

UDK: 711.4(497.4Ljubljana):332.1
DOI: 10.5379/urbani-izziv-2021-32-01-002

Prejeto: 28. 1. 2021
Sprejeto: 24. 3. 2021

Matjaž URŠIČ

Izgubljeni potenciali kreativne urbane regeneracije – primer prestrukturiranja območja nekdanje Tobačne tovarne v Ljubljani¹

Urbane kreativne dejavnosti so bile v tranzicijskem obdobju intenzivnih prostorskih in gospodarskih sprememb v Sloveniji pogosto predstavljene kot pomemben razvojni dejavnik, ki bo omogočil reurbanizacijo in revitalizacijo številnih območij opuščenih industrijskih dejavnosti. Pogosto so bili to razmeroma spontani, nenačrtovani procesi prostorskega in gospodarskega razvoja degradiranih območij, pri čemer so razni kreativni posamezniki in skupine po načelu od spodaj navzgor izvajali postopne revitalizacije nekdanjih industrijskih območij. Članek analizira vlogo kreativnih dejavnosti pri revitalizaciji degradiranih območij na podlagi razvoja mehkih (družbenih) dejavnikov ali socialnih mrež ali omrežij. Pri tem izpostavlja

težavo, da lokalni organi in državni institucionalni akterji ne zaznavajo kreativnih socialnih mrež, nimajo ustreznega pristopa do njih ali jih premalo upoštevajo pri razvoju teh območij. Na podlagi polstrukturiranih intervjujev je predstavljen primer nekdanje Tobačne tovarne kot vzorčni primer postopnega kopičenja socialnega kapitala, vezanega na socialne mreže, ki pa se ob procesih novega gospodarsko-prostorskega prestrukturiranja območja dojemata kot nepotreben element prenove.

Ključne besede: kreativne dejavnosti, socialna omrežja, degradirana območja, Tobačna tovarna

1 Uvod

Kmalu po osamosvojitvi Slovenije so se okrepile urbane politike, povezane z razvojem kreativnega sektorja. Z uvedbo tržnega gospodarstva v navezavi na obsežne systemske spremembe politik prostorskega načrtovanja, katerih namen je bil zlasti spodbuditi hiter gospodarski razvoj, je bil kreativni sektor opredeljen kot eden izmed ključnih spodbujevalcev prostorsko-gospodarskega razvoja Slovenije v tranzicijskem obdobju (Bole, 2008; Ravbar, 2011). To ni bilo naključno (Zelena knjiga – Izkoriščanje potenciala kulturnih in ustvarjalnih industrij (Evropska komisija, 2010); Regionalni razvojni program Ljubljanske urbane regije 2007–2013 (Regionalna razvojna agencija Ljubljanske urbane regije, 2007); Priporočila 9. razvojne skupine za kreativne industrije za povečanje konkurenčnosti Slovenije (Služba vlade Republike Slovenije za razvoj, 2008)), saj je izhajalo iz razmeroma uspešnih razvojnih modelov drugih gospodarsko razvitih držav (glej Department for culture, media and sport, 2001; Ministry of Economy, Trade and Industry, 2012; Creative Canada Policy Framework, 2017). Pri tem naj bi kreativne dejavnosti, pogosto imenovane tudi kreativno gospodarstvo in kreativne industrije, tvorile dragoceno orodje za razvoj drugih gospodarskih panog in pomagale pri nadomestitvi izgubljenih delovnih mest v tradicionalnih industrijah in storitvenih sektorjih (Howkins, 2001; Hesmondhalgh, 2002). Pri povzemanju in poskusih uvajanja tujih modelov politik kreativne urbane regeneracije, ki temelji na povezovanju razvoja kreativnega sektorja in specifičnih urbanih lokacij, so bili v Sloveniji pogosto razvojna neskladja in zapleti pri zastavljenih razvojnih strategijah.

Prenašanje urbanih politik iz enega okolja v drugo namreč ni le preprosto »mehaničen postopek replikacije«, kot sta ugotovila Peck in Theodore (2015: 25), temveč je neločljivo povezan z »mutacijami urbanih politik« (Peck in Theodore, 2015), ki se odzivajo in prilagajajo na lokalne posebnosti. Čeprav se zdijo nekateri razvojni modeli kreativnih mestnih politik na prvi pogled privlačni in napredni, jih ni mogoče prenesti v nov družbenogospodarski kontekst brez stranskih učinkov mutacij politik (Peck, 2011). Clark s sodelavci (2015) je navedel, da bi morala biti primerna prisposoba za vsako uvajanje novih politik prevod, ne nedotaknjen prenos, zaradi intenzivnih dialoških, včasih celo konfliktnih procesov preobrazbe, ki so neločljivi od poskusov uvajanja sistemskih novosti v lokalno okolje. Pri tem je treba poudariti, da večina kritičnih analiz uvažanja kreativnih urbanih politik ne kritizira uporabe koncepta kreativne urbane regeneracije ali kreativnega mesta, temveč se osredotoča na problematično uporabo ali neselektivno uporabo teh konceptov v nekem okolju. Vprašanje iz tega članka torej ni usmerjeno v koristnost uporabe kreativnih mestnih politik, temveč v način, kako se te uporabljajo in uresničujejo v prostoru.

V Sloveniji so bile v preteklosti zaradi različnih razlogov (npr. lokalnih političnih razmerij, gospodarskih transformacij, neutrjenih institucionalnih struktur) značilne nepremišljene uporabe politik kreativne urbane regeneracije. Kljub različnim strateškim dokumentom, ki so v tem obdobju nastali in med drugim obravnavali tudi politike kreativne urbane regeneracije (npr. Zelena knjiga – Izkoriščanje potenciala kulturnih in ustvarjalnih industrij, Strategija razvoja kulture v Mestni občini Ljubljana 2012–2015, dokumenta Strategija razvoja kulture v Mestni občini Ljubljana za obdobji 2016–2019 in 2020–2023 (z usmeritvami do leta 2027), dokumenti Regionalni razvojni program Ljubljanske urbane regije za obdobja 2007–2013, 2014–2020 in 2021–2027, Unija inovacij itd.), so bili zaradi neupoštevanja ali nerazumevanja posebnosti kreativnih ekosistemov (Jeffcutt, 2004; Cohendet idr., 2010; Rivas, 2011) v slovenskih mestih izvedeni prostorski posegi, ki so zmanjševali ali v celoti prezrli in zanižali nekatere oblike socialnih kreativnih potencialov in njihov doprinos k razvoju družbenogospodarskega sistema in kakovosti življenja v Sloveniji.

Članek se osredotoča na primer prestrukturiranja nekdanje Tobačne tovarne v Ljubljani, ki je paradigmatični primer procesov spreminjanja ali ukinjanja prostorov začasne kreativne rabe brez upoštevanja vrednosti mehkih, nesnovnih, neformalnih oblik kreativnih potencialov, ki izhajajo iz družbenogospodarskih dejavnosti, ki so se v vmesnem času začele izvajati na tem območju. Nekdanja Tobačna tovarna je bila ena izmed središčnih točk koncentracije kreativnih dejavnosti za mikro podjetja v ljubljanski regiji (Žaucer idr., 2012; Uršič, 2016; Kozina in Bole, 2018). Ob prodaji večjega dela območja zasebnim vlagateljem leta 2019 so se morala ta mikro podjetja prestrukturirati, spremeniti lokacijo ali prenehati poslovati. Cilj članka je analizirati in izpostaviti problematiko nepremišljenega ukinjanja delovanja pomembnega dela ene izmed največjih koncentracij kreativnih dejavnosti v mestu. Pri tem poudarjamo, da delovanje kreativnega ekosistema, kot je nekdanja Tobačna tovarna, temelji prav na t. i. mehkih dejavnikih (Murphy in Redmont, 2008; Martin-Brelot idr., 2010) in načelih socialnih omrežij (Shaw idr., 2016; Boessen idr., 2018), ki so premalo obravnavani v slovenskih strateških prostorskih dokumentih v zvezi s kreativnostjo. Pri tem bomo preverjali hipotezo, ali je socialna omrežja, ki izhajajo iz kreativnosti in so zaznamovana z lokacijo, ob procesih temeljite transformacije območja sploh mogoče zavarovati s preprosto fizično preselitvijo kreativnih akterjev na drugo lokacijo v mestu ali regiji. Ta članek uporablja izraz socialno omrežje v kontekstu, ki se nanaša na družbeno-prostorska ali skupnostna socialna omrežja, ne na digitalna socialna omrežja. Analiza učinkov prestrukturiranja nekdanje Tobačne tovarne na delovanje kreativnega ekosistema bo prikazana na podlagi analize podatkov, zajetih v okviru longitudinalne študije projekta Urbano izobraževanje v živo (Urban Education Live), ki je potekala v obdobju 2017–2020.

Pri tem bo posebna pozornost namenjena prav problematiki prezrtega vpliva mehkih (družbenih) dejavnikov pri tvorjenju, delovanju in dolgoročnem razvoju kreativnega ekosistema mesta in širše regije.

2 Socialna omrežja in razvoj urbanih kreativnih dejavnosti v dolgoročni perspektivi

Mehki (družbeni) dejavniki so običajno kontekstualni elementi, ki prispevajo k izboljšanju družbenih vidikov delovanja v zadevnem okolju (Murphy in Redmont, 2008; Martin-Brelot, idr., 2010; Musterd in Gritsai, 2013). Trdi (fizični) dejavniki se večinoma osredotočajo na razpoložljivost zadevnih virov, dejavniki mehke lokacije pa se nanašajo na izboljšanje splošne kakovosti življenja ali posameznikovega življenjskega sloga. V raziskavi bomo socialna omrežja vključili kot del mehkih privlačnih dejavnikov zaradi njihove funkcionalne vloge katalizatorja družbene angažiranosti ali družabnosti na proučevani lokaciji. Problematika nerazumevanja vpliva mehkih (družbenih) elementov na kreativni ekosistem je pravzaprav problematika spodbujanja ali zaviranja razvoja miljeja (Meusburger, 2009) v katerega so vpeti kreativni akterji. Če kreativni ekosistem lahko opredelimo kot »okolje, ki prek specializiranih načinov izmenjave, interakcije in komuniciranja med ljudmi in njihovim gospodarskim, socialnim in kulturnim kapitalom podpira kreativne dejavnosti« (Rivas, 2011: 4), se lahko kreativni milje razume kot njegov ključni sestavni del in vključuje mikro -socialni kontekst, ki zajema ljudi in njihov odnos do družbenokulturnega sistema, okolja in lokalne skupnosti (Uršič in Imai, 2020: 8). Kreativni milje s tega vidika dopolnjuje tradicionalne dele kreativnega ekosistema, kot so kreativni razredi, kreativna produkcija, kreativne lokacije, kreativne industrije (gospodarstvo) (Pratt, 2004; Florida idr., 2006; Poljak Istenič, 2017), in vanj integrira dele lokalno značilnega znanja, ki se zdi na prvi pogled nepomembno, vsakdanje in ločeno od kreativnih ekonomij. S poudarjanjem pomena kreativnega miljeja poskušamo opozoriti na pomen vzpostavljanja kreativnega sistema od spodaj navzgor, tj. iz lokalnih skupnosti prek kreativnih posameznikov in skupin do kreativnih ekonomij (Colomb in Novy, 2018). V številnih študijah (Giaccardi in Fischer, 2008; Sailer, 2011; Fischer, 2013) se namreč opaža, da je socialna kreativnost (Montuouri in Purser, 1997; Long in Pang, 2015; Petrović-Šteger, 2018; Vodopivec, 2018) pogosto prezrt del študij razvoja kreativnih dejavnosti, pri čemer se socialna kreativnost izkorišča za potrebe krepitve kulturne atraktivnosti in tržne vrednosti območja. Pri tem se socialni in kulturni kapital uporabljata v obliki marginalnih ali premostitvenih gentrifikatorjev (Smith, 1996: 105), ki se uporabljajo za trenutne potrebe razvoja območja, brez premisleka o dolgoročnem razvoju območja.

Kratkoročnost kreativnih urbanih politik pogosto temelji na razvojnih perspektivah, ki se vežejo zlasti na proizvod ali rezultat, kar zasenči pomen tega, kar Briskman (1980: 98) imenuje ustreznost notranjih povezav med temi izdelki in kontekstom, iz katerega izhajajo (glej tudi Poljak Istenič, 2015: 34). Pri osredotočenosti na končni proizvod je proces, v katerem je ta nastal, postavljen v sekundarni plan, okolje. Meusburger (2009) ter Wierenga in van Bruggen (1998) to umanjkanje konteksta v analizah kreativnih dejavnosti lepo prikažejo z analizo kreativnosti glede na časovni potek. V zvezi s tem je kreativnost kot lastnost ali vhodna spremenljivka ločena od kreativnosti kot procesa in od spremenljivke kot dosežka ali izhodnega rezultata (Wierenga in van Bruggen, 1998: 84). Psihologa True (1966) in Klausmeier (1961) podobno ločujeta med kreativno sposobnostjo (ang. *creative ability*) in kreativno zmogljivostjo (ang. *creative capacity*). Obe kategoriji se opirata na časovni potek postopka, pri čemer sposobnost pomeni moč, da se neko dejanje izvede zdaj, zmogljivost pa se nanaša na to, kaj bi se lahko dolgoročno izvedlo z zorenjem (nabiranje izkušenj, kumulativnih učinkov), izobraževanjem in interakcijo med komponentami tega ekosistema.

V članku se torej osredotočamo na kreativno zmogljivost, v okviru katere posamezna mestna območja v dolgoročni perspektivi delujejo kot »neformalni, kolektivni odprti prostori, ki lahko absorbirajo in rekombinirajo umetnost in kulturo, kar vodi k novostim in regeneraciji« (Lazzaretti, 2012). Za razumevanje mehkih (družbenih) vidikov kreativne zmogljivosti je pomembno upoštevanje pomena socialnih omrežij na območjih, ki so podvržena urbani prenovi. Socialna omrežja imajo pomembno vlogo pri oblikovanju in vzdrževanju prostorskih skupnosti in so eden ključnih elementov socialnega kapitala (Bourdieu, 1986; Putnam, 1995, 2000; Filipović, 2007), ki nastaja na podlagi »socialnih omrežij, norm recipročnosti in zaupanja ter pozitivnih posledic, ki jih ima ta kapital za posameznika in družbeni sistem« (Iglič, 2001: 186). Socialna omrežja v tem kontekstu opredeljujemo kot obstojno dinamično fizično in družbeno interakcijo v okvirih zadevnega prostora, ki nas zanima (Shaw idr., 2016; Boessen idr., 2018). Še posebej so pomembna za delovanje kreativnih skupnosti ali ekosistemov, saj ti ekosistemi temeljijo prav na intenzivni komunikaciji in medsebojni izmenjavi informacij med uporabniki. V kreativnem ekosistemu so socialna omrežja ključna oblika socialnega kapitala, brez katere druge oblike kapitala težko pridejo do izraza ali veljajo za precej manj pomembne. To je razvidno iz številnih raziskav (Gottlieb, 1994; Landry in Bianchini, 1995; Scott, 2000; Florida, 2002, 2005), v katerih je prisotnost ustreznih socialnih omrežij označena kot pomembnejši dejavnik za razvoj kreativnih ekosistemov v odnosu do drugih dejavnikov, kot so finančna sredstva, tehnična infrastruktura, fizične značilnosti prostorov. V primeru visoko ustvarjalnih posameznikov gre pogosto za specializirane oblike

dejavnosti, pri katerih je materialna preskrbljenost pomemben element ustvarjanja ugodnih razmer za razvoj kreativnih industrij, vendar pa ni nujno tudi odločilni dejavnik za kreativno grozdenje (Scott, 2000; Bell in Jayne, 2001; Perrons, 2004) ali razraščanje in generacijski razvoj družbenogospodarskih dejavnosti na lokaciji. Izjemno pomembni so torej tudi drugi elementi na območju, saj le kombinacija ugodnih razmer, ki omogočajo osebnostni in znanstveni razvoj posameznika, lahko zagotovi uspešne temelje za dolgoročno delovanje kreativnih gospodarstev.

Ustrezne razmere za razvoj kreativnih industrij pravzaprav tvorijo raznovrstni na videz manj pomembni dejavniki, med katerimi so najbolj pogosto prezrta zlasti socialna omrežja, ki imajo nadvse pomemben učinek v prostoru in ustvarjajo ustrezno klimo ali milje za kreativna podjetja in ustvarjalne posameznike (Kozina in Clifton, 2019; Poljak Istenič, 2019). Pri tem velja omeniti, da so se številni poskusi razvijanja kreativnih območij, ki so temeljila na fizični prenovi in so manj vključevala vidike socialnih omrežij, izkazali za problematične in manj uspešne (Chase in Crawford, 1999; Harvey, 2000; Nyseth, 2012). Socialna omrežja so neločljiv in občutljiv del vsakega kreativnega ekosistema ter se odzivajo na zadevne prostorske spremembe in jih prenašajo na raven skupnosti. Delujejo kot prefinjena mreža senzorjev na terenu in hitro zaznajo najmanjše spremembe v organizaciji in delovanju na nekaterih prostorih. Te procese zaznavanja in prenašanja na raven skupnosti je mogoče opazovati pri številnih projektih prenove nekdanjih mestnih območij, na katerih se izvajajo hitre, nenadne spremembe, ki čez noč spreminjajo življenjske vzorce, servise in strukturo družbenih skupin v celotnih mestnih četrtih, kar se naknadno kaže v delovanju celotnega mesta. Z analizo nekdanjega območja Tobačne tovarne v Ljubljani bomo na praktičnem primeru prikazali, kako pomembna so pravzaprav socialna omrežja za delovanje kreativnega ekosistema Ljubljane, in poskušali opredeliti številne problematične vidike, ki so se pojavili ob prestrukturiranju območja in kažejo na pomanjkljivo kreativno zmogljivost Ljubljane, ki zavira bolj trajnosten razvoj mesta in širše regije.

3 Analiza prestrukturiranja območja nekdanje Tobačne tovarne in kreativnega ekosistema

3.1 Opis lokacije in uporabljena metodologija

Prvi del tovarniškega kompleksa nekdanje Tobačne tovarne v Ljubljani je bil zgrajen med letoma 1871 in 1890 ter je v Ljubljani med železniško progo Ljubljana–Trst, Tivolsko in Tržaško cesto ter Oražnovo ulico. Razvoj območja se je začel konec leta 1870, ko je ljubljanski občinski svet območje brezplačno odstopil industrijskemu razvoju tobačne industrije (Tobačna



Slika 1: Območje nekdanje Tobačne tovarne leta 2018 (foto: Urban Jeriha)

Ljubljana, 2019). Po desetletjih pestrega industrijskega razvoja območja so bile leta 1991 izvedene prve ključne spremembe v lastniški strukturi tovarniškega kompleksa, posledica pa je bilo postopno opuščanje proizvodnje tobačnih izdelkov. Leta 1991 se je začela postopna privatizacija območja (izvedli sta jo družbi Reemtsma Cigarettenfabriken GmbH in SEITA, Société Nationale D'exploitation Industrielle des Tabacs et Allumettes), ta pa se je leta 2002 nadaljevala z večinskim lastniškim vstopom družbe Imperial Tobacco. Sledilo je postopno opuščanje proizvodnih dejavnosti Tobačne Ljubljane, te dejavnosti so se popolnoma ustavile leta 2004. Skladno z zaprtjem proizvodnje so se začele tudi razprave o prihodnji namembnosti prostorov. Pri tem so prostore za začasno rabo namenili raznovrstnim dejavnostim: prostore so med drugim zasedli Upravna enota Ljubljana, tobačni muzej, galerija, kreativni center Poligon, zagonsko podjetje Zavod Hekovnik, oblikovalski in arhitekturni studii, številne nevladne organizacij in umetniške ustanove (npr. umetniška platforma Cirkulacija 2), razni administrativni servisi ter številne druge ustanove, društva in razna podjetja, povezana s kreativnimi dejavnosti (slika 1).

V okviru raziskave Creative Cities (European Regional Development Fund, Regionalna razvojna agencija Ljubljanske urbane regije, Inštitut za politike prostora, 2011; Inštitut za ekonomska raziskovanja, 2012) je bilo zaznано, da je bilo omejeno območje po številu malih kreativnih podjetij med najbolj propulzivnimi območji v državi z vidika njihove številčnosti in heterogenosti (Žaucer idr., 2012). Po podatkih, ki so bili zajeti iz baz standardnih klasifikacij dejavnosti (SURS, 2011), je območje Tobačne vključevalo več kot 400 mikro podjetij s povprečno dvema do tremi zaposlenimi. Celotno območje Tobačne je bilo leta 2019 prodano zasebnemu vlagatelju, ki je spremenil pogoje delovanja večine dosedanjih najemnikov prostorov. Pri tem je iz intervjujev z nekdanjimi uporabniki razvidno, da je novi lastnik leta 2019 nenadno postavil precej težje pogoje najema prostorov, saj se je izrazito zvišala najemna, zaradi česar so se uporabniki množično izselili z območja

tedaj nekdanje Tobačne. Pri tem se porajajo številna vprašanja, povezana z njenimi nekdanjimi uporabniki, njihovimi funkcijami in vplivom, ki jih ima ukinitve območja na delovanje širšega kreativnega ekosistema Ljubljane.

Navedena vprašanja bomo poskušali obravnavati z analizo socialnih omrežij na območju nekdanje Tobačne tovarne. Analiza socialnih omrežij bo s tega vidika ključno orodje za prepoznavanje povezav med pomembnimi akterji in prostori. Pri tem bomo poskušali prikazati pomen prepoznavanja in povezovanja socialnih interakcij z območjem Tobačne, kar naj bi pripomoglo k premisleku in okrepitvi zavedanja glede kontekstov, v katerih se porajajo potencialni dogovori, spori, pogajanja, nerazumevanje, odnosi moči in odgovornosti (Genz in Lucas-Drogan 2019: 2). Podatki so bili zbrani s polstrukturiranimi intervjuji z uporabniki prostorov. Tako smo v dveh fazah longitudinalne raziskave Urban Education Live izvedli 61 intervjujev. Najprej smo med aprilom in avgustom 2018 izvedli 31 intervjujev z različnimi skupinami deležnikov, nato pa smo januarjem in aprilom 2020 pridobili še dodatnih 30 intervjujev (N = 61). Intervjuvanje je potekalo po naključnem vzorcu intervjuvancev, ki kot uporabniki prostorov delujejo v okviru različnih dejavnosti v Tobačni. Skupine deležnikov pa smo uteževali po načelu enakomerne geografske porazdelitve po celotnem območju (glede na različne zgradbe na območju Tobačne). Pri tem so bile v analizo vključene najrazličnejše skupine deležnikov, ki segajo od zaposlenih v kreativnih podjetjih, javnih ustanovah, nevladnih organizacijah do zavodov, inštitutov ipd. Razen redkih posameznikov Tobačna nima prebivalcev in je kot taka zlasti mešano poslovno-obrtno-kulturno območje. Največja skupina intervjuvancev so bili zato zaposleni v kreativnih podjetjih, ki so tudi ključni deležniki na območju Tobačne. Intervjuji so bili strukturirani na način, ki naj bi omogočal analizo nekaterih elementov socialnih mrež v navezavi na prostore v območju Tobačne. Prav zaradi tega kombiniranja družbeno-prostorske analize je bilo treba raziskavo podkrepiti tudi z drugimi metodami, poleg intervjujev. Kot podpora intervjujem je bila zato uporabljena kombinacija več kvalitativnih metod (opazovanje z udeležbo, terensko opazovanje, kognitivno kartiranje itd.), to pa naj bi podalo verodostojne obrise povezav med prostori in njihovimi pomeni za različne akterje.

3.2 Analiza sprememb v delovanju socialnih mrež na območju Tobačne

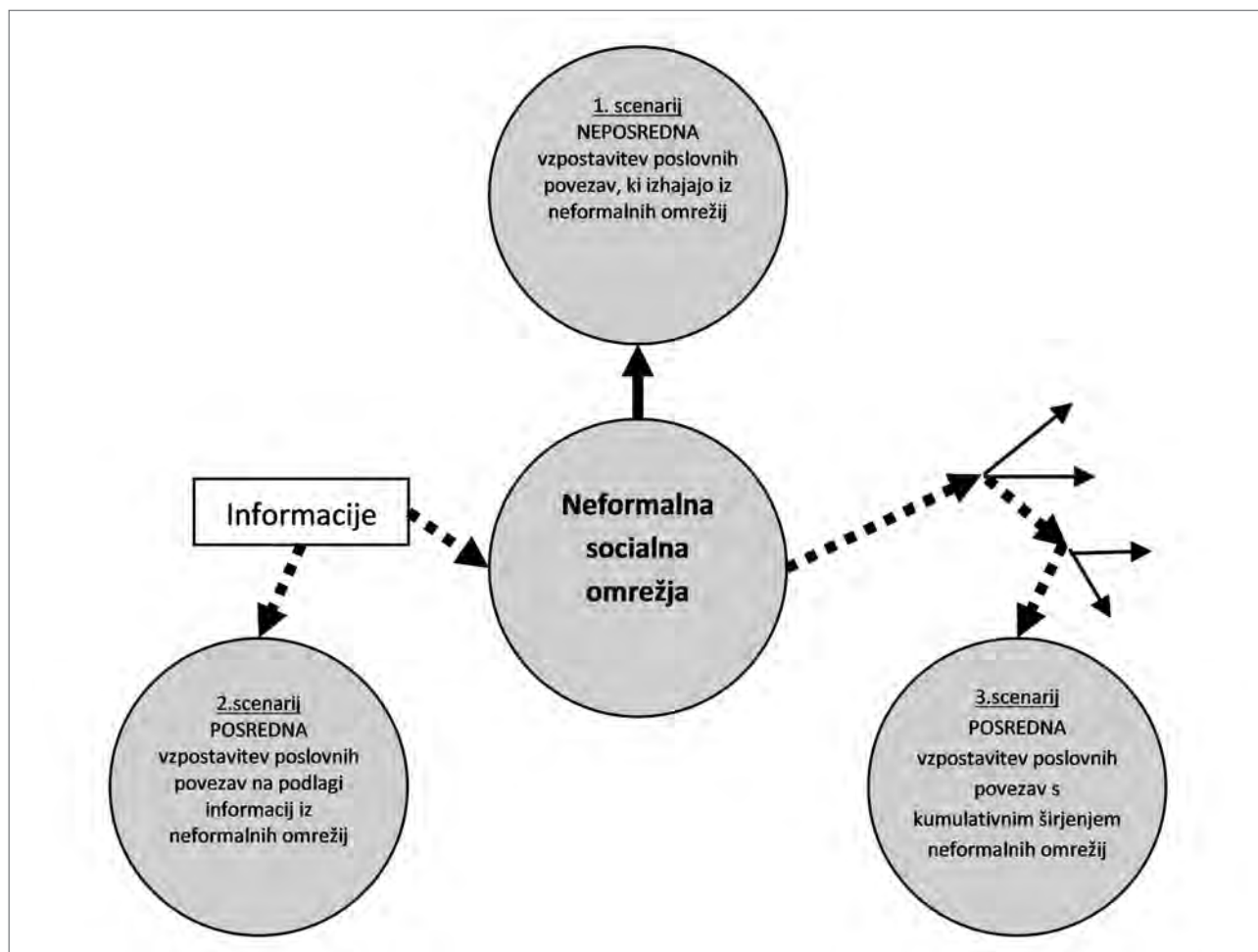
Analiza socialnih omrežij je prikazana na podlagi časovnega vidika: upoštevani so vplivi na socialne mreže v različnih obdobjih na območju nekdanje Tobačne tovarne. Vpogled v dogajanje v različnih obdobjih nam omogoča longitudinalna raziskava, ki po posameznih fazah prikaže večplastne spremembe socialnih omrežij. Za analizo smo uporabili podatke

iz nekaterih sklopov odprtih vprašanj iz polstrukturiranih intervjujev, ki smo jih kvalitativno analizirali na podlagi temeljne analize besedil. Uporabili smo pragmatično analizo besedila (Verschuere, 1995), pri čemer smo po pregledu besedila in z razvrščanjem odgovorov po posameznih kategorijah pojasnjevali analizirane dimenzije socialnih omrežij. Iz analiz podatkov raziskave Urban Education Live lahko ekstrapoliramo več značilnosti socialnih omrežij kreativnega ekosistema na širši kontekst delovanja celotnega kreativnega sistema Ljubljane in širše regije (z upoštevanjem specifičnih razlik (glede na kontekst, strukturo deležnikov, geografsko razporeditev)). Z drugimi besedami, v nadaljevanju bo na primeru nekdanje Tobačne tovarne predstavljenih nekaj značilnosti povezav med socialnimi omrežji, razvojem socialnega kapitala in delovanjem kreativnih ekosistemov, ki so ključni elementi (gradniko) razvoja kreativnih dejavnosti na širšem območju Slovenije. Način upoštevanja teh značilnosti in elementov vpliva na kratkoročnost ali dolgoročnost kreativnih zmogljivosti nekega mesta, regije ali države. V okviru omenjene raziskave so bili v obdobju 2017-2020 na območju nekdanje Tobačne tovarne ugotovljene značilnosti in spremembe delovanja kreativnih socialnih omrežij, kot sledi v nadaljevanju.

3.2.1 Grozdenje kreativnih dejavnosti na podlagi formalnih in neformalnih mrež

Intervjuvanci na območju nekdanje Tobačne tovarne imajo na splošno zelo razvejano socialna omrežja. Pri nadaljnji analizi se je izkazalo, da formalne mreže, opredeljene kot delovne, projektne, pogodbenne povezave (odnos naročnik - izvajalec), pomembno vplivajo na razvoj kreativnih dejavnosti, vendar so sočasno močno odvisne od neformalnih mrež, ki izhajajo iz prijateljskih vezi in se kažejo z druženjem, preživljanjem prostega časa med odmori, kosili, sprehodi, odmorom za kavo ipd. Omeniti velja, da intervjuvancev nismo spraševali po vseh oblikah socialnih stikov, temveč le po tistih najpogostejših, jedrnih stikih, s katerimi povezave vzpostavljajo najpogostejše, kar v praksi pomeni, da je stik vzpostavljen večkrat na teden. V povprečju je vsak intervjuvanec navedel pet jedrnih stikov ali oseb na neformalni ravni in dva stika na formalni ravni. Od tega je bil v povprečju en stik član tako formalnih kot neformalnih mrež, tj. hkrati prijatelj, sodelavec in poslovni partner.

Dopolnjevanje med formalnimi (delovnimi) in neformalnimi (prijateljskimi) povezavami je v intervjujih razvidno zlasti v kontekstu časovnega poteka, ki kaže na postopno prehajanje posameznih neformalnih stikov v formalne stike in obratno. Gre torej za fleksibilno obliko povezovanja med akterji, poslovnimi subjekti, uporabniki, ki jim je skupna enotna lokacijska pripadnost glede uporabe zadevnih prostorov. Intervjuji so namreč pokazali, da se je večina stikov izoblikovala postopno z uporabo raznih mikro lokacij na območju nekdanje Tobačne



Slika 2: Prikaz scenarijev grozdenja kreativnih dejavnosti na podlagi neformalnih mrež (ilustracija: Matjaž Uršič)

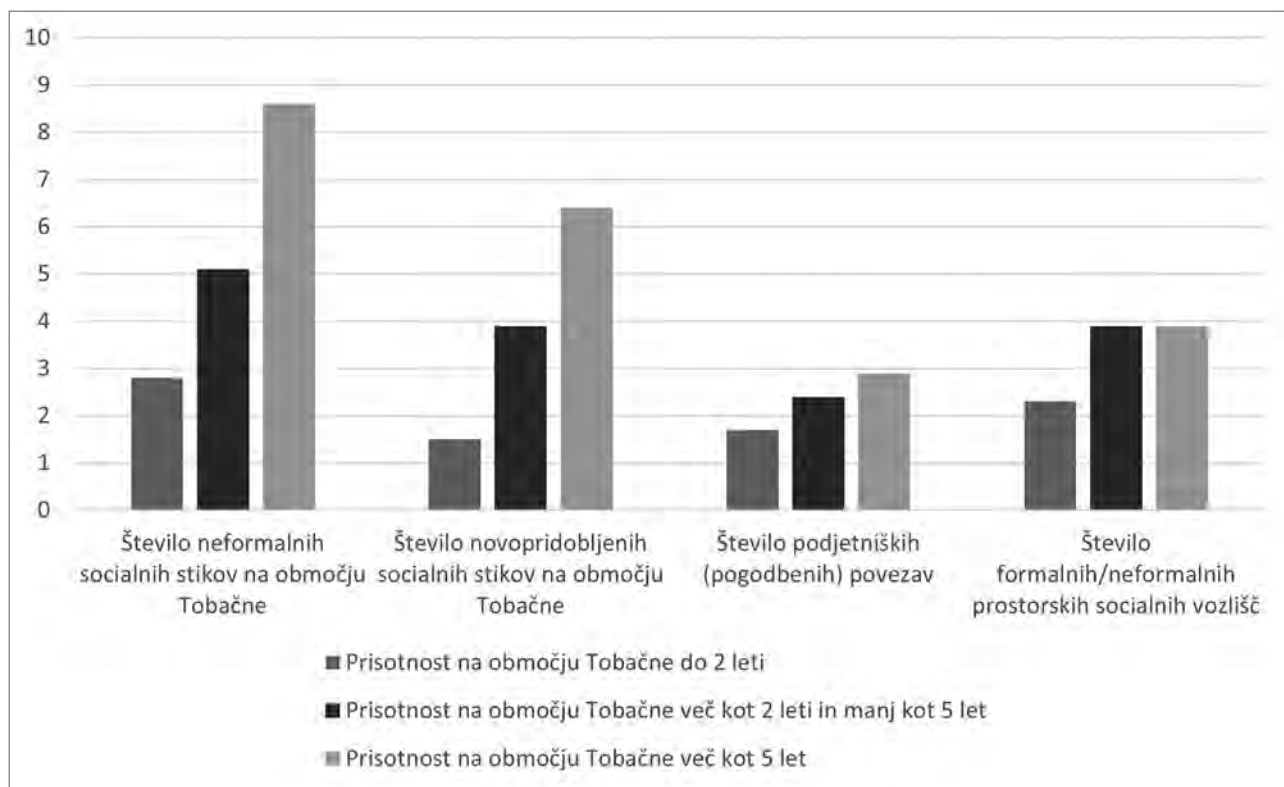
tovarne (odprte javne površine, hodniki, balkoni, lokali, restavracije ipd.), pri čemer so se izmenjevali stiki in informacije. Omeniti velja zlasti večjo številčnost neformalnih stikov, kar je razumljivo, saj smo med formalne stike šteli le povezave zunaj neposrednega delovnega okolja intervjuvanca. Med formalne stike so bile torej štete le povezave z drugimi podjetji ali zaposlenimi na območju Tobačne zunaj intervjuvančevega delovnega prostora. Obe vrsti stikov kažeta na razvejan podjetniški ali kreativni ekosistem, v katerem se podjetja in posamezniki priložnostno povezujejo, sodelujejo in v katerem poteka grozdenje podjetij na podlagi stalnega prepletanja formalnih in neformalnih stikov.

V intervjujih je poudarjen pomen neformalnih stikov za grozdenje kreativnih dejavnosti, saj imajo ti izjemno pomembno vlogo za osnovne komunikacijske kanale in poglobljajo ali vzpostavljajo medosebne odnose, pri čemer se zaradi večje stopnje zaupanja med kreativnimi posamezniki krepi izmenjava tacitnih (prikritih) informacij glede delovanja kreativnega ekosistema. Gre za način posrednega vplivanja na oblikovanje

kreativnega ekosistema, ki v nasprotju z neposrednimi vplivi lahko ostane izvzet, neopažen v analizah poslovnega okolja (slika 2). Z drugimi besedami, čeprav neformalne mreže morda ne pripeljejo do neposrednih poslovnih povezav, je iz intervjujev razvidno, da ta omrežja prenašajo informacije, ki omogočajo posredno vzpostavljanje ekonomskih transakcij ali pa prek postopnega kumulativnega (po načelu snežne kepe) širjenja razvejanosti neformalnih stikov prav tako posredno privedejo tudi do postopnega širjenja poslovnih mrež znotraj kreativnega ekosistema nekdanje Tobačne tovarne.

3.2.2 Vpliv časovnega vidika na številčnost in razvejanost povezav v socialnih omrežjih na območju Tobačne

Podobno kot v drugih analizah socialnih omrežij (Filipović, 2007; Gibbons idr., 2018; Ye in Liu, 2018) so tudi podatki v naši raziskavi Urban Education Live nakazali na izjemno pomembno vlogo spremenljivke trajanja procesa. Trajanje nekaterih procesov, vezanih na posamezne lokacije (socialna vozlišča),



Slika 3: Naraščanje številčnosti in prostorske razvejanosti različnih oblik socialnih omrežij glede na število let prisotnosti na območju Tobačne (vir: Urban Education Live, 2019, 2020)

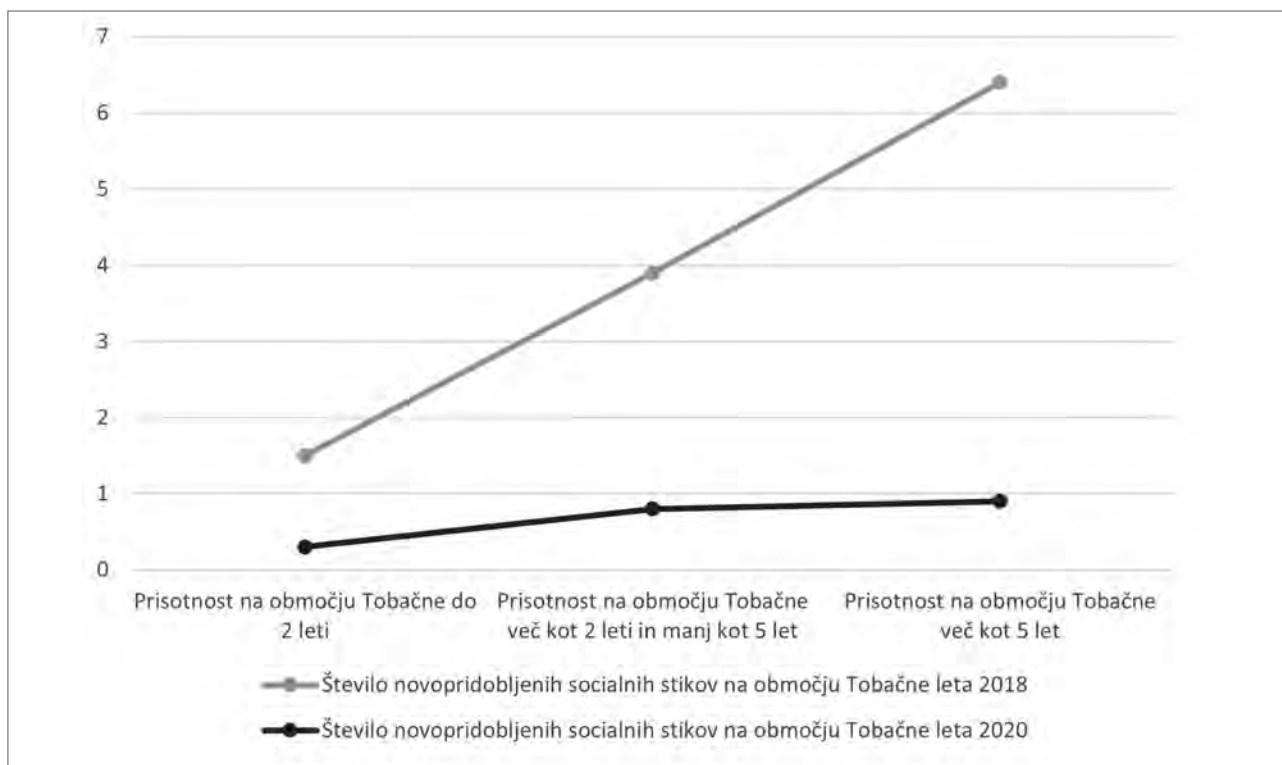
je v tem pogledu vplivalo na to, kako številčne in razvejene so posameznikove mreže. Podatki so pokazali, da število let, ki jih je intervjuvanec preživel na območju Tobačne, močno vpliva na intenzivnost ali globino omenjenih socialnih omrežij. Več let na območju je tako pomenilo tudi večjo številčno in prostorsko razvejanost posameznikovih neformalnih in formalnih mrež na območju Tobačne (slika 3).

Eksponencialno s povečevanjem števila let na območju Tobačne se je na mentalnih zemljevidih (Lynch, 1990) intervjuvancev oblikovalo tudi več prostorov ali socialnih vozlišč za formalna in neformalna druženja na območju Tobačne (kot najbolj priljubljena socialna vozlišča so bile navedene zlasti restavracije, lokali in vhodni prostori pred ključnimi stavbami). Z vidika izpostavljanja pomena socialnih mrež za kreativno grozdenje je treba omeniti, da je raziskava pokazala, da je število let prisotnosti posameznika na območju Tobačne vplivalo tudi na pridobivanje novih formalnih socialnih stikov na območju Tobačne, ki so se uresničevali v različnih oblikah podjetniških (pogodbenih) sodelovanj. Skladno z leti prisotnosti na območju je torej naraščalo tudi število podjetniških (pogodbenih) povezav. V povprečju so intervjuvanci v obdobju delovanja na območju Tobačne pridobili 3,5 novega stika. Ob nadaljnjih vprašanjih glede globine teh stikov so navedli, da so jim ob različnih dogodkih pomoč v povprečju nudili trije jedrni stiki s seznama ključnih oseb, ki so jih navedli, kar dodatno

potrjuje moč socialnih omrežij, ki so se v obdobju prisotnosti na območju Tobačne stakala med njenimi uporabniki.

3.2.3 Vpliv zmanjševanja obsega socialnih omrežij na socialni kapital

Analiza formalnih in neformalnih stikov, ki smo jo dopolnili s časovno spremenljivko, je pokazala, kako se je na območju nekdanje Tobačne tovarne postopoma kopičil socialni kapital, ki se je prek socialnih omrežij med drugim izražal tudi v obliki raznih kreativnih dejavnosti, podjetij in poslovnih stikov. Pri tem je treba poudariti, da je socialni kapital, ki se je nabral na tej lokaciji, prepleten z lokalnostjo, tj. lokalnim ustrojem tako na fizični, kulturni kot družbeni ravni. Gre za načelo družbene produkcije prostora (Lefebvre, 1991, 299-346), pri čemer je prostor kot fizična kategorija neločljiv od družbene ustrojenosti prostora. Lefebvre pri tem opozarja na ključen pomen časovnega vidika produkcije prostora, saj to pomeni, da čez čas na podlagi specifičnih načinov uporabe (prostorskih praks, predstavitev prostora, prostorov reprezentacije, kolektivne izkušnje) nastane nov prostor, ki se izmika preprostim opredelitvam fizičnega blaga z estetsko vrednostjo. Če produkcija prostora temelji zgolj na fizičnem spreminjanju prostora in ob tem izključuje druge oblike (socialnih) vrednosti, ki so nastale na območju, se poenostavlja proces prostorskega razvoja, kar vpliva na zmanjševanje obsega socialnega kapitala in socialne-



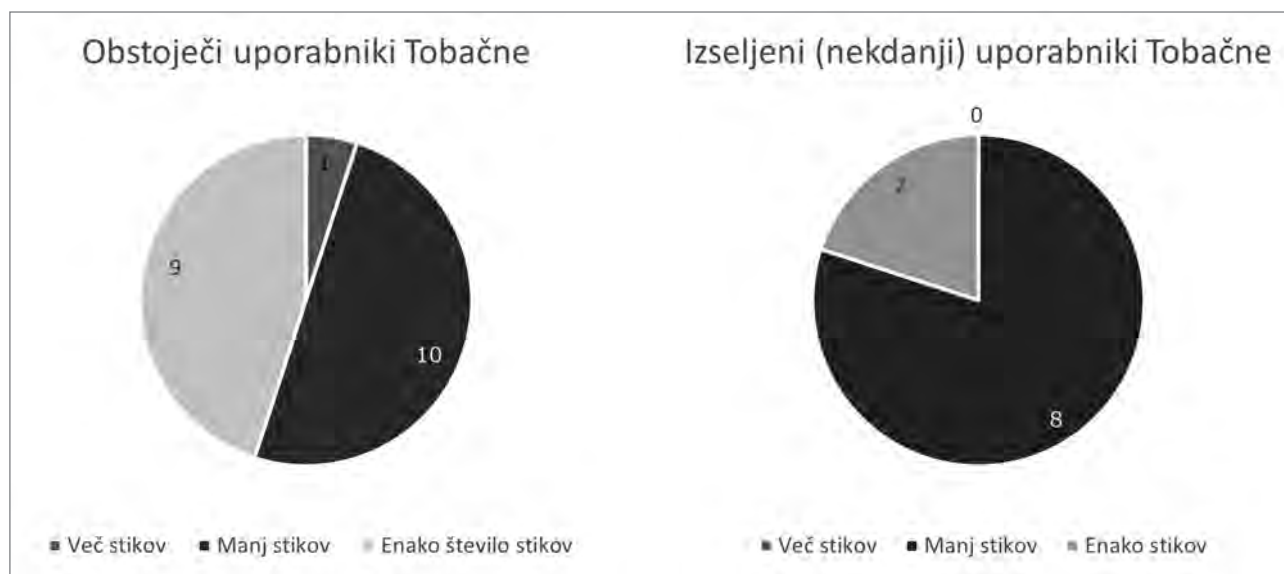
Slika 4: Primerjava naraščanja novih socialnih stikov med letoma 2018 in 2020 (vir: Urban Education Live, 2019, 2020)

ga omrežja. To smo v kontekstu prestrukturiranja nekdanje Tobačne tovarne zaznali ob primerjavi podatkov intervjujev iz obdobja pred prodajo (leta 2018) in po njej (2020) ter posledično ustavitvi večjega dela tobačne za kreativne dejavnosti. Po prodaji večine območja nekdanje Tobačne tovarne je za kreativne dejavnosti ostala le še stavba na Tržaški 2, pri čemer je prestrukturiranje območja pokazalo na naglo zmanjševanje obsega socialnih omrežij v vseh analiziranih dimenzijah formalnih, neformalnih mrež in poslovnih (pogodbenih) povezav. V primerjalnem obdobju 2018-2020 se je na primer indeks na novo vzpostavljenih socialnih povezav zmanjšal s povprečja štirih povezav na približno eno novo povezavo (slika 4).

Podatki torej kažejo, da je zaprtje večine socialnih vozlišč na območju močno vplivalo na obseg širitve socialnih omrežij. Zavrtje razvoja socialnih omrežij na območju, ki je podvrženo popolni funkcionalni ali storitveni, dejavnostni transformaciji, je lahko označeno kot logična posledica procesa prostorske preobrazbe, vendar je ob tem treba opozoriti na problematičnost krčenja socialnih omrežij, ki poteka skladno s selitvijo posameznih kreativnih akterjev na druge lokacije v mestu. Z drugimi besedami, čeprav so kreativni akterji, ki so ostali ali so se preselili z območja nekdanje Tobačne tovarne, navedli, da so vzpostavili nove stike v manjšem obsegu kot prejšnja leta, so obenem pojasnili, da se je zmanjšal obseg, tj. prakticirajo se povezave v okviru obstoječe socialne mreže formalnih in neformalnih stikov po prestrukturiranju območja. Ob vprašanju,

ali je ukinitvev dela območja vplivala na frekventnost srečevanja, sodelovanja, druženja z drugimi uporabniki Tobačne, so zdajšnje in nekdanje skupine uporabnikov Tobačne odgovorile pritrdilno (slika 5).

Longitudinalna analiza je omogočila primerjavo modifikacij socialnih omrežij med zdajšnjimi in nekdanjimi uporabniki Tobačne, ki so se morali po spremembi lastništva območja izseliti z lokacije. Med 30 intervjuji, ki so bili opravljeni leta 2020, je bila teh približno ena tretjina. Ta skupina intervjuvancev je bila zaradi primerjalne možnosti z letom 2018 še posebej zanimiva, saj izrazito zmanjšanje njihovega socialnega omrežja, ki je bilo vezano na nekdanjo Tobačno tovarno, kaže na nezmožnost ali težavnost njihovega ohranjanja v razmerah spontanega (tržnega) razvoja kreativnih dejavnosti. Čeprav socialna omrežja delujejo na podlagi nesnovnih povezav in niso neposredno povezana s fizičnimi parametri, tj. ne slonijo na materializiranih (vidnih) osnovah, podatki kažejo, da poskus njihovega ločevanja (selitve, iztrganja) iz lokalnega (skupnostnega) konteksta ali miljeja, močno vpliva na njihov obseg in funkcionalnost. Gre torej za družbeno produkcijo prostora, pri čemer se z ukinjanjem kreativnih mrež na njihovi izvorni lokaciji, kjer so se prek dolgoročnega (večletnega) procesa izoblikovali kompleksni komunikacijski in produkcijski odnosi med kreativnimi akterji, krči obseg kreativnega ekosistema. Ključna izguba poleg izgubljenega nesnovnega, socialnega kapitala za mesto v tem smislu je prav čas, ki bo potreben za razvoj novih



Slika 5: Ali se po prodaji območja več ali manj družite, videte, sodelujete z drugimi uporabniki Tobačne – primerjava med zdajšnjimi in odseljenimi kreativnimi akterji na območju nekdanje Tobačne tovarne, 2020 (N = 30) (vir: Urban Education Live, 2019, 2020)

podobnih kreativnih mrež na drugih lokacijah v mestu. Pri tem lahko zgolj domnevamo koliko finančnih sredstev in let bo potrebnih za vzpostavitev novih podobnih vozliščnih točk in obnovo socialnih omrežij na ravni kreativnega ekosistema malih podjetij, ki imajo z vidika dostopnosti do primernih prostorskih zmožnosti že tako velik primanjkljaj zaradi drugih učinkov tržnega gospodarstva ali urbano-razvojnih ekonomskih politik, ki temeljijo na kratkoročnih maksimizacijah kapitalskih učinkov.

4 Razprava

Primer nekdanje Tobačne tovarne kaže na specifične razmere za kreativne dejavnosti v Sloveniji. V tem smislu gre za spontan razvoj kreativnih dejavnosti, ki poteka na podlagi prepuščanja toku tržnih razmer. Kot prednostni dejavnik vzpostavljanja kreativnih vozlišč ali miljeja v teh razmerah izstopata bližina čim večjega trga ali velikost agregirane populacije in geografska umestitev v infrastrukturno, zgodovinsko, upravno središče regije (Kozina 2010). S tega vidika se razporeditev kreativnih dejavnosti v Mestni občini Ljubljana in ljubljanski urbani regiji približuje ideji osrednjih krajev (Christaller, 1966; Logan in Molotch, 1987; Cigale, 2002; Burger in Meijers, 2012), za katere je značilno kopičenje virov in potencialov zgolj na lokacijah, ki imajo veliko gospodarsko moč in ustrezno število prebivalcev.

Na podlagi teh značilnosti se je postopno oblikoval kreativni ekosistem Tobačne, v katerem so bile razmere v nekem obdobju naklonjene tem procesom (sorazmerna bližina središča mesta, dostop do razmeroma ugodnih najemnih prostorov, hitro kopičenje podobnih kreativnih dejavnosti in akterjev ipd.). Pro-

blem takšnega spontanega razvoja kreativnih dejavnosti malih podjetij, pri čemer se s povezovanjem akterjev, specifičnih lokacijskih značilnosti in mehkih (socialnih) dejavnikov oblikujejo kreativni miljeji, je v možnosti nenadnih sprememb pogojev, ki po navadi pomenijo tudi hitre prelome v delovanju tovrstnih kreativnih miljejev. Ob primeru nenadnih sprememb tržnih razmer v sistemu osrednjih lokacij, ki temeljijo na hierarhičnih odnosih med gospodarsko močnejšimi in šibkejšimi akterji, se lahko na posameznih lokacijah kreativni ekosistem popolnoma razgradi. Pri tem so šibkejši akterji, čeprav opravljajo pomembno vlogo v smislu vzdrževanja socialnega kapitala na kreativnih območjih, preprosto izrinjeni z lokacij. V tej hierarhični ureditvi zaradi izrinjanja šibkejših oblik kreativnih akterjev se postopno izvaja homogenizacija dejavnosti in se razvijajo zgolj posamezne vrste kreativnih akterjev, posledično je prostorska razporeditev kreativnih dejavnosti neenakomerna. Vse to vpliva na manjšo funkcionalno heterogenost kreativnih ekosistemov, saj so najuspešnejši tiste panoge, podjetja in akterji, ki imajo hiter dostop do velikega trga in zaledja, iz katerega črpajo potrebne človeške vire. Pri tem izboru, profilaciji kreativnih akterjev glede na sposobnost hitrega odzivanja na trenutne gospodarske razmere gre za t. i. entropično razsežnost družbenogospodarskega sistema (Kirn, 2008). V entropičnem družbeno-gospodarskem sistemu se energije ali akterji in podjetja, povezana z razvojem kreativnih dejavnosti, zbirajo na zadevnih lokacijah, vendar ob tem obstaja nevarnost, da se bodo po nekem obdobju zaradi slabe finančne podlage, premajhnih spodbud iz okolja ali nezmožnosti nadgradnje svojih dejavnosti zaradi omejenih prostorskih, socialnih, človeških virov ti potenciali ali zametki potencialno uspešnih kreativnih dejavnosti razpršili ali bodo celo opustili dejavnost.

5 Sklep

V uvodnem delu članka je bilo izpostavljena hipoteza, da lokalni organi in državni institucionalni akterji niso zmožni zaznati pomena mehkih (socialnih) dejavnikov za delovanje kreativnih ekosistemov. Pri tem smo na podlagi raziskovalnih podatkov potrdili predpostavko in prikazali, kako pomembni so mehki dejavniki za oblikovanje in vzdrževanje kreativnega ekosistema. Neločljivost mehkih (socialnih) elementov od kreativne produkcije smo dokazovali na podlagi analize povezovanja formalnih in neformalnih socialnih omrežij, pri čemer so zlasti neformalna omrežja imela vlogo pomembne komunikacijske platforme za vzpostavljanje ustreznega kreativnega miljeja in grozdenje kreativnih dejavnosti. Podatki kažejo tudi na izjemen pomen časovnega vidika pri razvoju kreativnih dejavnosti. Ločevanje med kratkoročnimi in dolgoročnimi učinki kopičenja socialnih stikov se med drugim zrcali tudi v uspešnosti delovanja kreativnega ekosistema. Ne nazadnje, ohranjanje heterogenosti kreativnih akterjev na območju kreativnih dejavnosti je nujen pogoj za dolgoročno uspešno delovanje kreativnega ekosistema, saj kreativnih socialnih mrež ni mogoče predstavljati z ene lokacije na drugo brez škodljivih stranskih učinkov. Ti se kažejo v izgubi nakopičenega socialnega kapitala (kreativnih mrež), časa in finančnih sredstev, ki so potrebni za postopno vzpostavljanje podobnih kreativnih miljejev.

Pomanjkljivosti kratkovidnih politik spontanega tržnega razvoja urbanih kreativnih dejavnosti se kažejo v izmeničnih ciklih nenehnega ugašanja in ponovnih poskusih ustvarjanja kreativnih socialnih omrežij, kar dolgoročno lahko vodi k postopnemu usihanju moči nesnovnih oblik vrednosti in socialnega kapitala. Pri tem se odpirajo pomembna vprašanja, do katere mere naj se urbane politike sploh vpletajo v načrtovanje kreativnih miljejev, ki temeljijo na združevanju elementov, ki jih formalni sistem prostorskega načrtovanja težko nadzira. Ob tem je treba poudariti, da se verjetno vsaka urbana politika, ki poskuša neposredno usmerjati ali načrtovati oblikovanje kreativnosti samo od zgoraj navzdol, spoprijema s konflikti. Oblikovanje kreativnih ekosistemov vključuje kompleksne, delno neobvladljive spremenljivke in dejavnike, zaradi katerih je natančno načrtovanje nepredvidljivo in neučinkovito. Zaradi tega je treba pozornost pri oblikovanju urbanih kreativnih politik preusmeriti na povečanje sposobnosti merjenja, analize, zaznavanja elementov od spodaj navzgor, ki so bili do sedaj neupravičeno podcenjeni v analizi kreativnih dejavnosti (Colomb in Novy, 2018). V tem kontekstu je primer prenove nekdanje Tobačne tovarne zgleden primer neprimerne pristopa, ki opozarja na vprašanje merjenja nekaterih nematerialnih vrednosti posameznih območij. Podoben primer vprašljive, nezadostne analize pomena socialnih omrežij za delovanje družbenogospodarskega sistema Ljubljane bi lahko ponazorili

še z drugimi primeri, ki niso bili posebej obravnavani v tem članku (npr. območje Tovarne Rog, območje Metelkove). Olsson (1999) in Bianchini (1999) na primer omenjata, da ni enotne metode merjenja nematerialnih vrednosti, kar povzroča izjemne spore in napetosti ter v prostorsko načrtovanje vnaša velike težave. Pri tem na politični ravni nastajajo velika neskladja med posameznimi strokami glede potrebe merjenja tovrstnih elementov. Problem kreativnih urbanih politik v Sloveniji torej ni v nesposobnosti načrtovanja tovrstnih dejavnosti, temveč nezmožnosti sistematičnega zaznavanja in dopuščanja delovanja nujnih elementov, ki so potrebni za vzdrževanje, ohranjanje, razvoj tovrstnih dejavnosti. Scott (2014: 569) tako ugotavlja, da morajo oblasti, preden se izvede katera koli sprememba kreativne politike, pridobiti podroben družbenozgodovinski vpogled in razumeti posebnosti lokalnega urbanega razvoja, da se lahko vpletejo v oblikovanje lokalnih vzorcev iznajdljivosti in domišljije. Izogibanje institucionalnih akterjev nujno potrebni predhodni analizi lokalnih razmer povzroči neupravičeno poenostavljeno razmišljanje (Scott, 2014: 574) in vzbuja dvom, kar pogosto vodi v zagovor regresivnih urbanih politik.

V slovenskem posttranzicijskem obdobju na področju razvoja urbane kreativnosti prevladuje predvsem produkcijski pristop (Hall in Robertson, 2001: 19), ki izraža zaskrbljenost politik glede produkcije in kapitalizacije kreativnosti. To se zrcali tudi v dokumentih, ki poskušajo območje Tobačne vključevati v tovrstne razvojne sheme (glej npr. Mestna občina Ljubljana, 2012, 2016, 2020). Ta pristop ne ocenjuje ustrezno dolgoročne vloge in vpliva kreativnosti na mesto v sedanjih razmerah postmodernih, globaliziranih okolij. S tega vidika bodo morali prihodnji pristopi h kreativni urbani regeneraciji razviti mehanizme, ki zaznavajo spremembe v subtilni strukturi kreativnega ekosistema in so sposobni združiti kulturno, socialno in ekonomsko vrednost ustvarjalnosti v eno celoto. Namen članka je bil narediti bolj vidne in razumljive vsaj nekatere prezrte vidike kreativnosti ter izpostaviti njihova pomen in vlogo v kreativnem ekosistemu. Poskušali smo pokazati, da na Ljubljano dolgoročno lahko pomembno vplivajo včasih manj opazne mikrospremembe na lokalni ravni, pri čemer je gotovo, da bo treba izdelati nove modele vrednotenja dragocenih družbeno-kulturnih elementov, krajev in prostorov mesta. Tega postopka ni mogoče izvesti v kratkem času, saj zahteva prelom z obstoječim prostorskim načrtovanjem. Ta produkcijski pristop k prostorskemu načrtovanju je sestavljen iz nizov idej, miselnih modelov in predvsem sistema vrednot, ki so vgrajeni v delovanje, življenje in vsakodnevno organizacijo ustanov, skupnosti in vsakodnevnih uporabnikov mesta, regije in države. Prekinitev tega je mukotrpen in dolgotrajen postopek. Razvoj dolgoročnih kreativnih zmogljivosti Ljubljane temelji torej na kvalitativnem preskoku, ki epistemsko pomeni novo družbe-

no-prostorsko paradigmo ali paradigmatski premik (Kuhn, 1970: 85), v katerega so zajeti sistemi gospodarskega, urbanega in zlasti socialnega razvoja.

Matjaž Uršič, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede, Center za prostorsko sociologijo, Ljubljana, Slovenija
E-pošta: matjaz.ursic@fdv.uni-lj.si

Zahvala

Članek je nastal ob pomoči projekta Urban Education Live (UEL). Projekt sta sofinancirali Javna agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije (ARRS, naslov projekta: UEL, Urbano izobraževanje v živo; šifra: H5-8286) in EU kot del skupne programske pobude Urbana Evropa, ERA-NET Cofund, Pametne prihodnosti mest (ENSUF), št. projekta 693443.

Opombe

⁽¹⁾ Prispevek ni popolnoma strokovno lektoriran.

Viri in literatura

- Bell, D., in Jayne, M. (2004): *City of quarters: urban villages in the contemporary city*. London, Ashgate.
- Bianchini, F. (1999): Cultural planning for urban sustainability. V: Nyström L. (ur.): *City and culture: Cultural processes and urban sustainability*, str. 34–51. Kalmar, The Swedish Urban Environment Council.
- Boessen, A., Hipp, J. R., Butts, C. T., Nagle, N. N., in Smith, E. J. (2018): The built environment, spatial scale, and social networks: Do land uses matter for personal network structure? *Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science*, 45(3), 400–416. DOI: 10.1177/2399808317690158
- Bole, D. (2008): Cultural industry as a result of new city tertiarization. *Acta Geographica Slovenica*, 48(2), 255–276. DOI: 10.3986/AGS48202
- Bourdieu, P. (1986): The Forms of Capital. V: Richardson J. G. (ur.): *Handbook of theory and research for the sociology of education*, str. 241–258. New York, Greenwood Press.
- Briskman, L. (1980): Creative product and creative process in science and art. *Inquiry*, 23(1), 83–106. DOI: 10.1080/00201748008601892
- Burger, M., in Meijers, E. (2012): Form follows function? Linking morphological and functional polycentricity. *Urban Studies*, 49(5), 1127–1149. DOI: 10.1177/0042098011407095
- Creative Canada Policy Framework (2017): *Creative Canada Policy Framework*. CA – Government of Canada, Canadian Heritage. Dostopno na: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/campaigns/creative-canada/framework.html> (sneto 10. 12. 2020).
- Chase, J., Crawford, M., in Kalinski, J. (1999): *Everyday urbanism*. New York, Monacelli Press.
- Christaller, W. (1966): *Central places in Southern Germany*. Englewood Cliffs New Jersey, Prentice-Hall.
- Cigale, D. (2002): Centralna naselja v Sloveniji in njihova vplivna območja v letu 1999. *Geografski vestnik*, 74(1), str. 43–56.
- Clarke, J., Bainton, D., Lendvai, N., in Stubbs, P. (2015): *Making policy move: Towards a politics of translation and assemblage*. Bristol, Policy Press. DOI: 10.1332/policypress/9781447313366.001.0001
- Cohendet, P., Grandadam, D., in Simon, L. (2010): The anatomy of the creative city. *Industry & Innovation*, 17(1), 91–111. DOI: 10.1080/13662710903573869
- Colomb, C., in Novy, J. (2018): *Protest and resistance in the tourist city. Contemporary geographies of leisure, tourism and mobility*. Abingdon, Oxon; New York, NY, Routledge.
- Peck, J. (2011). Geographies of policy: From transfer-diffusion to mobility-mutation. *Progress in Human Geography*, 35(6), 773–797. DOI: 10.1177/0309132510394010
- Department for culture, media and sport (2001): *DCMS – Department for culture, media and sport*. Dostopno na: <http://www.culture.gov.uk/index.aspx> (sneto 10. 12. 2020).
- Evropska komisija (2010): *Zelena knjiga – Izkoriščanje potenciala kulturnih in ustvarjalnih industrij (The Green Book on cultural and creative industries)*. Evropska komisija, EAC: Bruselj. Dostopno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/ALL/?uri=CELEX%3A52010DC0183> (sneto 10. 12. 2020).
- Evropska komisija (2020): *Unija inovacij – Aims of the Innovation Union, a past research and innovation policy, progress achieved, reports and related current policy*. Dostopno na: https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/strategy/goals-research-and-innovation-policy/innovation-union_sl (sneto 10. 12. 2020).
- Filipović, M. (2007): Prostorska determiniranost omrežij starejših in vloga sosedov v časovni perspektivi. *Teorija in Praksa*, 44(1-2), 298–316.
- Fischer, G. (2013): Learning, social creativity, and cultures of participation. V: Sannino A. (ur.): *Learning and collective creativity: Activity-theoretical and sociocultural studies*, str. 198–215. London, New York, Routledge. DOI: 10.4324/9780203077351
- Florida, R. L. (2002): *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. North Melbourne, Vic., Pluto Press.
- Florida, R. L. (2005): *Cities and the creative class*. London, New York, Routledge. DOI: 10.4324/9780203997673
- Florida, R., Gates, G., Knudsen, B., in Stolarick, K. (2006): *The university and the creative economy*. Creative class group. Dostopno na: <http://creativeclassgroup.com/rfcdgb/articles/University%20For%20City%20and%20Community%204.pdf> (sneto 10. 12. 2020).
- Genz, C., in Lucas, D. (2017): Decoding mapping as practice: An interdisciplinary approach in architecture and urban anthropology. *Urban Transcripts Journal*, 1(4), str. 1–10. Dostopno na: <http://journal.urbantranscripts.org/article/decoding-mapping-practice-interdisciplinary-approach-architecture-urban-anthropology-carolin-genz-diana-lucas-drogan/> (sneto 10. 12. 2020).
- Giaccardi, E., in Fischer, G. (2008): Creativity and evolution: A metadesign perspective. *Digital Creativity*, 19(1), 19–32. DOI: 10.1080/14626260701847456
- Gibbons, J., Nara, A., in Appleyard, B. (2018): Exploring the imprint of social media networks on neighborhood community through the lens of gentrification. *Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science*, 45(3), str. 470–488. DOI: 10.1177/2399808317728289
- Gottlieb, P. D. (1994): Amenities as an economic development tool: Is there enough evidence? *Economic Development Quarterly*, 8(3), str. 270–285. DOI: 10.1177/089124249400800304
- Hall, T., in Robertson, I. (2001): Public art and urban regeneration: Advocacy, claims and critical debates. *Landscape Research*, 26(1), str. 5–26. DOI: 10.1080/01426390120024457
- Harvey, D. (2000): *Spaces of hope*. Berkeley, University of California Press.

- Hesmondhalgh, D. (2002): *The cultural industries*. London, Sage.
- Howkins, J. (2001): *The creative economy: how people make money from ideas*. London, Allen Lane.
- Inštitut za ekonomska raziskovanja (2012): *Creative industries in Ljubljana urban region*. Ljubljana, Inštitut za ekonomska raziskovanja.
- Iglič, H. (2001): Socialni kapital, socialna omrežja in politično vedenje: empirična študija. *Družboslovne razprave*, 17 (37/38), str. 167–190.
- Inštitut za politike prostora (2011): *Potentials of creative urban regeneration – spatial distribution of creative industries in Ljubljana Urban Region*. ERDF, RRA-LUR, Ljubljana. Ljubljana, Inštitut za politike prostora.
- Jeffcutt, P. (2004): Knowledge relationships and transactions in a cultural economy: Analysing the creative industries ecosystem. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*, 112(1), str. 67–82. DOI: 10.1177/1329878X0411200107
- Kirn, A. (2008): Entropične razsežnosti družbenega razvoja. *Teorija in Praksa*, 45(3–4), str. 249–284.
- Klausmeier, H. J. (1961): *Learning and human abilities: Educational psychology (3d ed)*. New York, Harper & Row.
- Kozina, J. (2010): Transport accessibility to regional centres in Slovenia. *Acta geographica Slovenica*, 50(2), str. 231–251. DOI: 10.3986/AGS50203.
- Kozina, J., in Bole, D. (2018): The impact of territorial policies on the distribution of the creative economy: Tracking spatial patterns of innovation in Slovenia. *Hungarian Geographical Bulletin*, 67(3), str. 259–273. DOI: 10.15201/hungeobull.67.3.4.
- Kozina, J., in Clifton, N. (2019): City-region or urban-rural framework. *Acta geographica Slovenica*, 59(1), str. 141–157. DOI: 10.3986/AGS.5137
- Kuhn, T. S. (1970): *The structure of scientific revolutions (2d ed., enl)*. Chicago, University of Chicago Press.
- Landry, C., in Bianchini, F. (1995): *The creative city*. London, Demos.
- Lazzeretti, L. (2012): The remarkable resilience of Florence, city of art. V: *Regional Studies Association European Conference "Networked regions and cities in times of fragmentation: Developing smart, sustainable and inclusive places"*, str. 1–22. Delft University of Technology. Dostopno na: www.regionalstudies.org (2018/07, lazzeretti) (sneto 10. 12. 2020).
- Lefebvre, H. (1991): *The production of space*. Malden, Blackwell.
- Logan, J. R., in Molotch, H. L. (1987): *Urban fortunes: The political economy of place*. Berkeley, University of California Press.
- Long, H., in Pang, W. (2015): Rater effects in creativity assessment: A mixed methods investigation. *Thinking Skills and Creativity*, 15, 13–25. DOI: 10.1016/j.tsc.2014.10.004
- Lynch, K., City Sense, City Design (1990): *Writings and projects of Kevin Lynch*. Cambridge MA, London, MIT Press.
- Martin-Brelot, H., Grossetti, M., Eckert, D., Gritsai, O., in Kovács, Z. (2010): The spatial mobility of the 'creative class': A European perspective. *International Journal of Urban and Regional Research*, 34(4), 854–870. DOI: 10.1111/j.1468-2427.2010.00960.x
- Ministry of Economy, Trade and Industry (2012): *Cool Japan strategy. Modified version of the Interim Report submitted to the Cool Japan Advisory Council*. Dostopno na: https://www.meti.go.jp/english/policy/mono_info_service/creative_industries/pdf/121016_01a.pdf (sneto 10. 12. 2020).
- Meusburger, P. (2009): Milieus of creativity: The role of places, environments, and spatial contexts. V: Meusburger P., Funke J., in Wunder E. (ur.): *Milieus of creativity*, str. 97–153. Dordrecht, Springer Netherlands. DOI: 10.1007/978-1-4020-9877-2_7
- Mestna občina Ljubljana (2012): *Strategija razvoja kulture v Mestni občini Ljubljana 2012–2015*. Ljubljana.
- Mestna občina Ljubljana (2016): *Strategija razvoja kulture v Mestni občini Ljubljana 2016–2019*. Ljubljana.
- Mestna občina Ljubljana (2020): *Strategija razvoja kulture v Mestni občini Ljubljana 2020–2023 z usmeritvami do leta 2027*. Ljubljana.
- Montouri, A., Purser, R. (1997): Social creativity: The challenge of complexity (Le dimensioni sociali della creatività). *Pluriverso*, 1(2), str. 78–88.
- Murphy, E., in Redmond, D. (2008): *Location factors of creative knowledge companies in Dublin Region: The managers' view*. Amsterdam, AMIDSt : University of Amsterdam.
- Musterd, S., in Gritsai, O. (2013): The creative knowledge city in Europe: Structural conditions and urban policy strategies for competitive cities. *European Urban and Regional Studies*, 20(3), str. 343–359. DOI: 10.1177/0969776412439199
- Nered, J. (2005): Geografski vidiki mreženja podjetij v Sloveniji. *Geografski vestnik*, 77(2), str. 45–57.
- Nyseth, T. (2012): Fluid planning: A meaningless concept or a rational response to uncertainty in urban planning? V: Burian J. (ur.): *Advances in Spatial Planning*, str. 27–46. Shanghai, InTech. DOI: 10.5772/35098
- Olsson, K. (1999): Cultural built heritage as a strategy. V: Nystrom L. (ur.): *City and culture: Cultural processes and urban sustainability*, str. 430–444. Kalmar, The Swedish Urban Environment Council.
- Peck, J. (2011): Geographies of policy: From transfer-diffusion to mobility-mutation. *Progress in Human Geography*, 35(6), str. 773–797. DOI: 10.1177/0309132510394010
- Peck, J., in Theodore, N. (2015): *Fast policy: Experimental statecraft at the thresholds of neoliberalism*. Minneapolis, University of Minnesota Press. DOI: 10.5749/minnesota/9780816677306.001.0001
- Perrons, D. (2004): *Globalization and social change: People and places in a divided world*. London, Routledge.
- Petrovič-Šteger, M. (2018): O »odprtem pogledu«. *Glasnik Slovenskega etnološkega društva*, 58 (3/4), str. 7–24.
- Poljak-Istenič, S. (2017): Creativity: An introduction to popular concepts, topics, and discussions (Ustvarjalnost: Uvod v razširjene koncepte, teme in razprave). *Traditiones* 46(1–2), str. 103–125. DOI: 10.3986/Traditio2017460201
- Poljak-Istenič, S. (2015): Kolo kot akter ustvarjalne urbane regeneracije. *Glasnik Slovenskega etnološkega društva*, 55(3/4), str. 23–37.
- Poljak-Istenič, S. (2019): Participatory urbanism. *Acta geographica Slovenica*, 59(1), 127–140. DOI: <https://doi.org/10.3986/AGS.5142>
- Pratt, A. C. (2004): Creative clusters: Towards the governance of the creative industries production system? *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*, 112(1), str. 50–66. DOI: 10.1177/1329878X0411200106
- Putnam, R. D. (1995): Tuning in, tuning out: The strange disappearance of social capital in America. *PS: Political Science and Politics*, 28(4), str. 664. DOI: 10.2307/420517
- Putnam, R. D. (2000): *Bowling alone: The collapse and revival of American community (1. touchstone ed.)*. New York, Simon & Schuster. DOI: 10.1145/358916.361990
- Ravbar, M. (2011): Creative social groups in Slovenia: contribution to geographic studying of human resources. *Acta geographica Slovenica*, 51(2), str. 293–318. DOI: <http://dx.doi.org/10.3986/AGS51204>

- Rivas, M. (2011): *From creative industries to the creative - place refreshing the local development agenda in small and medium-sized towns*. URBACT. Dostopno na: <http://www2.cetiqt.senai.br/ead/redige/index.php/redige/article/view/112/170> (sneto 10. 12. 2020).
- Regionalna razvojna agencija Ljubljanske urbane regije (2007): *Regionalni razvojni program Ljubljanske urbane regije 2007–2013*. Ljubljana. Dostopno na: <https://rralur.si/regija/razvojni-dokumenti/> (sneto 10. 12. 2020).
- Regionalna razvojna agencija Ljubljanske urbane regije (2014): *Regionalni razvojni program Ljubljanske urbane regije 2014–2020*. Ljubljana. Dostopno na: <https://rralur.si/regija/razvojni-dokumenti/> (sneto 10. 12. 2020).
- Regionalna razvojna agencija Ljubljanske urbane regije (2019): *Regionalni razvojni program Ljubljanske urbane regije 2021–2027 (Osnutki)*. Ljubljana. Dostopno na: <https://rralur.si/regija/razvojni-dokumenti/> (sneto 10. 12. 2020).
- Sailer, K. (2011): Creativity as social and spatial process. *Facilities*, 29(1/2), str. 6–18. DOI: 10.1108/02632771111101296
- Scott, S. J. (2000): *The cultural economy of cities: Essays on the geography of image-producing industries*. London, Sage Publications Ltd. DOI: 10.4135/9781446217481
- Scott, A. J. (2014): Beyond the creative city: Cognitive-cultural capitalism and the new urbanism. *Regional Studies*, 48(4), str. 565–578. DOI: 10.1080/00343404.2014.891010
- Shaw, S.-L., Tsou, M.-H., in Ye, X. (2016): Editorial: Human dynamics in the mobile and big data era. *International Journal of Geographical Information Science*, 30(9), str. 1687–1693. DOI: 10.1080/13658816.2016.1164317
- SURS (2011): *SKD - Standardna klasifikacija dejavnosti*. Dostopno na: <http://www.ajpes.si/Registri/Drugo/SKD> (sneto 10. 12. 2020).
- Služba vlade Republike Slovenije za razvoj (2008): *Priporočila 9. razvojne skupine za kreativne industrije za povečanje konkurenčnosti Slovenije*. Ljubljana, Služba vlade Republike Slovenije za razvoj.
- Smith, N. (1996): *The new urban frontier: gentrification and the revanchist city*. New York, Routledge.
- Tobačna Ljubljana (2019): *Tobačna Ljubljana*. Imperial Brands PLC. Dostopno na: <http://www.tobacna.si/en/> (sneto 10. 6. 2019).
- True, S. (1966): A study of the relation of general semantics and creativity. *The Journal of Experimental Education*, 34(3), 34–40. DOI: 10.1080/00220973.1966.11010934
- Urban Education Live (2019): *UEL - Skupnost Tobačna (Tobacco Factory Community): Final research report—Phase 2*. Ljubljana, Fakulteta za družbene vede, Center za prostorsko sociologijo.
- Urban Education Live (2020): *UEL - Skupnost Tobačna (Tobacco Factory Community): Final research report—Phase 3*. Ljubljana, Fakulteta za družbene vede, Center za prostorsko sociologijo.
- Uršič, M. (2016): Characteristics of spatial distribution of creative industries in Ljubljana and the Ljubljana region. *Acta Geographica Slovenica*, 56(1), str. 75–99. DOI: 10.3986/AGS.745
- Uršič, M., in Imai, H. (2020): *Creativity in Tokyo: Revitalizing a mature city*. Singapore, Palgrave Macmillan, Springer. DOI: 10.1007/978-981-15-6687-5
- Verschueren, J. (1995): The pragmatic return to meaning: Notes on the dynamics of communication, degrees of salience, and communicative transparency. *Journal of Linguistic Anthropology*, 5(2), str. 127–156. DOI: 10.1525/jlin.1995.5.2.127
- Vodopivec, N. (2018): Vizije prihodnosti in družbene spremembe v Sloveniji. *Glasnik Slovenskega etnološkega društva*, 58(3/4), str. 39–50.
- Žaucer, T., Peterlin, M., Uršič, M., Očkerl, P., in Marn, T. (2012): *Kreativna urbana regeneracija*. Ljubljana, Ipop.
- Ye, X., in Liu, X. (2018): Integrating social networks and spatial analyses of the built environment. *Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science*, 45(3), str. 395–399. DOI: 10.1177/2399808318772381
- Wierenga, B., in van Bruggen, G. H. (1998): The dependent variable in research into the effects of creativity support systems: Quality and quantity of ideas. *M I S Quarterly*, 22(1), str. 81–87.