

Emica Antončič

Parki in »parki«

Medtem ko smo v uredništvu Dialogov na začetku letošnjega poletja pripravljali tematsko številko o prenovah starih mestnih jeder, se je v Mariboru s festivalom Lent dogajalo oživljanje prostorov starega mestnega središča v praksi. Mariborčanom se v zadnjem času ni potrebno pritoževati nad pomanjkanjem kulturnih dogodkov v središču mesta. Opaziti je mogoče, da so nekatere zunajinstitucionalne skupine mladih ustvarjalcev odkrile marsikateri zapuščeni kotiček. Toda v zasnovi in kvaliteti so med tako lociranimi prireditvami velike razlike. To velja tudi za improvizirana prizorišča, ki se v mestu namnožijo med festivalom Lent. Program uličnega gledališča, ki prihaja iz Ljubljane, res oživi marsikateri trg ali dvorišče in številnim meščanom, ki sicer nikoli ne prestopijo praga gledališke dvorane, tako rekoč pod nos postavi umetniški dogodek. Toda na drugi strani številna šotorišča in reklamni izveski festivalskih sponzorjev neizmerno kazijo arhitekturno podobo mesta, žal pa se v mestu o tem problemu molči.

Tako ostaja odprto vprašanje, zakaj je temu tako in zakaj festival Lent nikakor ne poskrbi za kvalitetno selekcijo in resnejši programski koncept? Odgovoru nanj se bomo poskušali približati tako, da si bomo ogledali najmlajši lentovski eksces v mestnem prostoru, to je t. i. »Park doživetij z Art kampom«, ki je zavzel Mestni park (fotografije letošnjega dogajanja si lahko ogledate v rubriki Ogledalo).

Beseda park v svojem primarnem pomenu označuje *negovano površino z drevjem, rastlinjem, navadno v mestih, prirejeno zlasti za sprehode*. Poleg tega osnovnega poznamo še druge vrste parkov, zunaj mest npr. grajske, narodne, pokrajinske in spominske, v novejšem času pa so postali popularni zabaviščni, tematski in t. i. urbani parki, ki vključujejo tudi površine za rekreacijo. Mariborski Mestni park je nastal (tako kot parki povsod po Evropi) med vzponom tukajšnjega meščanstva v drugi polovici 19. stoletja. Zasajen je bil pretežno kot t. i. angleški park, torej v slogu naravne krajine, ob kateri si lahko meščan spočije oko in duha. Park je bil povečan in kvalitetno dograjen v osemdesetih letih 20. stoletja, torej v času socializma, in takrat tudi zaščiten z občinskim odlokom kot spomenik oblikovane narave. Toda v neoliberalizmu je ta zaščita očitno popustila, kajti vanj je vdrl lentovski *Park doživetij*.

Že samo ime razkriva ambicijo po zabaviščnem ali tematskem parku, spremljajoči *Art kamp* pa pomeni ustvarjalne delavnice v prostoru, ki je podoben kampu. S tem samim po sebi ne bi bilo nič narobe, če si tako dogajanje za svoje prizorišče ne bi izbralo Mestnega parka, ki je kul-

turni spomenik mariborskega meščanstva, in začelo spreminjati njegove funkcije: v zabavišče, trgovino, okrepčevalnico in kamping hkrati. Ljudje med festivalom v njem dirkajo z gokarti, se zabavajo na različne načine, kupujejo na stojnicah, jejo in pijejo v lokalih pod krošnjami, se igrajo in ustvarjajo in si ogledujejo predstave v velikih neokusnih šotorih, ovešenih z reklamnimi napisi. Organizatorji teh prireditev so v lokalnih medijih postali junaki, ker so otrokom v času počitnic, ko so »prepuščeni sami sebi, televiziji ali internetu«, ponudili ustvarjalne delavnice v prijetni senci dreves. Kdo bi si upal protestirati zaradi nekaj uničene trave in grdih razgledov ob tako v srce segajoči dobrodelni dejavnosti? In kdo bi v vsej evforiji opazil zgovorno podrobnost, da so ustvarjalne dejavnosti na vsem okupiranem prostoru pravzaprav v manjšini, največ parka pa zavzemajo reklamne akcije nekaterih podjetij in seveda gostinski lokali, ki so v parku dobili krasen letni vrt. In kdo bi še opazil, da so nekatere dejavnosti tam bolj ali manj tudi samo formalno, npr. »čitalnica na jasi«, v kateri naj bi ljudje brali, kar pa dejansko ni mogoče, če v neposredni bližini nabijajo po bobnih ali se z osrednjega odra razlega oglušujoča glasba. Skromno ponudbo čtiva so priskrbele nekatere založbe in knjigarne, kar pomeni, da so jo podarile, kajti vse delavnice so za udeležence brezplačne. Zato pa ni brezplačna ponudba podjetij, ki sestavlja *Park doživetij*. Za vožnjo z gokartom je seveda treba plačati, prav tako za hrano in pijačo. In ljudem, vzgojenim v potrošniški kulturi velikih nakupovalnih centrov, se vse to zdi povsem normalno. Če bi bila kultura zares bistvo dogajanja v *Parku doživetij*, bi bilo treba za udeležbo v ustvarjalnih delavnicah plačati. Če bi bili sponzorji pravi družbeno odgovorni sponzorji, pa bi osvežilne pijače udeležencem delavnic delili zastonj. Ampak v Mariboru se to ne dogaja in vprašati se moramo, kako je mogoče, da je ravno tukaj prišlo do takšnega kulturnega nesporazuma, da so v stari Mestni park kot kulturni spomenik vdrli elementi zabaviščnega parka, kakršne se ponavadi zgradi in tudi uspešno trži na degradiranem mestnem obrobju? Je to posledica revščine, nizke izobraženosti in nizke splošne kulture, neznanja diplomantov pedagoške fakultete, združenih v društvu, ki vse skupaj organizira, in interesov majhnih lokalnih podjetnikov? Slednji si namreč s pomočjo festivala Lent in evforije, ki jo razpihujejo lokalni mediji (ki se tudi oglašujejo na festivalu), povečujejo promet in dobiček. Na javnih površinah v starem mestnem jedru dobijo v času festivala nove gostinske prostore. Od letos to ni več samo toliko kritizirana promenada ob Dravi s šotori z veselično kulnarično ponudbo (fotoreportaža bo objavljena v naslednji številki Dialogov), ampak jim je na razpolago tudi Mestni park!

Ker so še pred nekaj leti Mestni park ob koncu tedna okupirali mladostniki, ki so v njem ponočevali, pijančevali in razgrajali, organizatorji *Parka doživetij* radi poudarjajo kvaliteto svojih prireditev. Toda hrup in

pijača sta skupna obojim, namesto uničenih klopi pa smo dobili uničene poglede. Mestnim oblastem je uspelo iz parka pregnati spontani vandalizem, vanj pa so spustile organiziranega.

Ljudskost in popularnost festivala Lent je tisto, kar razoroži še tako ostre kritike. V Mariboru je protestirati prot temu, kar je namenjeno ljudskim množicam, še iz časov socializma bogokletno, še posebej, če si to drznejši intelektualci ali zagovorniki elitne kulture. Toda tako kot je vztrajanje pri elitni kulturi ob večkulturnosti različnih družbenih skupin zastarelo, je tudi malikovanje ljudskosti neprimerno, predvsem pa naivno. Naivno zato, ker se za ljudskostjo in množičnostjo skrivajo želje po dobičku. Ali z drugimi besedami: svet potrošnje je tisti, ki oblikuje temelje festivala Lent. Ko pogledamo nanj s tega zornega kota, se nam razjasnijo marsikateri ne-logičnosti v dogajanju: npr., zakaj festival po mestu nastelje improvizirana prizorišča kot kakšna hunska šotorišča, prelepljena z reklamami, in zakaj stojijo neupoštevajoč okolje predvsem tam, kjer je možnost, da se zbere velika množica ljudi, ali zakaj program poleg kvalitetnih dogodkov vsebuje še cel kup popolnoma deplasiranih in amaterskih prireditev, ki s kulturo nimajo nobene povezave. Predvsem zato, ker so številne prireditve – tako kot v nakupovalnem središču – samo sredstvo za privabljanje množice potrošnikov, ki potem svoj denar trošijo za blago in storitve lokalnih podjetij. Ker pa je kupna moč tukajšnjega prebivalstva majhna, se podjetja trudijo pritegniti pozornost na vse mogoče načine. Organizatorji festivala očitno ne pomislijo in ne premorejo toliko moči, da bi svoje sponzorje kultivirali in njihovo oglaševanje in posel umestili tako, da ne bi degradirala okolja. Nasprotno: bolj ko festival vztraja pri raznolikosti in se upira resnejšemu konceptu, bolj se meče v naročje sponzorjev. Kljub osemnajstim letom je daleč od svoje zrelosti. Ker pa ga ne organizira privatno podjetje, ampak javni zavod, ki ga je ustanovila in ga financira občina, in ker poteka na javnih površinah, sta njegov koncept in program nenazadnje tudi problem mestne kulturne politike.

Nedavno imenovani programski direktor Evropske prestolnice kulture 2012 je v svoj nastopni programski spis na prvo mesto zapisal prav oživitve starega mestnega jedra, zato bo zanimivo opazovati, kako se bodo interesi premešali pri tem projektu; ali bodo epekajevske prireditve v mestu sledile lentovski mentaliteti ali pa bodo uspele ustvariti novo prakso. Kajti samo spreminjanje kulturne podobe mesta ter njegove mentalitete in identitete je lahko edina utemeljena funkcija EPK-ja.

