

# Medijatzacija rurbanog Zagreba: slučaj trgovačkog centra "Meridijana 16"

---

Pilić, Janja

Master's thesis / Diplomski rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:546025>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-13**



Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FAKULTET POLITIČKIH ZNANOSTI  
DIPLOMSKI STUDIJ NOVINARSTVA

**Janja Pilić**

# Medijalizacija ruralnog Zagreba: slučaj trgovačkog centra 'Meridijana 16'

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2017.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FAKULTET POLITIČKIH ZNANOSTI  
DIPLOMSKI STUDIJ NOVINARSTVA

# Medijalizacija rurbanog Zagreba: slučaj trgovačkog centra 'Meridijana 16'

DIPLOMSKI RAD

**Mentor:** doc.dr.sc. Zlatan Krajina

**Studentica:** Janja Pilić

Izjavljujem da sam diplomski rad *Medijalizacija ruralnog Zagreba: slučaj trgovačkog centra 'Meridijana 16'*, koji sam predala na ocjenu mentoru doc.dr.soc. Zlatanu Krajini, napisala samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekla ECTS bodove. Nadalje, izjavljujem da sam i radu poštivala etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16. – 19. Etičkoga kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

Janja Pilić

# SADRŽAJ

1. UVOD .....	5
2. METODOLOGIJA .....	8
3. TEORIJSKI OKVIR .....	13
4. TRGOVAČKI CENTAR MERIDIJAN 16.....	16
4.1. ESTETIKA TRGOVAČKOG CENTRA U RURBANOM NASELJU .....	16
4.2. URBANIZAM „NIČEGA“ .....	17
4.3. DRUŠTVENA PRENAMJENA KROZ REGENERACIJU.....	18
5. PRIJEVOZ .....	20
5.1.MOBILNOST INFORMACIJA.....	21
5.2.TRAMVAJSKA MREŽA .....	22
5.3.AUTOBUSNA MREŽA .....	22
5.4. AUTOMOBILIZACIJA.....	24
5.5. SPEKTAKL MODERNIZACIJE .....	25
5.6. NARATIV NAPRETKA.....	27
6. PODRUČJA RAZONODE .....	29
6.1. REGULACIJA NOĆNOG ŽIVOTA .....	29
6.2. RURBANA PRIRODA I DRUŠTVO.....	31
6.3. KOCKANJE: INKLUZIVNOST POTROŠNJE.....	31
6.4. RELIGIJSKA ZAJEDNICA .....	32
6.5. KULTURNO-UMJETNIČKO DRUŠTVO .....	32
6.6. KOMODIFIKCIJA DOMAĆINSTVA .....	33
7. PODUZETNIŠTVO .....	35
7.1. TRGOVAČKI CENTAR .....	36
7.2. MALO PODUZETNIŠTVO .....	38
8. ZAKLJUČAK .....	41
9. LITERATURA.....	43

## 1. UVOD

Prije nekoliko godina bila sam u noćnom izlasku s prijateljicom. Kao i inače, prišla nam je grupa muškaraca i započeli su razgovor pitanjem: „Iz kojeg ste kvarta?“. Oni su bili iz Dubrave, a prijateljica s Peščenice. Kad sam ja otkrila kako sam iz Gračana, doimali su se jednako iznenađeno mojim odgovorom kao ja njihovom reakcijom: „Iz Gračana!? To nije kvart! Kad si ti zadnji put vidjela Cigana u svom busu? Ako ikada...“ Nastavili su se smijati, dok sam ja ostala zamišljena jer su bili su u pravu. „Drugi“, tj. drugačiji nisu se vozili na mojoj autobusnoj liniji. U autobusu nikad nisam vidjela stranca, a i drugih vidljivih kulturnih konflikata u Gračanima nije bilo. Izgled i stanovnici naselja bili su poprilično homogeni, anti-urbani.

Opis je to koji odgovara definiciji predgrađa kao modela domaćinstva Rogera Silverstonea. On upozorava kako ta „čistoća“ predgrađa rezultira isključenjem iz urbanog života svih oblika „drugih“ povezanih s gradskim životom, a koji su prijete „onečišćenjem“ ideala predgrađa. (Silverstone, 1997, u Morley, 2000:129) Ipak, onečišćenje sam nekoliko godina kasnije vidjela ne u obliku osobe već prostora: trgovačkog centra Meridijan 16. U naselju podno Parka prirode, ovaj primjer moderne arhitekture onečišćavao je zeleni, rascvjetani krajolik koji je činio moju brišuću panoramu pri svakodnevnom putovanju od kuće do centra grada i natrag. Proučavanjem medijskih i urbanih studija, uvidjela sam kako je njegova gradnja dio urbanizacije i medijatzacije naselja karakteristično za procese gentrifikacije i sukcesije. Ti procesi uključuju mijenjanje društvenog tkiva kroz promjenu infrastrukture. Ipak, u prostoru u kojem obitavam nisam mogla odrediti početak niti predvidjeti kraj tih procesa, kao niti odrediti polja i granice urbanog i ruralnog. U prostoru, kojem dotad nisam pridavala mnogo značenja, pronalazila sam ih bezbroj. Nestabilnost moje pozicije proizlazila je iz neodređenosti područja na kojem živim, a koje, kao neizostavan dio mog svakodnevnog života, oblikuje i moj identitet. Osviještena izgradnjom trgovačkog centra Meridijan 16, putem ovog rada želim istraživanjem odgovoriti na pitanje koji je zapravo identitet naselja Gračani i je li ga moguće svesti na jedno svojstvo? U prostoru višerazinskih transformacija, globalnih i lokalnih, individui, odnosno građaninu, lakše je ograničiti se na generalizacije uslijed gubljenja u specifičnostima. Ovakvo pitanje važno je postaviti kako bi se razjasnila i osvijestila pozicija stanovnika ili prolaznika takvim prostorom materijalnog i simboličnog tranzita, kako bi ostao otvoren različitim perspektivama i iskustvima grada i prostora kroz stvaranje i oblikovanje vlastite prostorne i građanske prakse.

Metodologija mojeg istraživanja temelji se na prostornoj analizi Henrija Lefebvrea kroz praktičan trijadni model spoznaje-prakse-iskustva (Millington, 2011:7). Podaci za analizu sakupljeni su etnografskim pristupom, u kombinaciji dubinskih intervjua, opažanja sudjelovanjem, vođenja dnevnika i povijesno-društvene kontekstualizacije.

Nakon određivanja metodologije kojom ću se koristiti, definirala sam teorije koje nadalje služe kao temelj analize prikupljenih podataka. Istraživanju pristupam na način koji predlaže David Morley: udaljavanjem od medijski-centrične paradigme, kojim se proširuje okvir medijskih istraživanja i definiciju komunikacije (Morley, 2011). Proces medijalizacije, kakvim ga opisuju Goran Bolin Knut Lundby i Sonia Livingstone ključan je za shvaćanje etnografije trgovačkih centara. Nick Couldry preporuča proučavane prakse promatrati kroz kategorizaciju koju su stvorili sami stanovnici (Brauchler i Postill, 2010). Iz toga proizlazi interpretacija rezultata koja je podijeljena na različite društvene sfere što tvore točke medijalizacije i u kojima se ogleda transformacija društvenih praksa i vrijednosti. Osim toga, društvenu moć i odnose unutar društvene mreže detektiram i proučavam primjenom teorije Manuela Castellsa o umreženom društvu (Castells, 2009).

Istraživanje se dijeli na poglavlja o trgovačkom centru Meridijan 16, prijevoznoj mreži, područjima razonode te lokalnom poduzetništvu. Svako pojedinačno poglavlje započinje s uvodom. U njemu je predstavljena određena teorija koja se bavi specifičnom problematikom poglavlja. Analizu započinjem predstavljanjem Meridijana 16, a u odnosu na ostale centre proizvodnje, kako dobara tako i značenja. U tom pogledu, Meridijan 16 predstavlja napredak u odnosu na grad Zagreb, ali i potencijalnu prijetnju lokalnom stanovništvu i njihovim uvjetima života. Nadalje, proučavam kako prijevoz utječe na odnose i veze u društvu te posljedično u Gračanima. Usprkos jačanju prijevozne mreže, uz nastojanja i strategije da se na tome nastavi raditi, gradske institucije još uvijek marginaliziraju područje Gračana. Nakon poglavlja o mobilnosti, zaustavljam se na točkama razonode, proučavanja aktivnosti slobodnog vremena, u međuodnosu s urbanim i ruralnim tekovinama naselja te Meridijana 16. Lokalno stanovništvo slobodno vrijeme provodi u skladu s tradicionalnim običajima, dok modernizacija ne mijenja već učvršćuje društvene veze i odnose. Zaključno, analiza se fokusira na poduzetništvo kao platformu društvene promjene ili stagnacije, facilitirane izgradnjom trgovačkog centra u naselju. U procesu komercijalizacije Gračana, veliku ulogu igraju familijarizacija i komodifikacija.

Teza rada jest da ne postoji fiksni identitet naselja oko kojeg se stanovnici mogu oblikovati i usidriti već je u neprestanoj transformaciji, kroz procese medijalizacije, ostavljajući stanovnike tako u poziciji u kojoj su primorani vječito iznova pregovarati svoje mjesto u prostoru, odnosno društvu. U narednim poglavljima detaljnije će se objasniti teorije i tvrdnje iznesene u uvodu te, temeljem njih, razraditi teza i donijeti zaključak.



## 2. METODOLOGIJA

Kako se mijenja odnos između centra i periferije diljem urbanih, regionalnih i globalnih prostora? Kako je ta promjena medijalizirana? Ista pitanja pita se kroz svoj rad Henri Lefebvre. Lefebvre koristi promatranje i analizu društveno-prostornih i ideoloških tranzicija kako bi, uslijed prijelaznog perioda mutacija, detektirao na koji način se, planetarizacijom urbanog, stvara globalna gradska mreža. Trgovački centar Meridijan 16, koji se nalazi se na periferiji grada, predmet je proučavanja odnosa između njegove okoline i centra, urbanog i ruralnog te regionalnog i globalnog prostora kroz medijalizaciju. Taj prostor nazvan je zato rurbanim, što ga označava kao prostor vremenske, prostorne, društvene i ideološke tranzicije, prijelaza i mutacija. Medijalizacija tog društvenog, odnosno ideološkog prostora podrazumijeva njegovo uključanje u određenu društvenu, odnosno informacijsku mrežu, to jest mreže različite snage povezanosti i dometa. Utoliko je Lefebvre-ov pristup analizi grada i medija odgovarajući temi i problematici kojom se bavi u ovom radu. (Lefebvre, 2014:205)

Lefebvre predlaže korištenje konceptualne trijade u pristupu analizi prezentacija i praksa koje proizvode prostor. Svaki dio trijade u dijalektičkom je odnosu s ostalima. Prvi dio trijade su prostorne prakse, koje uključuju produkciju i reprodukciju, kao i pojedine lokacije i prostorne grupacije karakteristične za svaku društvenu formaciju. Prostorne prakse osiguravaju kontinuitet i, do nekog stupnja, koheziju, koja, po pitanju društvenog prostora i odnosa svakog člana određenog društva prema njemu, implicira jamačan nivo sposobnosti i određen nivo izvedbe. Drugi dio trijade su reprezentacije prostora, koje su poveznice s odnosima produkcije i 'redom' kojeg ti odnosi nameću, dakle i sa znanjem, znakovima kodovima i 'prednjim' odnosima. Treći dio su prostori reprezentacije, koji objedinjuju složene simbolizme, ponekad kodirane, povezane s manje vidljivom stranom društvenog života, ali i umjetnošću. (Lefebvre, 1991:41)

Lefebvre ispituje i kako se, ako uopće, ostvaruje pravo na grad. Taj pojam definira kao pravo onih što naseljavaju, odnosno obitavaju u urbanom prostoru, na središnju ulogu u promjeni grada kao prvog preduvjeta promjene širih uvjeta življenja. Pravo na grad podrazumijeva političko djelovanje kroz (re)aproprijaciju i samoorganizaciju, tj. konsolidaciju i upotrebu kolektivnog kapaciteta za društveno-prostorne organizacije. Iako je „pravo na grad“ jedan od njegovih najpoznatijih fraza, Lefebvre u svom kasnijem radu sumnja u mogućnost njegova punog ostvarenja. Smatra kako je presječna veza između građanina i stanovnika, koji je u

modernom gradu u vječnom pokretu. U tome vidi uzrok raznim vrstama deteritorijalizacije: kapitala, migracije, informacija i komunikacijskih tehnologija. Posljedica toga je, po Lefebvre-u, uznemiravanje naslijeđenih oblika političkog osnaživanja što revolucionarni koncept građanstva, a time i pravo na grad, za čije ostvarivanje je nužno kolektivno političko djelovanje, čini neodrživim. U ovom istraživanju ispitat će se je li to zaista tako na primjeru naselja Gračani, uzevši u obzir Lefebvre-ovu tvrdnju kako je urbano stanje planetarno, a geografije političkog radikalno preuređene. Analiza je zato raspoređena kroz različite društveno-prostorne geografije detektirane u istraživanju, počevši od ispitivanja odnosa i pozicije specifične točke urbanosti, konkretno trgovačkog centra Meridijan 16, u globalnom, svjetskom gradu. Ostale proučavane geografije su prijevozna mreža, obrazovno-odgojna mreža, domaćinstvo, park prirode, religijska zajednica, aktivnosti u slobodno vrijeme. U svakoj od njih pozornost se obraća na odnos društvenog i prostornog, kako bi se otkrilo koliko i kako se ta polja iznutra, ali i međusobno politički i ideološki poklapaju, odnosno razdvajaju. Na taj način, dolazi se do zaključka o tome kolika je razina deteritorijalizacije te, posljedično, njen utjecaj na mogućnost ostvarivanja prava na grad u Gračanima. (Lefebvre, 2014:205)

Prije početka analize, na umu imam kako Lefebvre ne nalazi pozitivan i optimističan ishod svojih istraživanja. Planirane urbane intervencije vidi kao destruktivne za društvenu i prostornu materiju koju se raspada kao posljedica neučinkovitih strategija državnog i institucionalnog upravljanja. Lefebvre uzrok za to vidi u rastezanju, odnosno diferencijaciji kapitalizma kao jednog od najvećih trendova i prijetnji 3. milenija (Wachsmuth i Brenner, 2014:200.). Analizi pristupam sa svijesti o ideološkom stavu i vrijednosnom sudu koji proizlazi iz njegova rada te načinima na koji bi mogli utjecati na moje vlastito istraživanje. Osobitu pozornost posvetila sam zato kritičkom osvrtu na taj aspekt urbanizacije, kako bi došla do što subjektivnijih zaključaka u vlastitom istraživanju. Osim toga, pažnju pri istraživanju posvetila sam i potrazi za ostalim elementima urbanizacije koji su mogli utjecati na medijalizaciju rurbanog Zagreba, odnosno naselja Gračani, u slučaju trgovačkog centra Meridijan 16. U korist što potpunije analize, istraživanju pristupam multidisciplinarno, kroz različite metode prikupljanja i obrade podataka.

Istražujem etnografskim pristupom kako je na svakidašnji život građana Gračana utjecala izgradnja shopping centra Meridijan 16. Sakupljeni podaci sadrže informacije o znakovima i porukama koje cirkuliraju prostorom te organizaciji i poziciji centra, a u odnosu na ljude koji žive u blizini (u Gračanima, odnosno u Zagrebu), to jest, u odnosu na njihovu organizaciju i

poziciju. Ti podatci čine temelj moje kritičke analize koja ukazuje na vrijednosti i prakse koje konstruiraju život Gračana i grada Zagreba. Cilj istraživanja je dati što bogatiji opis društva u tranziciji s ruralnog na urbano kroz promatranje ovog specifičnog fenomena medijacije shopping centra kao urbane tekovine u ruralnom području. Teza rada je da Meridijan 16 djeluje kao urbana mreža u kojoj se sijeku i transformiraju vrijednosti različitih društvenih ideologija u Zagrebu kroz djelovanje, pregovaranje i prakse njihovih aktera.

Istražujem društveni kontekst područja Gračana i njegovih stanovnika, tako što se najprije osvrćem na razvoj grada i naselja, njihov odnos te kretanja i uloge njihovih stanovnika povijesnim pregledom i tako uspoređujem razlike i sličnosti ruralnog i urbanog. Istraživanje se dotiče i suvremenih medijskih sadržaja, interpretacijom videa te medijskih objava analizom diskursa i narativa.

Terensko istraživanje sastoji se od posjećivanja shopping centra i okolice na tjednoj bazi, tijekom koji se detalji i motivi centra i okolice fotografiraju i snimaju iz različitih perspektiva te postavljaju unutar različitih kompozicija. Uz fotografije, napisane su bilješke motivacije iza opažanja njihovog sadržaja. Analizom tih materijala cilj je oslikati identitete materijalizirane kroz zapažene detalje i motive. Nakon toga, analizom kompozicija i perspektiva koje ih pozicioniraju, istražuju se načini koji oblikuju njihove simboličke i ideološke poruke. Terenski rad sastoji se i od šetnja i promatranja sudjelovanjem, tijekom i nakon kojih se vodi urbani dnevnik.

Dio dubinske analize su i intervjui provedeni na individualnoj razini sa stanovnicima Gračana različitih dobi, obrazovanja, iskustva i statusa. Radi se o polu-strukturiranim intervjuima za koje sam imala pripremljene točke interesa razgovora no ostala otvorena mogućnosti da razgovor krene i u bilo kojem drugom smjeru kako bih dobila što bogatiju sliku iskustva ispitanika. Sugovornike sam koristila kao izvore analiziranih tema i problematike, uočavajući, kao rezultat intervjua, tematske obrasce njihovih preokupacija. Razgovarala sam s osobama različitih dobnih skupina, razina obrazovanja, radnog statusa te društvene pozadine, a kojima je zajedničko što su stanovnici Gračana. U obzir sam uzela i koju vrstu prijevoza koriste, odn. koliko im je dostupna prijevozna mreža. Na temelju tih kriterija, potrudila sam se pronaći što raznovrsniji uzorak ispitanika.

Ispitanik 1 je zaposleni muškarac koji ima više od 50 godina, sa srednjom stručnom spremom i u posjedovanju automobila, kojeg koristi za povremene poslove sitnih popravaka susjeda i prijatelja koji ga zovu. Intervjuirala sam ga na terasi njegove obiteljske kuće, dok je njegova žena sjedila sa strane te pripremala hranu, od koje su neke namirnice zajedno sami uzgojili u vlastitom vrtu.

Ispitanica 2 je žena koja ima više od 50 godina, s višom stručnom spremom, nezaposlena i bez automobila. S njom sam razgovarala na terasi njene obiteljske kuće, u kojoj živi s mužem i najmlađima od njihovo osmero djece. Kuća je bila projekt njenog supruga te se ona u nju, kao i u Gračane, preselila iz stana u zgradi u Dubravi nakon udaje.

Ispitanica 3 je studentica od 19 godina koja nema automobil, ali do ostalih dijelova grada, na fakultet ili druženje s prijateljima, svakodnevno putuje tramvajem, odn. autobusom u slučaju da je tramvaj izvan funkcije. Našle smo se u kafiću blizu njenog doma, u kojem živi s bakom. Kafić je jedan od tehnološki „naprednijih“ u Zagrebu, ako je sudeći po mom iskustvu. Osoblje se poziva pritiskom na jedan od gumba (za narudžbu ili račun) na električnom upravljaču koji se nalazi na svakom stolu, a povezan je s konobarovim pultom.

Ispitanica 4 je visokoobrazovana zaposlena žena, između 30 i 40 godina, koja ne posjeduje automobil. On joj niti nije potreban, pošto živi 5 minuta udaljenosti pješice od radnog mjesta te uže obitelji. Intervju se odvijao u dnevnoj sobi njenog doma, koja je modificirana da djeluje kao hibridni dječji boravak, dok su se njena djeca igrala okolo.

Ispitanik 5 je zaposlen muškarac sa srednjom stručnom spremom koji ima 30-40 godina te posjeduje automobil, kojeg svakodnevno koristi: radnim danom za odlazak na posao, a vikendom za različite obiteljske aktivnosti. Razgovor s njim je obavljen u sobi izoliranoj od ostatka stana, u kojem živi s obitelji. U njoj čuva svoje 4 gitare, dok njegova supruga također ima „svoju“ sobu, koju je pretvorila u knjižnicu.

Ispitanik 6 student je od 21 godine s vozačkom dozvolom, koji povremeno posuđuje auto svog oca kako bi si skratio putovanje do fakulteta ili pomogao članovima obitelji bez vozačke dozvole s putovanjem do doma. Našli smo se u jednom od kafića Meridijana 16 pošto mu je to najbliži kafić. Inače u njega ne zalazi, a dolazio je češće isključivo u periodu kada doma nije imao Internet kako bi koristio njihovu internetsku mrežu.

Pri analizi podataka, fokus nisam ograničila isključivo na same izjave ispitanika. Osim toga, promatrajući njihovo ponašanje, navike i običaje u autentičnom okruženju, dobila sam uvid u to kako njihov način života, vrijednosti i svjetonazori oblikuju lokalni život, odnosno kako definiraju gradski život.

### 3. TEORIJSKI OKVIR

Kakve veze shopping centar ima s medijacijom i zašto ga istraživati unutar domene medijskih studija? Morley upozorava kako dominantna medijski-centrična paradigma ograničava istraživanja medija i komunikacije na simbolične, institucionalne i tehnološke dimenzije prijenosa informacija. Dok nove tehnologije imaju utjecaja i uzrokuju posljedice diljem suvremene geopolitičke scene, isto i dalje vrijedi i za čimbenike materijalne geografije, koje zadržavaju važnost i pod promjenjivim tehnološkim uvjetima. Na primjer, i cyberprostori su geografski organizirani. Morley smatra kako se okvir medijskih istraživanja treba proširiti i na materijalni kontekst, okolinu, instrumente i infrastrukturu prijenosa informacija (Morley, 2009, u Morley, 2011). Podsjeća na široku definiciju komunikacije Marx-a i Engels-a, koji pod njom podrazumijevaju kretanje dobara, informacija, ljudi i kapitala (de la Haye, 1980 u Morley, 2011). Kroz Meridijan 16 cirkuliraju svi navedeni faktori i, iako fizički, geografski i materijalno određeno mjesto, odnosno prostor, njegova problematika pripada u okvir istraživanja medija i komunikacija. Uostalom, kako Morley objašnjava, građenje novih geografskih činjenica jedan je od najmoćnijih čimbenika u određivanju društvenog, kulturnog i ekonomskog života. (Morley, 2011: 743-746)

Naselje Gračani određeno je društvenom organizacijom, kulturnim praksama i medijskim porukama koje njime cirkuliraju, a implementirane su kako kroz institucije, tako i putem tehnologija. Proučavanje procesa medijacije je teorijski okvir unutar kojeg je moguće istraživati i otkriti odnose između prethodno navedenih elemenata. Analitički pristup medijaciji oslanja se na teoriju Gorana Bolina, koji ukazuje na 3 grane medijacije što u vezu dovode odnos između medija, kulture i društva: institucionalna perspektiva, tehnološka perspektiva te perspektiva o medijima kao svijetu (Lundby, 2014: 5).

Medijacija je pojam koji se koristi za opis društvenih i kulturnih transformacija, kako pojedinaca tako i institucija, u određenoj okolini uslijed komunikacijskih procesa (Lundby, 2014: 6). Pojava Meridijana 16 u Gračanima potencijalni je agens promjene naselja iz ruralnog u urbano. Proučavanje odnosa između pojave, organizacije i odnosa trgovačkog centra s okolinom, odnosno stanovnicima, kao i utjecaj Meridijana 16 na društvenu, kulturnu i komunikacijsku mrežu, te obrnuto, opisuje tijek i razvoj procesa medijacije ruralnih i urbanih ideja u Gračanima.

Sonia Livingstone proces medijatzacije opisuje kao „meta proces u kojem su svakodnevne prakse i društveni odnosi povijesno oblikovani medijskim tehnologijama i medijskim organizacijama.“. Suvremeni europski teoretičari, navodi Livingstone, u sve većem broju pojam medijatzacije ne ograničavaju isključivo na utjecaj medija na društvene transformacije: u tom procesu ulogu imaju i prijevoz, novac pa čak i jezik. Livingstone tvrdi kako su sve sfere života koje oblikuje politika neizbježno oblikovane i utjecajem medija te se odnos između njih i politike ne može analizirati bez uzimanja u obzir procese medijatzacije (Livingstone, u Lundby, 2009: X).

Analiza u istraživanju procesa medijatzacije definira medije kao praksu, kako bi se, razumijevanjem odnosa medijskih i društvenih praksa kao neodvojivih, obuhvatio što širi medijski i društveni okoliš i faktori koji utječu na transformaciju naselja. U tom kontekstu, preuzima se pristup Nick Couldry-ja medijima kao otvorenom skupu praksa povezanih s medijima, izravno ili posredno, a medijskom istraživanju kao dijelu šire sociologije djelovanja i znanja, kako bi se decentraliziralo od ograničavanja na izučavanje isključivo medijskih tekstova i proizvodnih struktura. (Couldry u Brauchler i Postill, 2010: 36-37). Proučavane prakse, kako Couldry preporuča, promatraju se kroz kategorizaciju koju su stvorili sami stanovnici (Couldry u Brauchler i Postill, 2010: 42.), imajući na umu svakodnevni kontekst (vrijeme, mjesto, okolnosti) i perspektivu (identitet individue ili grupe) unutar kojih se odvijaju (Couldry u Brauchler i Postill, 2010: 45-46).

Kombinacijom pristupa Livingstone i Couldry-ja, u radu se zato detektiraju razne točke medijatzacije kroz sfere na koje djeluju svojom komunikacijskom moći i načinom posredovanja, a svaka je definirana rasponom društvenih praksa. Kroz analizu se posebna pozornost obraća odnosu istraženih sfera s politikama koje su u njima posredovane. Iako je to bila početna namjera, kao točke nisu određena specifična mjesta, odnosno područja koja je moguće geografski ili fizički definirati. Iskustvo istraživanja i analize prikupljenih podataka ukazalo je na problematiku ograničavanja točaka medijatzacije na materijalne okvire i parametre. U medijski saturiranom svijetu, punktovi medijatzacije raspršeni su. Njihova kategorizacija naposljetku proizlazi iz promatranih praksa.

U interpretaciji rezultata osvrće se na međusobnu organizaciju analiziranih medijskih i društvenih praksa i veza koje su njome stvorene, a čine mrežu društvenog tkiva kojom se distribuira društvena moć i određuju društveni odnosi.

Tijekom obrade podataka povezujem ih idejom o umreženom društvu, upravljano od stvaraoca i graditelja mreža, programera njihovih programa i upravljača prekidačima koji mrežu pale i gase. Oni čine društvenu elitu čiji je osnovni način demonstracije moći isključivanje iz mreže, odnosno uskraćivanje društvenih zadovoljstava koje mreža pruža. Sudjelovanje u mreži jednako je sudjelovanju u društvu, a isključeni nisu pripadnici mreže, dakle nisu pripadnici društva. (Castells, 2009) Kroz rad, detektiranjem postojećih društvenih mreža, primjenom ove teorije detektiram njihove čimbenike i aktere te društvene odnose što iz njih proizlaze.



#### **4. TRGOVAČKI CENTAR MERIDIJAN 16**

Pojava Meridijana 16 daje nove mogućnosti za komunikaciju ideja na globalnoj kako i lokalnoj razini. Trgovački centar tako ujedno služi i kao komunikacijski centar jer ostvaruje vezu, to jest posreduje između globalnog urbanog i lokalnog ruralnog. Moores, referirajući se na Goffmana, odbacuje granice između masovne i interpersonalne komunikacije kao ograničavajuće u istraživanju svakodnevnog života, medija i kulture. (Moores, 2000: 135-136) Pozicija medija u prostornoj i vremenskoj organizaciji društvenog života proširila je društvene odnose na veće dužine.

Meridijan 16 utoliko ne služi samo lokalnim već i širim društvenim potrebama. Ideje o urbanosti i modernosti iz grada i svijeta doseljava u Gračane. Osim što povezuje Gračane s ostalim centrima proizvodnje robe, on je i veza s ostalim centrima društvene proizvodnje. Kako trgovački centar postaje dio svakodnevnice naselja, tako i stanovnici naselja ulaze u dijalog s geografski udaljenim društvenim i kulturnim procesima. Kroz svakodnevnu interakciju s Meridijanom 16, reagiraju na njih i odgovaraju. Moores napominje kako su tehnološki sustavi i institucionalni mehanizmi omogućili odvajanje mjesta od područja (Moores, 2000: 136). U slučaju Meridijana 16, to su nove tehnologije i tehnološki alati, implementirani u njegovo funkcioniranje, poput reklamnog aparata, sustava za recikliranje, samoposlužnih blagajni, transportnih tehnologija, kao što su pokretne stuba ili dizalo. Na odvajanje mjesta od područja Gračana Meridijan 16 ima i institucionalni utjecaj kroz poduzetničke i komercijalne ogranke koji su se ondje smjestili. Iako se radi o satelitskim podružnicama određenih tvrtki čiji centar upravljana je na nekoj drugoj lokaciji, u kontekstu geografskog područja naselja Gračani, one postaju centar njihovih usluga i proizvodnje jer su jedina takva ponuda ondje. Kroz odnos i transformaciju društvenog i komunikacijskog centra u ovom poglavlju proučava se i odnos ruralnog i urbanog centra, ne samo Meridijana 16 već i naselja, Zagreba i šire.

##### **4.1. ESTETIKA TRGOVAČKOG CCENTRA U RURBANOM NASELJU**

Gračani su područje smješteno na periferiji Zagreba. Graniče s Parkom prirode Medvednica, ali pripadaju općini Medveščak, koja se nalazi u blizini centra grada. To je područje koje bi se moglo nazvati rurbanim. „Nije vrsta zajednice gdje možete otići do poštanskog ureda i sresti susjede. Nije potpuno urbano. Nije zapravo niti predgrađe. 'Rurbano' je. Uvijek kažem da se

neće dogoditi ovdje.“ (Krivy et al., 2011: 246) Glavna cesta, Gračanska cesta, povezuje područje s centrom grada s jedne strane dok s druge strane završava na početku Parka prirode. 2015. godine na prostoru se pojavila novina koja će promijeniti pejzaž i, posljedično, simboličku povezanost s gradom: trgovački centar Meridijan 16. Ime je centru dano putem natječaja otvorenog svim građanima, a referira se na geografsko određenje Zagreba na karti svijeta, na longitudi od 16 stupnjeva. Samo svojim imenom, Meridijan je povezan ne samo s gradom Zagrebom već i s ostatkom svijeta. To je iznenađujuće ukoliko odete do njega i promotrite okoliš ili potražite adresu na Google kartama i provjerite Streetview za područje, pošto je ondje vidljivo kako je ono izgledalo prije nego je kompleks bio sagrađen. Te prizore je teško povezati s urbanim svijetom i mjestom Zagreba u njemu.

Pogled iz kompleksa na okolni prostor ne liči nečemu što bi očekivali od urbanog pejzaža. Kompleks izgleda poput sterilne crno-bijele zgrade koja je pogodno platno za treperuća svjetla, znakove, logotipe i reklame sadržaja koje nudi. U njih je uključeno i 3-razinsko parkiralište. Nigdje drugdje u naselju ne može se pronaći nešto slično ovom stilu. Kompleks Meridijana 16 izgrađen je na polju, koje se može vidjeti na Google kartama. Šetnjom ili vožnjom kroz područje otkriva se miješani pejzaž: kombinacija obiteljskih kuća s vrtovima i voćnjacima te novorazvijene stambene zgrade, organizirane u blokove ili raspršene. Iako su se novi rezidencijalni projekti počeli širiti, područje je svejedno puno zelenila, bilo umjetnog ili prirodnog, te kao takvo u procesu transformacije iz javne u rezidencijalnu zonu grada s ostacima ruralnog načina života.

## **4.2. URBANIZAM „NIČEGA“**

To područje mogli bismo nazvati 'ništa', a proces napretka ovdje urbanizacijom 'ničega'. Kako Krivy kaže: „' Ništa je diskurzivna imaginarna formacija, koja zatim pokreće stvarne društveno-ekonomske i materijalne prakse. Utoliko, zastarjele industrijske zgrade percipirane su kao urbano 'ništa', kao nešto što treba brzo popraviti, 'ništa' što se treba zamijeniti 'nečim'. 'Ništa' je često korišteno u opravdavanju prenamjene ('nema ničega' (= ničeg 'vrijednog'), dakle možemo prenamijeniti mjesto) te prenamjena, kao i očuvanje, gledaju na 'ništa' ili 'prazno' kao loše i negativno. (Krivy et al., 2011: 245)

Kao ilustraciju ove tvrdnje, upućujem na prisutnost grupe žena u narodnim nošnjama koje su prisustvovala otvaranju Meridijana 16, zaposlene od voditelja kao svojevrstne hostese s ciljem

animiranja ljudi kako bi se lakše prilagodili ideji ovakve vrste urbanog koncepta, spajajući urbani identitet s lokalnim identitetom i tradiciju s modernošću, dok u isto vrijeme od lokalnih stanovnika, s tradicionalnim vezama s mjestom i korijenima u poljoprivrednom radu, prikrivaju činjenicu da više neće moći biti uključeni u istu vrstu produkcije i distribucije dobara kao dotad. Polje i voćnjak, koji su prije bili korišteni za produkciju dobara što će se prodavati na tržnici u centru grada, sada su predstavljeni kao 'ništa' te kao takvi prenamijenjeni u konzumeristički čvor koji distribuira dobra uvezena iz industrijske zone grada, istovremeno uništavajući mogućnosti za lokalne stanovnike da se uključe i profitiraju od istog vrsta posla, tjerajući ih, kroz proces sukcesije, dalje u vanjske zone grada kako bi se uključili u radne prakse koje su im poznatije.

#### **4.3. DRUŠTVENA PRENAMJENA KROZ REGENERACIJU**

Meridijan 16 nema namjeru postati čvor društvenog života, koji transformira Gračane iz rurbane u urbanu zajednicu. On je samo decentralizirani poslovni pothvat na krilima procesa sukcesije. To je mjesto spekulativne prenamjene, koje cilja pretvoriti prostor u rezidencijalnu zonu s pristupom elitnim rekreativnim sadržajima, poput skijanja i odmarališta, kako bi se lokalno stanovništvo maknulo dalje na periferiju, pošto nemaju sredstva niti sposobnosti za uključivanje u takve aktivnosti, a sve više će im manjkati s proširenjem gradskog plana na područje.

Meridijan 16 je hvaljen zbog otvaranja novih radnih mjesta, ali je istodobno visoko tehnološki organizirano postrojenje, sa samoposlužnim blagajnama koje liminiraju potrebu za zaposlenicima. Daljnja vizija područja zamišljena je kao regeneracija područja kao jedne od prijelaznih točaka za stanovnike grada koji tamo dolaze da provedu svoj mini-odmor u Parku prirode, kao što im je prije bilo omogućeno žičarom, koja je trenutno izvan funkcije. Spekulacije o novoj žičari, koja će biti sagrađena u blizini Meridijana 16, obećavaju spektakularnu povezanost Zagreba sa susjednim dijelom Hrvatske, Zagorjem. Na taj način će protok ljudi biti dovoljno velik da zadovolji konzumerističku agendu komercijalnih lokala kompleksa. Gradnja žičare će navodno biti sufinancirana iz EU fondova tako da će Gračani, u tom smislu, osim veze s drugim dijelom Hrvatske, ostvariti novu vezu s Europom i dobiti na širem globalnom značenju dok, s druge strane, na lokalnoj razini, sadašnje stanovnike čeka neizvjesna budućnost. Njihovoj kvaliteti života prijeti povećanje koncentracije ljudi i gustoće

prometa, naseljavanje novih stanovnika te rast cijena nekretnina, što su samo neke od potencijalnih posljedica promjena planiranih urbanizacijom.

## 5. PRIJEVOZ

Morley predlaže da se u izučavanju komunikacija interes istraživanja proširi s mobilnosti informacija na mobilnost ljudi i dobara, odnosno veću integraciju komunikacijskih i prijevoznih studija (Morley, 2011: 743). Osvrnuo se pri tome na prijedlog Rudolfa Arnheima da se razumijevanju medija pristupa metaforički, kao da su, poput fizičkog prijevoza, sredstva distribucije nematerijalnih dobara (Morley, 2011: 755). Morley se zalaže za analizu koja obnavlja vezu između simboličkih i fizičkih načina komunikacije (Morley, 2010 u Morley 2011: 755). Po njemu, prijevoz ima jednaku važnost u utjecaju tehnološke konvergencije kao i digitalne medijske industrije (Morley, 2011: 756.). Medijaciju 'tehnologija udaljenosti' promatra iz šire perspektive konstrukcije i regulacije niza fizičkih oblika mobilnosti te promjenjivih načina artikulacije virtualnih i materijalnih svjetova. (Morley, 2011: 743). Ovakav pristup omogućuje istraživanje odnosa kulture i teritorija, u ovom slučaju ruralne, urbane i rurbane kulture prvenstveno s Gračanima, a zatim Zagrebom i širim geografskim područjima.

Učinak novih tehnologija ovisi o materijalnoj infrastrukturnoj mreži. Morley naglašava kako povijesni pregled tehnološkog razvoja ukazuje na brojna preklapanja simboličkih i materijalnih komunikacija, odnosno virtualne i stvarne povezanosti (Morley, 2011: 746), u ovom dijelu analize – prijevoza. Pristup povezanosti određuje i svakodnevno korištenje te pozicioniranje stanovnika unutar prijevozne mreže u Gračanima. Pošto se njome se prožimaju i druge komunikacijske mreže, a radi se o praksi povezivanja koja je prethodila novim medijskim tehnologijama te tako stvorila temelj za društvene i kulturne navike i odnose, osobito urbanog i ruralnog, otkriva uzorke procesa medijacije koje je moguće pronaći i u drugim komunikacijskim sferama. U ovom poglavlju se zato promatraju procesi integracije, regulacije, brzine i oslobađanja protoka informacija, ljudi i dobara putem prijevoza i komunikacije s ciljem otkrivanja njihove uloge u oblikovanju društvenih odnosa i praksa. Prijevoz se analizira kao jedna od mreža koja o(ne)mogućava razne vrste aktivnosti (Castells, 2000 u Morley, 2011: 751)

Protok i napredak urbanosti u rurbanom području Gračana odvija se na više razina. Prijevoz je jedan od načina na koji je omogućen ulazak urbanih ideja i tekovina u svakodnevni život stanovnika Gračana. Javni prijevoz omogućuje svim stanovnicima Gračana da se uključe u urbani život i postanu njegovi medijatori s ruralnim okruženjem naselja. Osim ideja, gušćom

mrežom prijevozne povezanosti stanovnicima su dostupnije i razne usluge te tehnologije koje im olakšavaju ili omogućuju drugačiji način života. Tehnologije povezane s telekomunikacijskom mrežom koja prolazi naseljem, a uključuje telefonske, mobilne, radijske, televizijske i internetske usluge, također oblikuje njihovu svakodnevnicu idejama i vrijednostima koje na taj način ulaze izravno u njihov dom putem medija koje prenose. Utoliko Meridijan 16 ne medijalizira prostor koji je naselio isključivo idejama i vrijednostima koje ima namjeru u njega usaditi već ga obogaćuje i ostalim urbanim tekovinama jačanjem umrežavanja naselja i stanovnika u urbani način života kroz proširenje prijevozne i tehnološke mreže. To je dvosmjernan proces jer, osim Meridijana 16, javni prijevoz omogućuje pristup Gračanima svim urbanim stanovnicima ili institucijama koje žele svoje tekovine i vrijednosti proširiti i raspršiti dalje od dosadašnjeg prostornog i simboličnog ograničenja grada.

## **5.1. MOBILNOST INFORMACIJA**

Ispitanik 6 žalio se kako treba podosta vremena da se do odredišta stigne javnim prijevozom no pohvalio je uvođenje nove autobusne linije 227 kojom se njegovo svakodnevno putovanje do (Agronomskog) fakulteta uvelike pojednostavilo i skratilo. Ukazao je na činjenicu kako prijevoz omogućava spajanje s puno širim spektrom ideja radi veće dostupnosti obrazovanja. Knjižnice, fakulteti i srednje škole, koje se ne nalaze u Gračanima, sada su još dostupnije njegovim stanovnicima ukoliko su spremni uključiti se u prometni tok kako bi bili uključeni u tok informacija. Recimo, nova autobusna linija 227 završava i nekoliko metara dalje od Ekonomskog fakulteta i srednje škole, Fakulteta prometnih znanosti, Učilišta Algebra, XV gimnazije, III gimnazije, Sveučilišta Libertas i Knjižnica Augusta Cesarca. U naselju postoji jedna osnovna škola, u kojoj se u najmanjoj dobi stvaraju i oblikuju društvene veze, ali i dobiva pristup različitim idejama putem obrazovanja. Nakon toga, mladi ljudi nemaju izbora nego nastaviti ih razvijati dalje, u srednjoj školi izvan Gračana, što potencijalno ugrožava i mijenja društvene odnose koje su dotad poznavali i gradili. Između urbanog i ruralnog balansiraju koristeći se raznim komunikacijskim tehnologijama, ali i prijevozom, stvarajući nove društvene veze i odnose u povezivanju s gradom. Odgojna ustanova koju pohađaju postaje dio njihove svakodnevnicke i oblikuje njihove navike, kulturu, stil i društvenu pripadnost. Svakodnevno putovanje do mjesta obrazovanja i natrag u Gračane uči ih iskustvu urbanosti kao mobilnosti i stalnog pokreta, ali i kao obrazovanja i društvene, to jest kulturne transformacije.

## **5.2. TRAMVAJSKA MREŽA**

Komunikacija i razmjena iskustava tako će se nastaviti i ojačati s ukidanjem tramvajske linije 15, odnosno njenim integriranjem u linije 8 i 14 koje će stanovnike Gračana i grada dovesti u direktnu vezu. Naime, linija 15 imala je samo 5 stanica koje su povezivale okretište na Mihaljvcu, završno stajalište linija 8 i 14, s okretištem Dolje, koje se nalazi u neposrednoj blizini tunela što ga povezuje s Parkom prirode Medvednica, odnosno okretištem žičare koja vodi do vrha Sljemena, a trenutno je izvan funkcije. Linija 15 prijevozno je spajala, ali simbolički odvajala stanovnike Gračana od grada. Jedina je to tramvajska linija u mreži zagrebačkog javnog prijevoza koja niti ne dodiruje širi centar grada te se sastoji od samo jednog vagona. Služila je kao periferna linija koja povezuje stanovnike grada s planinom i njenim rekreativnim sadržajima. O tome svjedoči činjenica da se vikendom učestalost prijevoza nije smanjivala, kao na ostalim linijama, pošto je, radi neradnih dana, protok ljudi kroz grad bio manji, ali veći u smjeru Medvednice, gradske oaze odmora i prirode u vrijeme funkcioniranja žičare. Naselje i planinu još uvijek posjećuju razni tzv. 'vikendaši', koji su, ukidanjem žičare, dobili izvanrednu autobusnu liniju što vozi s okretišta na Mihaljvcu ravno prema vrhu Medvednice, sa stanicom ispod nekadašnje žičare. Izgradnja nove žičare planirana je odmah pored okretišta Dolje koji će onda, kako je najavljeno, biti polazna i završna točka linija 8 i 14 što voze kroz centar grada. Tako će stanovnici Gračana, jednako kao i stanovnici grada, dobiti mogućnost izravne povezanosti s vrhom planine, ali i centrom grada. Netaknuta, ruralna priroda tako će postati dio urbane svakodnevnice. Medijacijom pomoću prijevoza omogućiti će se, ritmičkom razmjenom dobara, ideja i navika, brisanje granica urbanog i ruralnog u Zagrebu, odnosno Gračanima.

## **5.3. AUTOBUSNA MREŽA**

Ispitanica 3 napomenula je kako je obustava tramvajske linije 15 promijenila njene društvene navike, pošto ju je koristila za prijevoz unutar Gračana. Tijekom perioda ukinuća linije nije išla u dijelove naselja u koje je išla prije kako bi se družila s vršnjacima i vršnjakinjama, iako je umjesto tramvaja na istoj liniji vozio zamjenski autobus. Ispitanica je odustala od druženja sa svojom grupom jer joj je ukinuta mogućnost odabira načina putovanja. Ta navika činila je za nju neodvojiv dio procesa socijalizacije, s kojim je izjednačila iskustvo vožnje tramvajem, a kojeg uvođenje zamjenske autobusne linije nije moglo zamijeniti jer nije činilo dio njenih, ali i običaja privilegirane grupe stanovnika Gračana. Naime, Ispitanica 3 živi u dijelu Gračana

u kojem su joj dostupna i tramvajska i autobusna linija, dakle dostupan joj je izbor. Ukidanjem tog izbora, osjeća se kao da je stavljena u istu poziciju ograničene dostupnosti prijevoza koju imaju stanovnici Gračana izvan dosega tramvajske linije, iako na raspolaganju imaju autobusnu liniju s istim stanicama koje ima i tramvajska.

Radovi na tramvajskoj pruzi, u svrhu modernizacije linije 15, ukazali su na navike stanovnika koje ukazuju na postojanje hijerarhije u odnosu prema tramvajskoj, odnosno autobusnoj prijevoznj mreži. Ona je posljedica institucionalne organizacije i vrednovanja prijevozne mreže, unutar koje su lokacije Gračana pozicionirane uz tramvajsku liniju legitimirane kao dio grada dok one pozicionirane uz autobusnu liniju nisu. Vidljivo je to iz rasporeda na službenoj stranici ZET-a, koji rukovodi javnim prijevozom Zagreba. Tramvajska linija 15 navedena je u nizu, zajedno sa svim ostalim tramvajskim linijama koje operiraju Zagrebom (Zet.hr, 2017). S druge strane, raspored autobusnih linija raspoređen je po lokacijama njihovih okretišta. Na njemu nisu navedena okretišta 'Bliznec' i 'Trg Sv. Šimuna', a koja čine konačne stanice autobusnih linija što operiraju Gračanima. Trase i rasporedi gračanskih autobusa mogu se pronaći isključivo na poveznici s okretištima 'Mihaljevac' i 'Svetice' (Zet.hr, 2017). Oni se, za razliku od 'Blizneca' i 'Trga Sv. Šimuna', nalaze na lokaciji gdje postoji veza s tramvajskom mrežom. Izostavljanje lokacija koje se ne nalaze u neposrednoj blizini tramvajske mreže ukazuje da je dostupnost tramvajskom prijevozu kriterij po kojem se određeno područje i njegovi stanovnici diskriminiraju kao ruralni, odnosno urbani, prvenstveno na institucionalnoj razini.

Autobusne linije u Gračanima su, uostalom, ograničene na svoju trasu i niti jedna od njih nije izravno povezana s centrom grada. Niti tramvajska linija 15 to nije bila, ali zato je bila dio tramvajske mreže, koja omogućuje tu povezanost. Čak i u slučaju da putnik nema potrebu doći u centar grada, samim ulaskom u bilo koji tramvaj, uključujući liniju 15, uključen je u ne samo tramvajsku već i širu urbanu mrežu, odnosno cirkulaciju. Dok su tramvajske linije međusobno povezane u višestrukim točkama, autobusne linije su raspršene trasama specijaliziranim za potrebe perifernog stanovništva. Osim toga, noćno putovanje, to jest povezanost Gračana s gradom, ograničeno je na okvire noćne tramvajske mreže, koja je konstruirana na temelju dnevne tramvajske mreže, uz neke modifikacije. Iako noćne linije voze puno rjeđe nego dnevne, važno je napomenuti kako linija 33 vozi do posljednje stanice tramvajša 15 'Dolje'. Autobusne linije nisu uključene u noćnu mrežu. Pristup tramvajskoj mreži, ujedno je i pristup urbanoj mreži jer je s njom, za razliku od autobusne, povezana 24



sata dnevno. Time su iz noćnog života grada isključeni stanovnici izvan kruga tramvajske mreže. Utoliko udaljenost od tramvajske mreže definira gračansku periferiju, kao i udaljenost od glavne prometnice, Gračanske ceste.

#### **5.4. AUTOMOBILIZACIJA**

Glavna cesta služi vlasnicima automobila kao kanal komunikacije jednako kao i putnicima javnog prijevoza. Ovisno o koncentraciji protoka automobila, kapitala, ljudi i informacija stvara se hijerarhija, odnosno uspostavlja odnos centar-periferija i unutar naselja. Gračanskom cestom kreće se, osim automobila, i autobusna linija 233. Sama cesta funkcionira kao prijevozna linija. U nju, kao u autobus putnici, ulaze automobili kako bi se povezali s centrom drugim komunikacijskim linijama, odnosno prometnicama, koje se na nju nadovezuju. Gračanska cesta povezuje centar s periferijom – Gračanima, ali u Gračanima ona je centar na koji se nadovezuju gračanske periferije. One su, kao i u slučaju tramvajske mreže, određene udaljenošću od ceste.

Uz cestu su smješteni, osim Meridijana 16, i brojni drugi lokali, poput restorana, kafića i obrta, koji su označeni raznim natpisima. Osim njih, tu su i znakovi koji upućuju na obližnje objekte od društvenog interesa, poput crkve, a koji se ne nalaze uz samu cestu. Postavljanje signalizacije duž Gračanske ceste upućuje na društveno poimanje i prihvaćanje njenog značaja kao simboličke žile kucavice naselja. Ono je implicirano i u točkama odmora. Na primjer, Meridijan 16 ima parking koji se nalazi uz Gračansku cestu i povezan je s njom. Preko puta parkinga, nalazi se autopraonica. Oba objekta predstavljaju stanicu na putu posredovanja između grada i Gračana automobilima. Slične stanice, poput parkinga, nalaze se u naselju još u sklopu određenih javnih institucija, poput Parka prirode Medvednica i Osnovne škole Gračani, te, na manjoj skali, u blizini komercijalnih objekata, poput kafića, slastičarne i dućana. Redom ih obilježava institucionalna povezanost, odnosno organizacija koja nudi određene usluge. I u slučaju Meridijana 16, odnosno autopraonice koja se nalazi preko puta, odmor od mobilnosti i isključenje iz prometne mreže, kako bi se odmorilo na stajalištu, uvjetovano je uključenost u potrošačku mrežu.

Ispitanica 3 napomenula je kako je parking prostor primijetila kao jedini takve vrste i veličine u naselju. Vjeruje kako olakšava shopping kupcima, za razliku od ostalih mjesta potrošnje, gdje je ograničen. Parking kod Meridijana 16 uvjetovan je kupnjom u centru, dok

autopraonica naplaćuje pranje auta. Tako se komodificira sam proces prijevoza, odnosno komercijalizira isključenost iz prijevozne mreže. Osim toga, regulacijom se određuje i tko je pozvan, a tko nepoželjan u Meridijanu 16. Iznad parkirališta postavljena je svjetlosna traka, odnosno linija koja animira svjetlo u smjeru od centra grada Zagreba prema trgovačkom centru. Svojim pokretom, traka s(t)imulira smjer kretanja automobila koji dolaze iz centra grada prema unutrašnjosti centra Meridijan 16. U istom odnosu, između centra grada i ulaza u trgovački centar, su postavljeni (svjetleći) natpisi koji signaliziraju funkciju i sadržaj Meridijana 16. Centar grada je mjesto proizvodnje i privređivanja te je, automobilskom povezanošću Gračana s njim, njegovim stanovnicima omogućeno svakodnevno putovanje u centre proizvodnje i usluga, na radna mjesta u gradu. Progresija je to od putovanja učenika javnim prijevozom do izvora višeg obrazovanja u putovanje automobilom do izvora privređivanja i kapitala. Utoliko su pozivi i smjernice centra postavljene ususret zaposlenim stanovnicima naselja koji se vraćaju s posla, mjesta zarade, kako bi dali svoj udio u cirkulaciji kapitala i dobara ulaskom u centar.

Druga strana centra, koja gleda prema daljoj periferiji, nije ukrašena i nema natpisa. Izgleda kao pozadina, backstage, jer otkriva procese organizacije rada unutar centra, poput npr. povezanosti osoblja stubama, za razliku od povezanosti gostiju pokretnim stubama i dizalom unutar centra. Podsjeća stanovnike koji putuju u centar grada na posao kako moraju zaraditi pravo na sudjelovanje u urbanom, potrošačkom životu.

## **5.5. SPEKTAKL MODERNIZACIJE**

Predstavljanje izgradnje nove žičare od strane gradonačelnika za vrijeme predizborne kampanje 2017. g. pokazuje koliko su stanovnici Gračana već umreženi u tehnološku urbanu mrežu kroz medijaliziranje rituala, ali i kako političke grupe koriste tehnološke i medijske reprezentacije Gračana kako bi ga povezale s urbanošću. Presentacija buduće žičare se odvijala na mjestu na kojem će ona biti izgrađena (Zagreb.hr, 2017). Tako se, kao i u slučaju Meridijana, već unaprijed na to mjesto postavila simbolična zastavica preuzimanja ruralnog područja od urbanog. U ovom slučaju, za prezentaciju je korištena noćna projekcija 3D animacije na otvorenom. U medijskim objavama o događaju u naslovima i podnaslovima naglašavao se upravo taj element „napredne“ medijske tehnologije 3D animacije, „napredne“ jer je stavljen u isti kontekst s epitetima poput 'novo', 'buduće', 'spektakularno', kojima se opisuje i buduća, još neizgrađena žičara. 3D animacija služi dakle kako bi njena „modernost“

stajala kao sinonim „modernosti“ buduće žičare, njena simbolička materijalizacija kroz medijsku vizualizaciju. Taj primjer pokazuje kako sam sustav koji oblikuje naselje pravnim mjerama i strategijama koristi elemente urbanosti, poput animacije i futurizma, kako bi implementirao svoje politike u rurbanu područje. To dovodi do zaključka kako je upravo prijelaz iz rurbanog u urbano naselje ono što stanovnici naselja žele, pošto je to ideologija koja im je prezentirana kao obećanje budućnosti u političkoj kampanji, u kojima se političari služe alatima i idejama koje su građanima poželjne i nedostaju im.

To ne znači da se i stanovnici Gračana ne znaju služiti jednako modernim tehnološkim i medijskim alatima za prijenos ideja. Naime, prisutni su vadili mobitele i snimali njima manifestaciju. Ovjekovječili su tako trenutak predstave i spektakla urbanosti i modernizma, ali i sudjelovali u njemu, to jest doprinijeli njemu. Među publikom su bili i predstavnici medija, sa svojim kamerama i fotoaparatom te ostalim alatima za prenošenje informacija. Stanovnici su, korištenjem istih, pokazali kako su svjesni da je događaj kojem prisustvuju vrijedan prenošenja, da su dio umreženog, medijaliziranog društva. Mobitelima, spojeni s ostatkom svijeta, mogu dijeliti svoju vlastitu viziju mobilnosti, brzine i povezanosti koje predstavlja nova žičara. Tako sami na sebe preuzimaju ulogu medijatora, čime sudjeluju u stvaranju medijske slike koja određuje identitet naselja. Ne trebaju čekati na medijalizaciju urbanosti u naselje do uvođenja žičare nego već sami sudjeluju u urbanoj medijalizaciji, bilježenjem i prenošenjem urbanih tekovina i rituala (filmske projekcije, u ovom slučaju) preko mobilnih uređaja. Zašto su onda takve medijalizirane akcije i događanja poželjni i potrebni stanovnicima koji su već umreženi u urbanu mrežu i pokazuju naznake u sudjelovanju u takvom načinu života? Jer, iako su umreženi u urbani Zagreb, nisu još dobili takvu legitimnost.

Naime, prezentacija se nije sastojala isključivo od projekcije filmske 3D animacije i političkih govora, već i izvedbe lokalnog kulturno-umjetničkog društva HSPD Podgorac, koji su otpjevali nekoliko tradicionalnih pjesama kraja prije i poslije projekcije videa i govora. Angažiranje tog sastava, koji njeguje lokalnu tradiciju što je egzistirala dok su Gračani Zagrebu još bili samo obližnje seoce, pokazuje kako Grad još uvijek stanovnike doživljava kao odvojene u ruralnoj zajednici što uživa okupljanje oko tradicijskih vrijednosti i živi na tekovinama ruralne prošlosti. Tradicionalne pjesme Podgorca izvedene su na istoj pozornici i pred istom publikom kao i projekcija 3D animacije. Grad tako u jednakopravni odnos dovodi i izjednačava ruralne i urbane vrijednosti, obraćajući se istodobno stanovnicima koji njeguju

tradicijske vrijednosti prošlosti, kao i onima koji žele uživati u inovacijama i napretku. Grad pokazuje kako je zapravo svjestan oba društvena aspekta u Gračanima, ruralnog i urbanog, no stanovnicima negira moć da oni mogu biti medijatori urbanog, to jest napretka i inovativnosti, i preuzima za sebe tu moć, legitimira urbani identitet kao svoj, a građanski tek unutar vlastitog djelovanja i utjecaja na području.

Napomenula bih i kako se pri otvorenju centra Meridijan 16 također organiziralo sudjelovanje lokalnog HSPD Podgorac, odnosno i shopping centar, koji bi trebao biti oaza urbanosti u nedefiniranom, ruralnom području, pozvao se na tradicionalne vrijednosti na otvorenju koje definira njegov identitet i vrstu utjecaja na društvo. Dakle, i postojeća materijalizacija urbanosti, u obliku Meridijana 16, i najavljena, u vidu nove žičare, obećavaju napredak i urbanizaciju na temelju tradicije i podsjećajući stanovništvo na ruralne elemente njihova identiteta. Zapravo, niti žičara niti Meridijan još uvijek ne daju legitimnost urbanosti naselja već ga definiraju, simbolički, kao još uvijek u tranziciji, odnosno ruralno, između modernosti i tradicije. To nisu mjesta koja stanovnicima omogućavaju da stvore i potvrde vlastiti identitet kao urbanih Zagrepčana. Meridijan, i u budućnosti žičara, im to dopuštaju samo pod određenim preduvjetima, poput prepuštanja procesa napretka i inovacije instituciji Grada ili sudjelovanja u urbanoj svakodnevnici kroz konzumerizam. Istodobno, perpetuiraju ruralni element identiteta stanovništva kako bi, u kontrastu s urbanim identitetom centra, odn. žičare, stanovnike podsjetili koliko su udaljeni od „napretka“, to jest grada, simbolički.

## **5.6. NARATIV NAPRETKA**

Video prezentacija buduće žičare 'Nova žičara Sljeme Zagreb' (Youtube.com, 2017) problematizira identitet naselja u odnosu na grad i prikazuje kako i gdje Grad, kao institucija, smješta naselje na simboličkoj karti Zagreba. Video u kontrast današnjici stavlja nostalgiju, osobe su odjevene u odjeću koja se više ne nosi, automobil koji je prikazan u videu izgleda kao da je proizveden u 1950-ima. Nostalgija je to za prosperitetnim, industrijskim Zagrebom, čiji tragovi se u raspadanju mogu pronaći na različitim mjestima diljem naselja, poput zapuštene stare pilane ili spaljene tvornice svijeća. Evocira se nevinu prošlost i djetinjstvo, kroz prikaz priče oca i djeteta koji uživaju u vožnji žičarom. Ta djeca, odrasla u „prosperitetu prošlosti“, postaju mladi ljudi koji, inspirirani upravo tom nostalgijom, konstruiraju budućnost (tako da doslovno crtaju buduće žičare) po obrascima prošlosti. Otkriva se tako

zapravo nedostatak inovativnosti kroz želju za rekonstrukcijom društvenih rituala, a tako i odnosa koje je facilitirao pogon žičare u prošlosti. Mladi su u videu korišteni kao bi dali iluziju inovativnosti, modernosti i urbanosti uz aluziju na to da će se Grad odnositi prema mladima kao resursu budućnosti naselja, odnosno da će osigurati egzistenciju kroz zapošljavanje u izgradnji vizije žičare i modernizaciji naselja, koja je u videu iluzorna kao i ideja inovativnosti koju pokušava propagirati.

Slijedi sekvenca puna prikaza arhitektonskih skica koje asociraju na stereotipnu sliku procesa urbanističkog planiranja. U njemu ne sudjeluju samo mladi već i zreli stručnjaci, koji se nalaze između nostalgичnog pojma urbane industrijalizacije i suvremenog urbanizma i modernizma, koristeći se najsuvremenijim alatima futurističke prirode, nepoznatima publici koja nije dio struke ili modernog svijeta. Udaljava se tako i odvaja stanovnike od procesa urbanizacije, pretvarajući ga „magičnim“ 3D animacijama u magiju za koju nemaju alate (u videu su prikazani arhitektonski alati koji su zapravo nepostojeći, „stvoreni“ kombinacijom mašte i 3D animacije kako bi izgledali uvjerljivo i stvarno). To je poruka koja stanovnicima govori: vi niste dionici urbanosti i možete to postati jedino ako nama, koji jesmo, prepustite da se brinemo o tom procesu; vi niste sposobni za implementiranje tekovina urbanog i modernog života u svoje naselje, mi smo jer imamo ekskluzivne alate i sposobnosti koje su za to potrebne, a koje vi nemate. Dio toga je i korištenje 3D vizualizacije za reprezentaciju stvarnosti, kojom se poručuje: mi znamo kako izgleda grad i budućnost, možemo zamisliti kako treba modernizirati naselje, možemo to i pokazati, odnosno dokazati; vi nemate (animacijske) alate niti kapacitet, u vidu tehnološke pismenosti, koji omogućava sudjelovanje u toj budućnosti. Ovako se video odvaja od sadašnjosti i putuje u tehnološku budućnost.

Video započinje sekvencom prisjećanja idealistične prošlosti gdje se, zbog postojanja žičare, granice urbanog i ruralnog brišu. Video se nastavlja na sekvencu želje, maštanja i proizvodnje ideja koje nedostaju u manjkavoj sadašnjosti, pa nadovezuje na magičnu budućnost, punu nepostojećih sredstava za izgradnju nepostojeće žičare, aludirajući na nepostojeću urbanost područja. Krug prosperiteta zatvara se slikom idealne, nasmiješene i heteronormativne obitelji. U tom završetku otkrivaju se ideje oko koje se želi oblikovati naselje. Žičara je facilitacija ideje urbanosti koja nije namjera stvaraoca projekta. Tom idejom, medijatiziranom kroz projekt nove žičare, zapravo se pokušavaju implementirati vrijednosti suprotne od napretka, modernosti i inovativnosti, koje se asociraju s urbanom svakodnevicom: obiteljske, konzervativne i tradicionalne vrijednosti, koje obnavljaju ruralan način života.

## **6. PODRUČJA RAZONODE**

Oblici rasonode ključni su dio urbanog života. Mijenjaju se i oblikovani su procesima proizvodnje i potrošnje kao ključnog dijela urbanog života. (Bell et al., 2008: 167) Potrošnja je proces koji isključuje one bez kapitala za sudjelovanje u njemu. „Ako ne kupujete, zašto ste ovdje?“, (Atkinson, 2001 u Chatterton, P. i Hollands, R. 2003) posebno je relevantno pitanje u slučaju trgovačkog centra, poput Meridijana 16, čiji opstanak ovisi o profitu i dobiti. Kao dio potrošačkog sustava, stvara mrežu u koju su uključeni samo oni koji imaju sredstva za razmjenu dobara kojima se ostvaruje promet. Strategije poput demarkacije, sanitizacije, privatizacije i marginalizacije alternativa reguliraju geografski i simbolički pristup potrošačkoj mreži. U slučaju Meridijana 16, određuju njegovu ekskluzivnost. Medijacijom potrošačkih vrijednosti, Meridijan 16 restrukturira društvene veze u Gračanima, postavljajući nove kriterije društvene participacije i, posljedično, komunikacije.

Zbog nedostatka alternative, osobito noćnog života u slučaju mladih ljudi, umjesto da pronalaze razne mogućnosti nezavisnih kulturnih stilova, traže eskapizam. Veći objekti, koji su upravljani iz udaljenih centara odluka, rijetko implementiraju lokalne kulturne prakse. Ipak, istraživanje urbane rasonode manjkavo je ukoliko se fokusira isključivo na geografije mjesta koja su formalno i institucionalno određena, poput trgovačkih centara, jer se urbano iskustvo sastoji i od neformalnih, svakodnevnih iskustava, poput šetnje gradom (Edensor, 2000 u Bell et al, 2008: 168). Zato će se u ovom poglavlju, osim analize aktivnosti za slobodno vrijeme koje nudi Meridijan 16, a uključuju potrošačko iskustvo, fokus osvrnuti i na improvizirana područja rasonode. Ona su, osim što su područja ekonomske razmjene i društvenih problema, i dio kolektivnog, kreativnog nastojanja proizvodnje novih i reprodukcije starih načina života u gradu, kao i društvenih, odnosno kulturnih praksa. (Bell et al., 2008: 189).

### **6.1. REGULACIJA NOĆNOG ŽIVOTA**

Povezanost s gradom daje mogućnost ostvarivanja kontakta s društvenim grupama koje nisu oformljene na ograničenom području naselja. Ispitanik 6 objašnjava kako se s prijateljima ipak najčešće druži tako da jedni druge posjećuju, bilo da žive u ili izvan Gračana. Takva praksa ne iznenađuje pošto u Gračanima ne postoji formalni prostor namijenjen okupljanju raznih grupa. Nema klubova, a kafića je malo i više služe dnevnom odmoru ili usputnom

druženju nego okupljanju strukturiranom oko neke ideje ili rituala. Izostanak događaja poput koncerata, natjecanja, radionica, izložbi i sl. ukazuje također na nepostojanje načina da se ugrožene grupe, poput mladih, društveno povežu. Kako bi pripadali nekog grupi, moraju se povezati s gradom. U tom procesu prijevoz služi za umrežavanje s urbanom scenom i kulturama, kao i donošenje njenih tekovina u Gračane. Stanovnici naselja koji posjeduju vlastita prijevozna sredstva imaju privilegiju da se u urbanu supkulturnu mrežu mogu uključiti kada to pože. Ostalima je dostupnost urbane supkulture ograničena, odnosno jača što je javna prijevozna mreža bolja. S izgradnjom Meridijana 16, u naselje je uvedena nova autobusna linija koja spaja Gračane s istočnim dijelom grada i vozi jednako redovito kao i autobusna linija koja već spaja Gračane sa centrom grada. Time je udvostručena povezanost stanovnika s gradom, ali i njegovih urbanih tekovina sa naseljem u kojem ti stanovnici žive i donose ih. Dakle, s dolaskom Meridijana 16 ojačan je protok, odnosno cirkulacija alternativnih ideja drugačijih od onih koje medijacijom prenosi trgovački centar. Ipak, i nova prometna linija, kao i dotadašnje, određena je institucionalnom regulacijom te ne omogućuje potpunu slobodu kretanja već isključivo promet na određenoj geografskoj liniji, to jest stanicama povezanosti.

Unutar naselja, mladi se okupljaju i izvan ili usprkos regulatornim zabranama i ograničenjima, odnosno ekskluzivnošću institucija. Zauzimaju prostore i prilagođuju ih svojim potrebama te redefiniiraju, usprkos kontroli aktivnosti i ograničenošću sadržaja. S izgradnjom Meridijana 16, počeli su se okupljati na parkiralištu trgovačkog centra. Centar upravljanja Meridijanom osvijestio je tu praksu i definirao kao neprihvatljivu jer je na ulaz centra stavljen natpis kako je zabranjeno korištenje parkirališta tijekom noći. Sličnu praksu mladi su već otprije prakticirali na području Parka prirode Medvednica, gdje bi se okupljali na klupama duž planinarskih staza, što još uvijek rade. Ispitanica 3 potvrdila je kako je, prije radova na tramvajskoj liniji, redovito išla nalaziti se s društvom u prirodu. Sada je, s prijateljima, društvene aktivnosti premjestila u grad. Čudno je zamisliti da prirodu izjednačavaju s betonom, ali i jedno i drugo je povezano dimenzijom institucionalne regulacije što implicira na traženje prava na grad kroz čin pobune protiv institucija koje se nisu pobrinule za potrebe svih svojih stanovnika.

## **6.2. RURBANA PRIRODA I DRUŠTVO**

S druge strane, zanimljivo je kako Meridijan 16 preuzima estetiku noći u prirodu kako bi skrenuo pozornost s činjenice da se radi o instituciji koja opstruira uživanje u njoj. Naime, velika zgrada, kako se prolazi Gračanskom cestom, ometa pogled prolaznika, koji bi mogli biti u šetnji, na noćno nebo. Zato su po zidu centra, koji gleda na cestu, postavljena rasvjetna tijela koja simuliraju sjaj zvijezda. Stvaranjem umjetnog spektakla pomoću tehnologije pokušava se natjecati s prednostima koje za aktivnosti u slobodno vrijeme ima prostor koji okružuje trgovački centar. Ispitanik 5, na primjer, ima naviku vožnje biciklima s bratom, koji živi u blizini. Na taj način održavaju društveni kontakt i povezanost. Blizina Parka prirode Medvednica, prožetog brojnim planinarskim i biciklističkim stazama, ruralna je konkurencija trgovačkom centru kao žarištu rasonode u modernom svijetu. Meridijan 16 nudi alternativu u obliku teretane koja se nalazi na vrhu trgovačkog centra. S njenih prozora se, kao i tijekom šetnje parkom, nudi pogled na prirodu, a uz to ima elemente urbane organizacije treninga, ponude i usluga kao i cijeli nogometni teren, kakav se ne može naći u divljoj prirodi. Teretana se nalazi na 3. katu, a na putu do nje, na 1. katu, nalazi se dućan sportskom odjećom, opremom i opremom, „Intersport“, koji je reklamiran i na ulasku u centar te najavljen u obliku velikog logotipa na pokretnim stepenicama, koji usmjerava prema gore. Utoliko, polje rekreacije u centru je povezano i s područjem potrošnje. Posjetitelji obližnjeg Parka prirode u tome imaju dvostruku korist: jedna je da se posjetom Parku mogu rekreirati bez uključenja u komercijalne tokove i protok kapitala te dobara, a drugo je da im je to dostupno ukoliko to požele. Stanovnici naselja koji nemaju kapitala za rekreativne sadržaje kakve nudi Meridijan 16, na raspolaganju imaju sadržaje Parka prirode. Ipak, to ih društveno odvaja od stanovništva s dovoljno kapitala za pristup tim sadržajima. Utoliko, rekreativna dimenzija Meridijana 16 facilitira segregaciju i odvajanje 2 društvene grupe na temelju klasnog statusa.

## **6.3. KOCKANJE: INKLUZIVNOST POTROŠNJE**

Meridijan 16 u ponudi ima i kladionicu te kockarnicu. Iako je transakcije u svrhu kladjenja i kockanja moguće obavljati i internetski, ova mjesta omogućavaju interpersonalnu interakciju uživo, na fizičkom mjestu okupljanja te potencijalno stvaranje društvenih veza i ostvarenje komercijalnog uspjeha. Ono što se skriva iza tih obećanja i svjetlećih natpisa kockarnice jest društveno propadanje koje facilitiraju takve ustanove. Sudjelovanje u njihovim sadržajima uvjetovano je isključivo ulaganjem kapitala. Iz njega su isključeni svi kojima on nedostaje.



Interakcija u tim slučajevima ima još jedan uvjet, a to je spekulativno i rizično ulaganje, koje prijete financijski ugroženima dok na situirane ne ostavlja drastične posljedice. Utoliko perpetuira i intenzivira već postojeće društvene nejednakosti, iako na istom mjestu i oko iste aktivnosti okuplja pripadnike različitih društvenih slojeva.

#### **6.4. RELIGIJSKA ZAJEDNICA**

Ispitanica 2 navela je kako lokalno stanovništvo ne zadovoljava njene kriterije društvenih potreba. Zato redovito posjećuje crkvu, radi, kako navodi, svojih duhovnih potreba, nadomještajući tako nedostatak društvene interakcije. Ispitanici 4 i 5, na primjer, napomenuli su kako su se upoznali i družili na crkvenim okupljanjima te tako zbližili, a i oformili druge važne živote veze. Na tradiciji društvenog značaja župa u okupljanju lokalnih ljudi, nastavili su se procesi društvene povezanosti unutar naselja, koji su prepoznati i od strane institucija. Na primjer, postavljeni su putokazi koji upućuju na lokaciju župa Sv. Petra i Pavla Bešići te Sv. Mihaela Gračani. Osim toga, u sklopu Parka prirode Medvednica postavljena je staza koja služi kao Križni put. Te prakse ukazuju na važnost institucije Crkve u širem području grada, pošto grad facilitira odlazak i kretanje u smjeru lokalnih centara religije. Osim toga, na stupovima diljem naselja mogu se vidjeti obavijesti o organizaciji religijskih aktivnosti i rituala, poput hodočašća i križnog puta. Iako religijske prakse imaju svoje uporište u tradiciji i već postojećim društvenim vezama, zanimljivo je što organiziraju društveni život na ruralnoj (improviziranim okupljanjima) jednako kao na urbanoj (institucionalno sponzoriranom organizacijom) razini.

#### **6.5. KULTURNO-UMJETNIČKO DRUŠTVO**

Ispitanici 4 i 5 navode kako su svoj društveni krug oformili su sudjelovanjem u aktivnostima Hrvatskog seljačkog pjevačkog društva Podgorac, u kombinaciji s religijskim vezama. To je još jedna od tradicija koja se održala na prostoru. Društvo okuplja lokalne stanovnike kroz njegovanje običaja te nudi niz aktivnosti kojima se Gračanci mogu baviti u slobodno vrijeme, a vezani su uz tradicionalne plesove, pjesme i glazbu područja. Osim toga, putem društva, lokalni stanovnici bili su u prilici putovati diljem svijeta te tako predstaviti lokalnu baštinu, kao i upoznati se s tuđom. Istodobno su sudjelovali u razmjeni suvremene kulture i vrijednosti koje njeguju, interakcijom i aktivnostima koje su dijelili s ostalim sudionicima nastupa, predstava i natjecanja diljem svijeta. Ispitanik 5 više se ne bavi sviranjem tradicionalnih

instrumenata već je, umjesto toga, počeo svirati električnu gitaru. Nije glazbeno obrazovan izvan amaterskog djelovanja u Podgorcu, tijekom kojeg je naučio osnove sviranja glazbenih instrumenata. Utoliko je djelovanje tog Društva utjecalo na njegov osobni razvoj, poticanjem kulturne aktivnosti koja je inače nedostupna na području (u Gračanima nema glazbenih škola). Ispitanik 5 inovativno koristi stečena znanja kao medijski (pro)izvođač tradicionalne glazbe u odnosu na vlastitu poziciju kao medijskog konzumenta rock glazbe kako bi napokon postao i njen (pro)izvođač. Na tom primjeru vidljiv je jedan od načina kako stanovnici Gračana kombiniraju ruralne i urbane prakse u svrhu oblikovanja vlastitog identiteta po želji.

## **6.6. KOMODIFIKACIJA DOMAĆINSTVA**

Kućanske prakse u medijatiziranom svijetu dobivaju na vrijednosti i postaju izvorom kapitala. Njihova komodifikacija vidljiva je diljem Gračana. U Meridijanu 16, sustav odlaganja otpada i reciklaže nudi povrat novca za određene materijale. Vrtlarenje te uzgoj voća i povrća za mnoga kućanstva diljem naselja način su opuštanja i rasonode dok se u Meridijanu plodovi takvog uzgoja i brige prodaju u korist profitabilnosti. Isto vrijedi i za uzgoj životinja. Nedaleko od Meridijana nalazi se kućanstvo u kojem se, u improviziranom prostoru, čuvaju koze i kokoši. Njihove prerađevine mogu se naći, za određenu cijenu, u Meridijanu 16. Osim toga, na stupovima diljem naselja mogu se pronaći oglasni letci s ponudama prodaje raznih „domaće“ uzgojenih proizvoda, što ukazuje na činjenicu da se komodifikacija odvija kako na urbanoj tako i na ruralnog razini naselja.

Ispitanica 4 navodi kako oduvijek živi u Gračanima. To se nije promijenilo niti kada je odlučila osnovati vlastitu obitelj, s kojom se preselila u stan što se nalazi samo nekoliko minuta udaljenosti pješice od kuće njenih roditelja. Majka je dvoje djece i, iako zaposlena, nije ih upisala u vrtić pošto joj blizina roditelja omogućava korištenje tzv. „baka-servisa“: kada se ne može brinuti za djecu, ostavlja ih na čuvanje svojim roditeljima. Uz to, zaposlena je na zanemarivoj udaljenosti od vlastitog doma, odnosno doma roditelja. Njen poslovni i obiteljski život ograničen je isključivo na područje Gračana te nema potrebu za korištenjem urbanih resursa facilitacije kombiniranja poslovne i obiteljske sfere. Ipak, njihova prisutnost u Gračanima, u obliku odgojnih ustanova, poduzetničkih pothvata i strategija, ukazuje na raspršenost obiteljskog i poslovnog života. Prostori za djecu razvijeni su po uzoru na prakse rasonode u domaćinstvu, poput improviziranih dječjih igrališta i terasa za druženje što se

repliciraju u kafićima te dućanima s igračkama, a za koje također treba odvojiti određeni kapital.

Osim odgoja, i obrazovanje, odnosno intelektualna razonoda se komodificira. Na primjer, Ispitanica 2 se putem svog tableta redovito „obrazuje“, slušajući, gledajući ili čitajući filozofske rasprave i teorije. Visokoobrazovana, ima potrebu za intelektualnim sadržajima i interakcijama kakvima nema pristup unutar svog društvenog kruga koji je ograničen na njenu obitelj. U ovom slučaju medijska komunikacija, odnosno obrazovanje, komodificirano je na način da se konvergencijom starih naplaćuju isti sadržaji na platformama novih tehnologija, poput čitanja knjiga na tabletu. Za posljedicu ne dolazi do promjene u društvenim odnosima i poziciji već njenom učvršćivanju. Komodifikacija facilitira intelektualni razvoj ispitanice, ali, samim time, dokida potrebu za socijalizacijom i perpetuira njenu društvenu izoliranost.

## 7. PODUZETNIŠTVO

Kao što je vidljivo iz prethodnog poglavlja, potrošnja i kultura važan su element geografskog istraživanja. Oba čimbenika su uklopljena u strategije promocije 'novog urbanog reda' gradova koje je obilježeno rastućom kompetitivnošću. (Jayne, 2006: 34) U njemu, gradovi se natječu kroz stvaranje novih slika privlačnih investitorima, poslovnima i potrošačima. (Short, 1996 u Jayne, 2006: 38). Meridijan 16 dio je novog urbanog reda utoliko što njegova pojava, ikonografija i dizajn tvore novu sliku u postojećem okolišu. Ona poziva na ulaganje, proizvodnju i trošenje, implicirajući kako je u kreaciju trgovačkog uloženi trud kako bi ga se učinilo privlačnijim i konkurentnijim na tržištu, to jest implicirajući ujedno i na postojanje tržišne konkurencije na užem i širem području. Kultura i potrošnja postali su ključni čimbenici urbane kompetitivnosti. Njihova uloga je u promociji i, posljedično, prodaji mjesta za život i posao stvaranjem 'mitskih mjesta'. (Florida, 2003 u Jayne, 2006: 39)

Mark Jayne u istraživanju proizvodnje i potrošnje upućuje na kulturnu geografiju, pristup koji se bavi međusobnim utjecajem i transformacijama između kulture i mjesta, odnosno područja. Nedavno shvaćanje istraživanja kojima se kulturni geografi bave jest da geografsko raznovrsne političke, društveno-prostorne i kulturne prakse sačinjavaju proizvodnju i potrošnju prostora, mjesta, dobara i usluga. Njihovim izučavanje u vezu se dovodi lokalno i globalno, individualci, društvene grupe, urbane promjene te proizvođači i potrošači diljem svijeta. Cilj kulturne geografije je predstaviti kulturu iz geografske perspektive, odnosno mjesto i područje iz kulturne perspektive, s fokusom na svakodnevne prakse i specifične, prostorno određene fenomene. (Jayne, 2006: 34)

Gradovi su mjesta, odnosno područja suvremenih naprednih ekonomija u kojima je potrošnja medijalizirana na najspektakularniji način, onaj koji ju čini neizostavnim dijelom modernog života i urbane morfologije (Jayne, 2006: 35). Potrošnja, kultura i grad su u dijalektičkom odnosu i međusobno se oblikuju (Jayne, 2006: 36). Meridijan 16, kao trgovački centar, fokus je istraživanja kulturnih geografa pošto je ujedno i centar potrošnje. Utoliko studija medijalizacije iz te perspektive otkriva kako mijenja svoju okolinu i svakodnevne prakse te ostvaruje potvrđivanje identiteta i pripadanja kroz potrošnju.

Kulturna ekonomija, pristup proučavanju prostora, mjesta i potrošnje, ne ograničava se na jednu točku već analizira kompleksnu mrežu konstrukata i pregovaranja političkih,

ekonomskih i kulturnih praksa u procesu karakterizacije nekog specifičnog mjesta i prostora, njegova identiteta i načina života. (Jackson and Thrift, 1995 u Jayne, 2006: 37) Utoliko se u ovom poglavlju analiza ne ograničava isključivo na Meridijan 16 već na širi rurbani potrošački pejzaž Gračana.

Proučavanje potrošnje potrebno je pošto granice ekonomskog i simboličkog postaju sve mutnije (Lash i Urry, 1994.: 64 u Jayne, 2006: 37). Kulturna ekonomija na primjeru analize potrošnje ukazuje kako ekonomija funkcionira kao kulturna praksa, i obrnuto. Scott upozorava kako lokalne, urbane i regionalne tradicije i norme oblikuju strukture i strategije poslovanja. Naglašava i kako se jednaka pozornost treba posvetiti proučavanju proizvodnje koliko i potrošnje. (Scott, 2000: viii u Jayne, 2006: 37) Jayne njihovu jednakost potvrđuje spajajući ih u jedinstvenu sintagmu 'proizvodnja-potrošnja'. (Jayne, 2006: 41). Scott objašnjava da su ti pojmovi povezani slikama, simbolima i porukama koje su distribuirane u potrošnju nakon što su proizvedene. Inovacija i kreativnost uz to imaju ulogu u organiziranju radnih i društvenih aktivnosti s ciljem ostvarivanja ekonomske dobiti. Pri interpretaciji vodi se računa o Scott-ove 4 osnovne razine analize u promatranju posljedičnih društvenih fenomena: stvaranje kulturnih zajednica, podrijetlo ekonomske aktivnosti, dinamika nakupljenih ekonomskih sustava i priroda konkurencije. (Scott, 2000: 38 u Jayne, 2006: 37)

## **7.1. TRGOVAČKI CENTAR**

Svi lokali u Meridijanu 16 (Konzum, DM, Mano, Mana, Farmacia, Hrvatska lutrija, Exclusive Change, Intersport, ZooCity, Denis, Invictus, Tisak, Simple, Clean Express) dio su već postojećeg lokalnog, nacionalnog ili međunarodnog lanca trgovina s unaprijed komercijalno i marketinški predodređenim identitetom. Kad se uđe u njih, može se biti u bilo kojem drugom lokalu istog lanca. Organizacija kretanja kroz lokal, raspored artikala i vizualni identitet otprije će biti naučeni i poznati stanovnicima ostalih dijelova Zagreba, u čijim naseljima već postoje lokali istih lanaca. Unutrašnjost lokala većih lanaca, poput „Konzuma“ ili „dm“-a, poznata je i stanovnicima urbanih sredina diljem Hrvatske, ali i Europe.

Ovisno o rasprostranjenosti lanca određenog lokala, ali i doticaju te uključenosti posjetitelja, odnosno konzumenta, evocira se jači, odnosno slabiji osjećaj familijarnosti, svakodnevnice, isprobanog i sigurnog. Logotipi brand-ova lanaca, koji su u cjelokupnoj slici pejzaža istaknuti na ogromnim, svjetlećim stupovima sagrađenim isključivo u tu svrhu, u tom kontekstu služe

kao znakovi koji signaliziraju program i sadržaj centra, upozoravaju da po ulasku u lokale slijedi nešto poznato te obećavaju ispunjenje unaprijed stvorenih očekivanja, uspostavljenih kroz povijest izgradnje brand-a i legitimiranih kroz iskustva stanovnika. Ovaj shopping centar utoliko služi kao alat za podučavanje stanovnika ove specifične urbane sredine prepoznavanju „sigurnih“ brandova izvan njihove sredine, asociranju istih kao sinonimnih za osjećaj svakodnevnice i familijarnosti te poistovjećivanju s identitetom koji isti brand-ovi promoviraju. Uz to, društvo umrežavaju i orijentiraju unutar mreže signalizacije tih brandova diljem grada, Hrvatske i Europe.

Kombinacija tih „znakova“, to jest logotipa brand-ova istaknutih ispred centra, s jedinstvenim i univerzalnim identitetom i organizacijom lokala čine pozivnicu za stanovnike u kojoj je objedinjena strategija umrežavanja shopping centra te kulture konzumerizma i potrošnje u njihovu svakodnevnicu kao približavanje „urbanosti“. Kontrolirana uređenost lokala po načelu multipliciranja identiteta brand-ova ukazuje na provođenje strategije širenja i kolonizacije. Kontrola, uniformiranost, regulacija i multiplikacija manifestirani u tom shopping centru odgovaraju značajkama organiziranog sustava što upućuje na postojanje jedinstvenog, usko centraliziranog izvora upravljanja s određenim, singularnim i specifičnim ciljem. Kroz tu intertekstualnost, Meridijan 16 otkriva se kao dijelac u većoj mreži masovne produkcije. Zamjenjuje interpersonalnu komunikaciju u odnosu prodavača i kupca, poput one u manjim dućanima, što su, prije pojave centra, bili jedini distributeri dobara na području. Tako se umanjuje vrijednost interpersonalne komunikacije i dolazi do promjene društvenih odnosa s mikro na makro razinu pri svakodnevnom iskustvu kupovine odnosno prodaje. (Livingstone, u Lundby, 2009: IX). Iskustvo potrošnje se, premještanjem u trgovački centar, pretvorilo u iskustvo spektakla, koji je rezultat modernih načina proizvodnje, isto kao i razna dobra što se u trgovačkom centru prodaju. Iskustvo trgovačkog centra kao spektakla je sastavljeno u medijalizaciji društva kroz reklamiranje kako proizvoda tako i određenog stila, imidža i načina života (Debord, 1999). Stanovnici do trgovačkih centara ne idu isključivo radi zadovoljena svojih materijalnih već i kulturnih potreba. Lokalne obitelji ga koriste kao aktivnost razonode, potvrđuje Ispitanik 5. U slobodno vrijeme odveze obitelj u trgovačke centre već od Meridijana jer im je ondje zanimljivije i imaju više toga za vidjeti. Iskustvo spektakla, dakle, postaje kriterij vrednovanja i definiranja nečega kao trgovačkog centra.

Proces kolonizacije ruralnog od urbanog nije započeo izgradnjom centra već puno prije. Meridijan 16 samo je fizička materijalizacija naizgled nevidljive kolonizacije koja traje od

inicijalnog kontakta stanovnika Gračana s urbanim načinom života te pozicioniranjem (ideološkim, a ne geografskim) u odnosu na njega. Centar je označio službeno geografsko pozicioniranje urbanosti u Gračanima, ispunio simboličku funkciju postavljanja zastavice na osvojeno područje. Ali, do postavljanja zastavice ne bi došlo bez kontinuiranog osvajanja i kolonizacije područja idejama i informacijama koje su do njegovih stanovnika dolazile i učile ih urbanom načinu života.

## **7.2. MALO PODUZETNIŠTVO**

Obrti i poslovi različite namjene i usluga, koji su otvoreni nakon dolaska Meridijana 16, ukazuju na kontinuiranost pregovaranja identiteta društvene zajednice čiji su dio od strane stanovnika Gračana. U tom slučaju, medij, odnosno poruka trgovačkog centra pročitana je i interpretirana kao mjesto kapitalizacije proizvodnje i razmjene dobara. Tu ideju su stanovnici išli imitirati otvaranjem vlastitih točaka (salon ljepote, pekara i autopraonica) ostvarivanja kapitalističke dobiti. Stanovnici su, ulazeći u konkurenciju s Meridijanom 16, pokazali ne samo kako su pismeni sudionici procesa urbanizacije već i jednakopravni, s istim pravom da ostvaruju dobit i uživaju u ostalim blagodatima urbanog života. Time su se, u odnosu na Meridijan kao medij, odnosno poruku, pozicionirali kao aktivne publike koje ne sudjeluju, ne prihvaćaju niti pasivno promatraju ideje, vrijednosti i način života koji im se nameće. Oni su poruke koje Meridijan 16 šalje i predstavlja, kao u slučaju video prezentacije Grada Zagreba, slobodno interpretirali te ih prilagodili svojim idejama i vrijednostima. Tako se pekara na primjer zove 'Friško', naziv koji odgovara narječju kraja, ali je ispisan svjetlećim neonskim natpisom, kao i nazivi lokala u Meridijanu 16. Autopraonica se zove 'Rota', po prezimenu obitelji koja ju vodi i živi iznad garaže u kojoj operira. Naziv i poziv u autopraonicu oblikovan je grafičkim rješenjem koji se sastoji od jednostavne, oble tipologije i ilustracija u primarnim bojama. Umjesto na mehaniku automobila i brzinu prijevoza, podsjeća na jednostavnost i razigranost djetinjstva, asocirajući i pozivajući tako na obiteljske vrijednosti, u kombinaciji s činjenicom kako se zaista radi o obitelji koja posao vodi.

Iz navedenih primjera, vidljivo je kako stanovnici nisu isključivo prilagođavali sebe procesu urbanizacije već su ga i sami oblikovali. Opet se radi o čimbeniku koji dokazuje kako je u pitanju dvosmjerni proces i ne određuje ga jedan akter već svi uključeni. Stanovnici su i sami postavljali svoje poruke, kao i centar, po uzoru na centar, kao da su ravnopravni s njim. Pošto je postavljen na prometnoj lokaciji, uz glavnu cestu naselja, i otvoren svima, ujedno je

otvoren i istraživanju, proučavanju, preispitivanju i interpretaciji. Kao takav, služi stanovnicima kao alat za učenje, prilagodbu i preživljavanje u tranziciji s ruralnog na urbano, u borbi protiv monopola i kolonizacije, a za vlastiti identitet, način života, prosperitet i egzistenciju. Otvara tako i vrata pregovorima klasne i ideološke pozicije stanovnika, dok oni, kako bi u pregovorima sudjelovali, pokazuju da su i sami otvorili vrata urbanizaciji i urbanim vrijednostima.

Novootvoreni lokali, nakon izgradnje Meridijana 16, postaju alternativni izvor informacija o tome kako se prilagoditi toj novoj pojavi i konkurirati joj. Pretvaraju se u medijatore, odnosno posrednike između vrijednosti što ih njeguje stanovništvo Gračana i vrijednosti koje predstavlja Meridijan 16. Na primjeru tih lokala, moguće je ustvrditi u kojem su odnosu te vrijednosti iz perspektive njihovih vlasnika. Naime, navedeni poduzetnički pothvati nadograđuju se na već postojeće prakse domaćinstva i obiteljskog života, kako funkcionalno, tako i vizualno. Prvo, u vlasništvu su obitelji. Drugo, članovi vlasničke obitelji u njima ujedno i rade. Treće, članovi vlasničke obitelji, to jest radnici lokala obitavaju u istoj kući u kojoj su lokali otvoreni. Lokali nisu fizički odvojeni od obiteljskog doma. Četvrto, djelatnost lokala povezana je s domaćinstvom, odnosno svakodnevnom praksom kuhanja i pranja. Iz nabrojanih čimbenika zaključuje se kako je malo poduzetništvo, potaknuto dolaskom Meridijana 16, odraz već postojećih tradicionalnih, obiteljskih vrijednosti i želje za njihovim daljnjim njegovanjem. Urbanost koju predstavlja Meridijan 16 na lokalno poduzetništvo utjecala je utoliko što je pomogla nadograditi već postojeći vrijednosni okvir obitelji kapitalom kroz implementaciju trgovačke prakse u domaćinstvo, odnosno komercijalizaciju domaćinstva. Radi se, dakle, o komodifikaciji kućanskog rada. Upravo taj aspekt lokalnog poduzetništva čini ga konkurentnim lokalima u Meridijanu 16.

Ispitanik 1 navodi kako je prije izgradnje Meridijana 16 s obitelji prakticirao odlazak u trgovačke centre diljem grada, temeljeći odabir na reklamnim materijalima koje su primili poštom. S obzirom na to da su lokali Meridijana 16 dio već postojećih lanaca, familijarnošću izazivaju već postojeće navike i potrošačku praksu stanovnika, koji su ih stekli radi mogućnosti ispunjavanja svojih potreba kroz povezanost s urbanijim dijelovima grada. No, i u slučaju novih lokala odvija se sličan proces. Stanovnici koji prehranjuju obitelj tako npr. nevoljko kupuju krušne proizvode na ponudi u Meridijanu 16 jer sumnjaju u porijeklo i proces njihove proizvodnje, dok, pošto i sami doma kuhaju, mogu zamisliti kako to rade pekari kruha u lokalnoj pekari, koji su obiteljski ljudi, kao i oni. Navike koje su stečene unutar



lokalnih obitelji sada facilitiraju njihovo pozicioniranje kao konzumenata u odnosu na novootvorene obiteljske lokale. Stanovnici se poistovjećuju s njihovim vlasnicima jer lokali odražavaju iste prakse i vrijednosti koje sami njeguju. U ovom slučaju se identifikacijom, umjesto familijarnošću, ostvaruje povjerenje, a posljedično s time tržišna konkurentnost.

## 8. ZAKLJUČAK

Trgovački centar Meridijan 16 centar je u smislu koncentracije niza usluga u jednoj točki. Povezuje se s drugim centrima čiji izvor moći upravljanja Gračanima nije poznat niti vidljiv nigdje u naselju. Radi se o upravljačkim centrima, odn. klasterima usluga povezanim u jedinstvenu mrežu globalnih gradova. Tokovi informacija, znanja, zapovjedi, osoblja i ideja cirkuliraju između njih i ureda i tvrtki (Taylor, 2004, u Hubbard, 2006: 181), poput onih u Meridijanu 16. To je samo jedan od niza centara poslovanja koji Zagreb uvezuje u mrežu globalnih gradova, od kojih su London, New York i Tokyo na vrhu hijerarhije (Taylor, 2004, u Hubbard, 2006: 181).

Za usporedni primjer možemo uzeti i Radničku cestu koja je, izgradnjom poslovne, uredske infrastrukture, stvorila vezno čvorište poslovanja unutar mreže globalnih gradova. Time je postala novi, poslovni centar samog Zagreba, mijenjajući tako i lokalnu strukturu upravljanja te umreženosti. Navedene promjene utjecale su neizbježno na transformaciju područja Radničke ceste i okolice te ostavile posljedice na lokalne stanovnike u obliku gentrifikacije, centralizacije moći te propadanja industrije i radničke klase (Čabraja, 2016: 36-37).

Poslovne agende kojima se upravlja Meridijanom 16 jačanjem globalne povezanosti također izazivaju promjene na lokalnoj razini. Prometnom infrastrukturom manipulira se s ciljem ostvarivanja većeg profita, a prakse rasonode komodificiraju se s istim ciljem. U oba slučaja, poslovanje Meridijana 16 oslanja se na tradiciju društvene organizacije kako bi iskoristio njene tekovine i prilagodio ih organizaciji suvremenog, globalnog tržišta da bi opstao. U tome je inovativnost prakse ovog trgovačkog centra, koji ruralne vrijednosti i elemente svakodnevnice u Gračanima pretvara u valutu globalnog trgovanja i protoka kapitala. U tom procesu, na prostoru u kojem je situiran, naišao je na jednako kreativan otpor.

Novi lokali medijatori su inovativnih ideja kombiniranog ruralnog i urbanog načina života. S jedne strane, ona se sastoji od tradicionalnih ideja o domu kao obiteljskoj jedinici te domaćinstvu i kućanskom radu kao neizostavnom elementu svakodnevnice. S druge strane, prisutne su ideje neoliberalizma u praksi samoodrživosti, gdje dom istodobno ima funkciju društvenog i privrednog centra, te slobodnog tržišta, na kojem i domaćinstvo te plodovi kućanskog rada mogu dobiti na vrijednosti, odnosno cijeni, i biti konkurentni. Takvom strategijom pomirenja tradicije i modernosti obiteljska zajednica postaje mogući izvor

kapitala u neoliberalnoj ekonomiji. Sukladno s time, prihvaćanje obiteljskih vrijednosti predstavljeno je kao preduvjet opstanka onih članova društva koji nisu voljni prihvatiti sve ili neke od ideja koje u sebi nosi Meridijan 16, odnosno prilagoditi se društvenoj organizaciji koju uvjetuje. Pošto su obiteljske zajednice temelj tradicionalne organizacije društva, ovaj fenomen ukazuje na perpetuiranje održavanja rurbanog identiteta područja, usprkos implementaciji novog elementa urbanizma – Meridijana 16.

Stanovnici Gračana u susretu s trgovačkim centrom nalaze nove načine da ga prilagode već postojećim obrascima društvenog života na prijelazu između grada i sela te tako održe, odnosno izbace (ne)željene urbane, ali i ruralne ideje u svakodnevnici i načinu života u naselju. Odluke o reorganizaciji u interakciji s Meridijanom 16 donose na temelju znanja i spoznaja stečenih putem vlastitog specifičnog iskustva potrošača koji se nalazi u hibridnoj rurbanom poziciji. Njihova prednost je dvostruka perspektiva urbanog i ruralnog na temelju koje biraju kakve prakse i navike žele prihvatiti, a kakve odbaciti pri susretu s novitetima u naselju.

Svjesni su svoje moći kao konzumenata u polju tržišnog natjecanja i svjesno ju koriste kako bi održali dotadašnji način i organizaciju života. Tradicionalnost stanovnika Gračana je utoliko dvostruka. Na jednoj razini, ona se očituje kroz njegovanje obiteljske zajednice kao osnovne jedinice društvene organizacije. Na drugoj razini, tradicionalnost društvenog funkcioniranja u Gračanima odražava se u odupiranju promjeni i participativnoj apropijaciji iste, kako u vidu postojećeg društvenog temelja, tako i hibridne rurbane pozicije, odnosno identiteta naselja u širem kontekstu grada. Stanovnici se rurbanosti ne žele odreći jer bi to, osim odbacivanja vrijednosti koje njeguju, u pitanje dovelo i uživanje prava na izbor te odabir kretanja između života na selu i života u gradu.

## 9. LITERATURA

- Bell, David, Holloway, Sarah L., Jayne, Mark i Valentine, Gill (2008) *Pleasure and Leisure*. In: Hall, Tim, Hubbard, Phil and Short, John Rennie (ed.), *The Sage Companion to the City* (167 – 184). Los Angeles/London/New Delhi/Singapore: SAGE Publications
- Burgess, Ernest W. (2010) *The Growth of the City*. In: Gary Bridge and Sophie Watson (ed.), *The Blackwell City Reader, 2nd Edition* (339 - 343). Oxford: Blackwell.
- Castells, Manuel (2009) *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press
- Chatterton, P. i Hollands, R. (2003) *Urban Nightscapes: Youth Cultures, Pleasure Spaces and Corporate Power*. London: Routledge
- Couldry, Nick (2010) *Theorising Media as Practice*. U: Bräuchler, B. i J. Postill (ur.) *Theorising Media as Practice* (35 - 54) Oxford/New York: Berghahn
- Čabraja, Iva (2016) *Globalni gradovi u lokalnom kontekstu: Komunikacijske prakse prostorno-vremenskog sažimanja u poslovnoj zoni zagrebačke Radničke ceste*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu
- Debord, Guy (1999) *Društvo spektakla*. Zagreb: Arkzin
- Hubbard, Phil (2006) *City*. London & New York: Routledge
- Jayne, Mark (2006) *Cultural Geography, Consumption and the City*. *Geography*, 91(1): 34-42 Millington, Gareth (2011) *Race, Culture and the Right to the City*. Longon: Palgrave Macmillan
- Krivy, Maros, Mendieta, Eduardo, Richter, Anna and Catterall, Bob (2011) On 'the urbanism of nothing'. *City: analysis of urban trends, culture, theory, policy, action*, 15(2): 241-249.
- Lefebvre, Henri (1991) *The Production of space*. Oxford/Cambridge: Basil Blackwell
- Lefebvre, Henri (2014) *Dissolving city, planetary metamorphosis*. *Environment and Planning D: Society and Space* 2014(32): 203 – 205
- Livingstone, Sonia (2009) *Foreword: Coming to Terms with 'Mediatization*. U: Lundby, Knut (ur.) *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. (ix – xiii) New York: Peter Lang
- Lundby, Knut (2014) *Mediatization of Communication*. Berlin/Boston: Walter de Gruyter
- Morley, David (2000) *Home Territories*. London/New York: Routledge
- Morley, David (2011) *Communications and Transport: The mobility of information, people and commodities*. *Media, Culture & Society* 33(5): 743 –759

Moore, Shaun (2000) *Media and Everyday Life in Modern Society*, Edinburgh: Edinburgh University Press

Wachsmuth D. i Brenner N. (2014) Introduction to Henri Lefebvre's "Dissolving city, planetary metamorphosis". *Environment and Planning D: Society and Space* 2014(32): 199 – 202

### **Internetske stranice**

Youtube.com (2017) Nova žičara Sljeme Zagreb.

<https://www.youtube.com/watch?v=rcE9ia010JI&feature=youtu.be> Pristupljeno: 30.6.2017.

Zagreb.hr (2017) Predstavljanje nove zagrebačke žičare.

<http://www.zagreb.hr/predstavljanje-nove-zagrebacke-zicare/105867> Pristupljeno: 30.6.2017.

Zet.hr (2017) Mreža tramvajskih dnevnih linija. <http://www.zet.hr/tramvajski-prijevoz/dnevne-linije/249> Pristupljeno: 30.6.2017.

Zet.hr (2017) Trase autobusnih linija. <http://www.zet.hr/autobusni-prijevoz/dnevne-linije-251/251> Pristupljeno: 30.6.2017.