no u tijeku ovog istraživanja, a i iz dosadašnjih iskustava, nametnuo se opće rašireni stav da se ionako ne može utjecati na odluke političkih i ekonomskih aktera. Analizirajući realizacije projekata u zadnjih dvadesetak godina može se primijetiti da je u procesu planiranja gradova zaista nedostajalo sudjelovanja javnosti te da, u tom smislu, vlada prilično obeshrabrujuća atmosfera (Bežovan i Zrinščak, 2007. u

Svirčić Gotovac i Zlatar, 2008.). S obzirom na sve rašireniji problem različitih oblika devastacije i privatizacije javnih prostora koji su dijelom posljedica sve zastupljenijeg oblika planiranja i izgradnje prostora kroz tzv. javno - privatno partnerstvo, od iznimne je važnosti da se radi obrane javnih interesa uključi i civilni sektor u proces donošenja odluka o njihovom uređenju.

## ZAKLJUČAK

Rezultati istraživanja mogu se sažeti u sljedeće zaključke:

- najčešće se koriste stari trgovi u središtu grada;
- čak i najposjećenijim trgovima nedostaje dodatnih društveno-kulturnih sadržaja i adekvatnog urbanog inventara koji bi omogućio zanimljiv, ugodan i siguran boravak na otvorenom prostoru;
- većina korištenih trgova se nalaze na udaljenosti većoj od 30 minuta pješaćenja od mjesta stanovanja, pa se uglavnom ne koriste u svakodnevnom životu;
- samo se središnji gradski trgovi smatraju gradskim orijentirima.

Ustanovljeno je da nema značajnijih razlika u broju i kvaliteti uređenja trgova između istraživanih gradova. Pojedine manje razlike temelje se ponajprije na veličini i važnosti gradova, u prvom redu Zagreba kao glavnog grada, specifičnostima podneblja i gradske strukture te na razlikama u ispitivanom uzorku.

Istražujući povezanost između korištenja i uređenja trgova, može se zaključiti da su neki od odlučujućih faktora korištenja trgova, njihova sadržajna opremljenost (društvena i kulturna događanja, obilazak trgovina, i sl.) i ambijentalna kvaliteta prostora odnosno svi oni elementi koji ga čine ugodnim za boravak (intimni karakter, izoliranost od buke i prometa, zaštita od sunca ili vjetra i sl.). Te su se karakteristike također pokazale ključnom razlikom između trgova na kojima se ljudi zadržavaju i onih kroz koje se samo prolazi.

Iz navedenog se može zaključiti da uređenje trgova zahtijeva ne samo zadovoljenje estetskih kriterija, nego i ostvarivanje programske cjelovitosti kako bi se svim potencijalnim korisnicima kroz planiranje sadržaja i aktivnosti omogućio pronalazak vlastitih interesa. Pri tome se, kao jedan od bitnih

čimbenika za postizanje ovih ciljeva nameće potreba uključivanja javnosti u procese planiranja i uređenja javnih prostora grada.

## LITERATURA

1. Beroš, A. D. (2010): Hod po rubu – NYC High line. *Oris*, 12(62): 100-111.
2. Boyer, M. C. (1994): *The city of collective memory*. Cambridge: The MIT Press.
3. Burdett, R. (2006): Postoji dinamički odnos između fizičke i političke strukture grada. *Oris*, 8(42): 2-25.
4. Cattell, V.,; Dines, N.; Gesler, W.; Curtis, S. (2007): Mingling, observing, and lingering: Everyday public spaces. *Health & Place*, 14: 544-561.
5. Cooper Marcus, C.; Francis, C. (1998): *People places: Design guidelines for urban open space*. New York: John Wiley & sons Inc.
6. Cybriwsky, R. (1999): Changing patterns of urban public space - Observations and assessments from the Tokyo and New York metropolitan areas. *Cities*, 16(4): 223-231.
7. Čaldarović, O. (1989): *Društvena dioba prostora*. Zagreb: Sociološko društvo Hrvatske.
8. Čaldarović, O. (2007): Javni i privatni interes u urbanoj obnovi. *Oris*, 9(43): 74-78.
9. Čaldarović, O., Šarinić, J. (2008): First signs of gentrification? Urban regeneration in the transitional society: the case of Croatia. *Sociologija i prostor*, 46(181-182/3-4): 369-381.
10. Čaldarović, O.; Šarinić, J. (2008a): Suvremena komunikacijska tehnologija i urbana sredina - prostor, mjesta, vrijeme. *Socijalna ekologija*, XVII(4): 331-343.
11. Finci, O. (2008): *Dizajn sistema urbanog mobilijara i vizualnih komunikacija*. Sarajevo: Asocijacija arhitekata Sarajeva i Buybook.
12. Garcia-Ramon, M. D.; Ortiz, A.; Prats, M. (2004): Urban planning, gender and the use of public space in a peripheral neighbourhood of Barcelona. *Cities*, 21(3): 215-223.
13. Gec, B.; Kirin, D.; Kljenak, M.; Miškić-Domislić, M.; Pereković, P. (2007): *Stanovnici o otvorenim javnim gradskim površinama - korištenje i želje*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Seminarska naloga.

14. Giles-Corti, B.; Broomhall, M. H.; Knuiaman, M.; Collins, C.; Douglas, K.; Ng, K.; Lange, A.; Donovan, R. J. (2005): Increasing Walking - How Important Is Distance To, Attractiveness, and Size of Public Open Space?. *American Journal of Preventive Medicine*, 28(2S2): 169-176.
15. Halprin, L. (1974): *Gradovi*. Beograd: Građevinska knjiga.
16. Horvat, S. (2007): *Znakovi postmodernog grada*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
17. Hrzić, M. (1995): Varijabilnost doživljaja prostora. *Prostor*, 3(2/19): 275-284.
18. Kritovac, F. (1995): Pristupi uređenju i opremanju pješačkih prostora u Zagrebu. *Prostor*, 3(1/9): 163-178.
19. Krajnik, D.; Obad Šćitaroci, M.; Šmit, K. (2008): Preobrazba gradskih utvrda u javne prostore urbane društvenosti. *Društvena istraživanja*, 18(3/95): 463-482.
20. Križevac, F. (2006): Uz Cvjetni trg u Zagrebu. *Sociologija sela*, 44(4/174): 525-534.
21. Jacob, M.; Hellström, T. (2010): Public-space planning in four Nordic cities: Symbolic values in tension. *Geoforum*, 41: 657-665.
22. Lawson, B. (2001): *The language of space*. Oxford: Architectural Press.
23. Lynch, K. (1974): *Slika jednog grada*. Beograd: Građevinska knjiga.
24. Maksimović, B. (1980): *Urbanizam: Teorija prostornog planiranja i uređenja naselja*. Beograd: Naučna knjiga.
25. Marinović-Uzelac, A. (1978): *Socijalni prostor grada*. Zagreb: SNL.
26. Mlinar, I. (2009): Zagrebačka stambena naselja nakon 2000. godine: Natječaj i realizacije. *Prostor*, Vol. 17(2009.), No. 1(37):158-169, Zagreb.
27. Mirković, B. (1983): *Osnovi urbanizma I*. Beograd: Građevinska knjiga.
28. Moughtin, C. 2003(1992): *Urban design: Street and square*. Oxford: Architectural Press.
29. Pegan, S. (2007): *Urbanizam: Uvod u detaljno urbanističko planiranje*. Zagreb: Arhitektonski fakultet, Sveučilište u Zagrebu.
30. Pereković, P.; Aničić, B.; Hrdalo, I.; Rechner, I.; Andlar, G. (2007): Percepcija osnovnih karakteristika otvorenih prostora u stambenim naseljima – Primjer grada Zagreba i Velike Gorice. *Društvena istraživanja*, 16(6/92): 1103-1124.
31. Platforma 9,81, ur. Blažević, D. (2004): *Superprivate*. Zagreb: AGM - Zagrebački holding d.o.o, Platforma 9,81.

32. Podnar, I. (2009): Zagrebački trgovi kao urbani identitetski sustavi. *Prostor*, 17(2/38): 358-371.
33. Seferagić, D. (1993): Kvaliteta svakodnevnog življenja u prostoru. *Prostor*, 1(2-4): 223-234.
34. Seferagić, D. (2007): Akteri društvenih promjena u urbanom prostoru Hrvatske. *Sociologija i prostor*, 45(177-178/3-4): 361-376.
35. Sitte, C. (1967): *Umetničko oblikovanje gradova*. Beograd: Građevinska knjiga.
36. Stiperski, Z. (1997): Mjesta u Zagrebu - sinonimi za ugodu i neugodu. *Prostor*, 5(2/14): 307-320.
37. Svirčić, A. (2002): Javni prostori u Zagrebu. *Sociologija sela*, 40(1-2/155-156): 117-135.
38. Svirčić Gotovac, A.; Zlatac, J. (2008): Akteri rekonstrukcije Cvjetnoga trga u Zagrebu. *Sociologija i prostor*, 46(179/1): 53-76.
39. Šverko, I. (1997): Trg na rubu povijesne jezgre - granice povijesnog središta. *Prostor*, 5(2/14): 295-306.
40. Van Melik, R.; Van Aalst, I.; Van Weesep, J. (2009): The private sector and public space in Dutch city centres. *Cities*, 26: 202-209.
41. Vukić, F. (2007): O „vilama“, (sub)urbanosti i zajedničkom stanovanju. *Oris*, 9(45): 118-125.
42. Vukić, F.; Paškvan, B. (2009): Identitetska mapa i urbana komunikacija - Prilog teorijskom promišljanju zatečenog identiteta i metodologijskom temeljenju projektiranog identiteta. *Acta turistica nova*, 3(1).
43. Ward Thompson, C. (2002): Urban open space in the 21st century. *Landscape and Urban planning*, 60: 59-72.
44. Whyte, W. H. (2001): *The social life of small urban spaces*. New York: Project for Public Spaces Inc.

**Adresa autora – Author's addresses:**

Mirjana Miškić-Domislić, mag. prosp.arch.  
e-mail: mdomislic@gmail.com  
Planinska 3a, 10000 Zagreb, Hrvatska.

**Primljeno – Received:**

25.06.2013.

Dr.sc. Petra Pereković, mag.prosp.arch.  
Prof.dr.sc. Branka Aničić  
Zavod za ukrasno bilje, krajobraznu arhitekturu i vrtnu umjetnost,  
Agronomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu,  
Svetošimunska 25, 10000 Zagreb, Hrvatska.