

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Matevž Straus

Javni prostor in ustvarjalnost:
primer Idrije

Diplomsko delo

Ljubljana, 2011

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Matevž Straus

Mentor: izr. prof. dr. Marjan Hočevar

**Javni prostor in ustvarjalnost:
primer Idrije**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2011

Zahvaljujem se ...

*... mentorju izr. prof. dr. Marjanu Hočevanju za zanimive pogovore,
smiselne pripombe in usmeritve*

ter družini in prijateljem za podpiranje moje radovednosti.

Javni prostor in ustvarjalnost: primer Idrije

V pričujočem diplomskem delu se avtor ukvarja z odnosom med ustvarjalnostjo in javnim prostorom v mestih. Tipologija štirih prostorov (ustvarjalni prostori, statični prostori kulture, prostori monotone rabe, prostori dezintegrirane ustvarjalnosti) je predlagana, izčrpno opisana in končno uporabljena na primeru občine Idrija. Avtor zagovarja tezo, da Idrija sodi v tip statičnih prostorov kulture, pri čemer industrija nadomešča turizem kot glavno ekonomsko aktivnost v tem tipu prostora. Ustvarjalni razred v Idriji je precej velik in zaznamovan z velikim deležem tehnično-tehnoloških strokovnjakov in ustvarjalnih profesionalcev, medtem ko je skupina kulturnih ustvarjalcev ali bohemov precej majhna. Podobno tudi ustvarjalne industrije obsegajo zelo majhen delež delovne sile v občini Idrija. Avtor javni prostor v Idriji označi kot pacifiziran javni prostor, ki je oblikovan v specifičnem lokalnem diskurzu. Diplomsko delo se zaključi z ugotovitvijo, da je prostor v Idriji preveč statičen za negovanje ustvarjalnosti, saj je ujet v lasten romantični narativ.

Ključne besede: ustvarjalnost, javni prostor, ustvarjalni razred, ustvarjalne industrije, Idrija.

Public space and creativity: The case of Idrija

In this thesis the author deals with the relationship between creativity and public space in cities. A typology of four spaces (creative spaces, static spaces of culture, spaces of monotonous use, spaces of disintegrated creativity) is proposed, thoroughly described and lastly applied to the case of the municipality of Idrija. The author argues that Idrija fits in the „static spaces of culture“ type, while industry is replacing tourism as the main economic activity in this type of space. The creative class in Idrija is quite big and characterised by a large proportion of technical-technological professionals and creative professionals, while the group of cultural creators or bohemians is rather small. Similarly, creative industries constitute a very small proportion of Idrija's labour force. The public space in Idrija is described as pacified and shaped by a specific local discourse. The conclusion of the thesis is that the space in Idrija is too static for nurturing creativity as it is trapped in its own romantic narrative.

Keywords: creativity, public space, creative class, creative industries, Idrija.

Kazalo

1	Uvod.....	7
2	Pregled ključnih pojmov	9
2.1	Javni prostor.....	9
2.2	Ustvarjalnost.....	10
3	Povezanost ustvarjalnosti in javnega prostora	12
4	Model štirih tipov mest	14
4.1	Ustvarjalni prostori	14
4.2	Statični prostori kulture.....	16
4.3	Prostori monotone rabe	17
4.4	Prostori dezintegrirane ustvarjalnosti	19
5	Javni prostor in ustvarjalnost v Idriji	21
5.1	Ustvarjalni razred.....	21
5.2	Gospodarstvo	25
5.3	Ustvarjalne industrije	26
5.4	Kulturna heterogenost.....	29
5.5	Javni prostor.....	30
6	Sklep.....	32
7	Literatura	34
	Priloge	40
	Priloga A: Shema tipologije prostorov glede na kombinatoriko ustvarjalnosti in javnega prostora.....	40
	Priloga B: Ustvarjalne osebe, ki delajo v občini Idrija, leto 2010	41
	Priloga C: Opredelitev kulturnih in ustvarjalnih dejavnosti po področjih (širša definicija) in število poslovnih subjektov ter (samo)zaposlenih	41
	Priloga Č: Opredelitev kulturnih in ustvarjalnih dejavnosti po področjih (ožja definicija) in število poslovnih subjektov ter (samo)zaposlenih	44
	Priloga D: Izračun lokacijskega koeficienta	44

Seznam grafov

Graf 5.1: Stopnja izobrazbe v občini Idrija in Sloveniji	23
Graf 5.2: Delež zaposlenih v ustvarjalnih industrijah po širši definiciji.....	27
Graf 5.3: Delež zaposlenih v ustvarjalnih industrijah po ožji definiciji	28

Seznam tabel

Tabela 5.1: Izobrazba selivcev v in iz občine Idrija v letih 2008 in 2009.....	24
--	----

1 Uvod

Virus ustvarjalnosti v mestih (Kunzmann 2004, 2), katerega izvor zasledimo pri švedskem Aku Anderssonu, je dlje časa osvajal mestne načrtovalce in eksplodiral z delom Richarda Floride (2002) *The Rise of the Creative Class*. Priznanje, da ima ustvarjalnost pomemben gospodarski vpliv, je danes neizogibno. Poleg slednjega pa ima ustvarjalnost in z njo povezane dejavnosti tudi pomemben vpliv na način razumevanja odnosa med kulturo, družbo, ekonomijo in prostorom. Postaja jasno, da „bolj ko prostorske ovire izginjajo, bolj postajamo občutljivi za to, kaj dejansko posamezni prostori vsebujejo“ (Harvey v Hočevar 2000, 37).

Globalna tekma se tako seli tudi med mesta, ki morajo graditi na specifični in privlačni identiteti. Z opazovanjem kombinatorike javnega prostora in ustvarjalnosti lahko identificiramo štiri tipe prostorov: ustvarjalni prostor, statični prostor kulture, prostor monotone rabe in prostor dezintegrirane ustvarjalnosti. Tipi prostorov so oblikovani glede na kombinatoriko javnega prostora in ustvarjalnosti – ustvarjalni prostori so prostori velike ustvarjalnosti, ki izhajajo iz živahnega javnega prostora, medtem ko statični prostori kulture premorejo malo ustvarjalnosti, a precejšnjo mero pacifiziranega javnega prostora in kulturnega simulakra. Slednji sicer nudi ustvarjalne možnosti, ne zagotavlja pa ustvarjalnih vzpodbud. Na drugi strani je v prostorih monotone rabe in prostorih dezintegrirane ustvarjalnosti bistveno manj javnega prostora – prostori monotone rabe so prostori s klubskim dostopom brez ustvarjalnih vzpodbud in možnosti, ustvarjalnost prostorov dezintegrirane ustvarjalnosti pa izhajajo iz visoke stopnje imigracije in drugje izkoriščenih ustvarjalnih možnosti in vzpodbud.

Pričujoča diplomska naloga je sestavljena iz šestih delov: uvodu sledi pregled pojmov ustvarjalnost in javni prostor, v tretjem delu pa obravnavam povezanost slednjih. Četrty sklop je namenjen utemeljitvi tipologije štirih prostorov in opisu lastnosti posameznih prostorov. V petem sklopu uporabim tipologijo za analizo Idrije, saj lahko z obravnavo ustvarjalnosti in javnega prostora v luči štirih tipov prostorov prepoznamo položaj Idrije in morebitne razvojne probleme. Izhajam namreč iz teze, da Idrija sodi v tip statičnih prostorov kulture, pri čemer turizem kot običajno prevladujočo gospodarsko dejavnost v Idriji nadomešča industrija. Mesto s petstoletno tradicijo rudarjenja namreč danes govori dve zgodbi – zgodbo tehnične, kulturne in naravne

dediščine ter zgodbo globalnih tehnoloških podjetij, a, kot izhaja iz tipologije, zgodbi nista nujno združljivi. Ustvarjalnost v statičnem prostoru kulture ne uspeva.

Osrednja teza naloge se glasi: *Občina Idrija sodi v tip statičnih prostorov kulture z industrijo kot glavno gospodarsko panogo*. Tezo bom ovrgel ali potrdil na podlagi kvalitativne in kvantitativne analize ter preko serije vpogledov v življenje mesta.

V teoretičnem delu se bom oprl predvsem na avtorje teorij o ustvarjalnosti, ustvarjalnih prostorih in ustvarjalnih posameznikih, s pomočjo katerih bom utemeljil tipologijo. V empiričnem delu pa bom posegel tako po kvalitativni kot tudi kvantitativni analizi. Poleg uporabe ugotovitev drugih avtorjev bom z obdelavo statističnih podatkov analiziral izobrazbeno strukturo priseljencev ter identificiral obseg idrijskega ustvarjalnega razreda in ustvarjalnih industrij glede na dve definiciji.

2 Pregled ključnih pojmov

2.1 Javni prostor

Steven Carr (v Smithsimon 1999) javni prostor razume kot dovzeten, občutljiv, demokratičen in pomemben prostor, ki varuje pravice skupin, ki ga uporabljajo, bil pa naj bi tudi prostor svobodnega delovanja in izražanja. Slednja definicija se smiselno izogne legalističnemu definiranju, ki bi lahko javni prostor razumelo le kot prostor v javni ali državni lasti ter ga tako postavilo nasproti prostoru v zasebni lasti. Nenazadnje nas na tovrstno nelegalistično definiranje napeljuje tako današnja družbena realnost s kopico javno-zasebnih partnerstev, zasebnih upravljanj z javnim prostorom, kot tudi zgodovinska analiza. Sennett (2002, 17) namreč ugotavlja, da moderna uporaba termina javno ni vezana le na področje družbenega življenja onkraj sfere družine in bližnjih prijateljev, ampak da javna sfera vključuje tudi znance in tujce, ki skupno ustvarjajo raznolikost. V 18. stoletju, ko se je uveljavila moderna raba pojma javno, je tako pariška in londonska buržoazija postajala vedno manj obremenjena z zakrivanjem družbenega izvora, mesta pa so postajala svet, v katerem so različne skupine prihajale v stik. V izogib romantiziranju Carrove definicije tako Smithsimon (1999, 2) obravnava javni prostor kot kraje, v katerih lahko široka množica ljudi pride v stik z ljudmi, ki jih ne pozna, ter se z njimi lahko zaplete v kopico javnih in zasebnih aktivnosti.

Javno vedenje je torej stvar aktivnosti na distanci do samega sebe, lastne zgodovine, okoliščin in potreb, pa tudi dejavnosti izkušanja različnosti (Sennett 2002, 87). A javno ni le oblika posameznikovega čutenja in čustvovanja, temveč tudi geografija. Javni prostor je sestavljen iz treh delov: fizičnega, družbenega in simbolnega javnega prostora. Fizični javni prostor je ustvarjen z urbanim oblikovanjem in opremo, ki je predvsem v domeni arhitektov, planerjev in občinskih uradnikov, medtem ko je družbeni javni prostor produkt družbenih praks in ima potencial redefiniranja prostorov skozi konflikte in uporabo. Tretja oblika javnega prostora je najtežje opazna, saj se simbolni javni prostor giblje med resnico in mislimi – simbolni javni prostor je prostor spominov in domišljije (Lehrer 1999, 203).

Čeprav se logično nasprotje javnemu zdi zasebno, si slednja nista nasprotna, temveč alternativna. Javno in zasebno imata različne načine reševanja splošnih

družbenih problemov – v javnem je bil problem družbenega reda rešen z oblikovanjem znakov, medtem ko je v zasebnem problem negovanja rešila zaveza transcendentnim pravilom; javno upravljajo impulzi želje in sposobnosti, v zasebnem vlada omejitvev in izničevanje sposobnosti; javno je človeška kreacija, zasebno človeški pogoj (Sennett 2002, 98).

2.2 Ustvarjalnost

Jan Makarovič (2003, 43) v svoji Antropologiji ustvarjalnosti izpostavlja pomanjkljivosti teorij o ustvarjalnosti, ki temeljijo na štirih P (prilika, posameznik, proces, produkt). Te teorije se namreč osredotočajo le na iz družbe izvzetega posameznika, ne upoštevajo pa tudi družbenih implikacij ustvarjalnosti (priznanje in premiki). Csikszentmihalyi (1996, 28) tako ustvarjalnost definira kot dejanje, idejo ali produkt, ki spremeni obstoječo domeno ali preobrazi obstoječo domeno v novo. Tisto, kar je ustvarjalnosti centralno, je produkcija novosti (Weisberg 2006, 7).

A sama novost za razvoj ustvarjalnosti ni dovolj – Makarovič (2003, 43) opozarja na t.i. 'priznanje', ki ga družbene institucije podelijo ustvarjalcu in tako produkt dvignejo iz anonimnosti. Poleg priznanja pa so družbena dimenzija ustvarjalnosti tudi 'premiki'. „Spremenjene družbene razmere, ki so rezultat človeške kreativnosti, so namreč obenem tudi pogoj za razvoj kreativnosti same“, saj prav „te razmere tvorijo kreativno okolje kot celoto možnosti in spodbud, ki vplivajo na razvoj kreativnih dispozicij posameznikov“ (Makarovič 2003, 46).

O ustvarjalnosti kot družbenem elementu je toliko bolj smiselno govoriti v luči 'kulturalizacije ekonomije' in oblikovanja 'lahke' ekonomije komunikacij in informacij, v katerih ustvarjalnost oz. ustvarjalna ekonomija zavzema ključno vlogo (Mommaas 2004, 14). V tem kontekstu govorimo o ustvarjalni industriji, katere definicija najpogosteje sledi definiciji britanskega Department for Culture, Media and Sport (2001, 4) in ustvarjalne industrije razume kot tiste industrije, ki imajo izvor v individualni ustvarjalnosti, veščinah in talentu in imajo potencial ustvarjanja bogastva in delovnih mest skozi generiranje in eksploatacijo intelektualne lastnine. Skladno s slednjim k njej uvrščamo: oglaševanje, arhitekturo, umetnost in trg s starinami, oblikovanje, modno oblikovanje, film, video in fotografijo, programsko opremo,

računalniške igre in e-založništvo, glasbo in vizualne ter uprizoritvene umetnosti, založništvo, digitalne in zabavne medije ter televizijo in radio (Department for Culture, Media and Sport 2010).

Na tem mestu velja očrtati ločnice med ustvarjalnimi industrijami in kulturnimi industrijami ter ustvarjalnostjo in inovativnostjo. Pri slednji dvojici je razlika v aplikativnosti, saj je inovativnost bistveno bolj ciljno usmerjena, vključuje testiranje in selekcioniranje ustvarjalnih idej ter načeloma poteka znotraj organizacije (Copenhagen Institute for Future Studies 2004, 6). Na drugi strani je ustvarjalnost manj formalizirana in deluje kot osnova inovativnosti (Amabile v McLean 2005, 227). Ločnica med ustvarjalnimi industrijami in kulturnimi industrijami ni tako jasna. Adorno in Horkheimer (2002) v Kritiki razsvetljenstva uporabljata izraz industrija kulture (The Culture Industry), medtem ko francoski sociologi govorijo v množini o kulturnih industrijah, s čimer poudarjajo kompleksnost, neenotnost in spremenljivost (Hesmondhalgh 2002, 16). Vendarle se predvsem v celinski Evropi izraza kulturna industrija in ustvarjalna industrija uporabljata kot sopomenki (Hesmondhalgh 2002, 14). A med njima vendarle ne gre delati enačaja – kulturne industrije so bistveno bolj vezane na nacionalne okvire, množične modele centralizirane produkcije in predvajanja, ustvarjalne industrije pa zaznamuje novejša kvalitativna razlika – so manj nacionalne in bolj globalne ter lokalne, sestavljajo jih predvsem majhna in srednje velika podjetja (SME) ter so bolj ustvarjalno intenzivne (Cunningham 2002, 6).

V obdobju ekonomske globalizacije, selitve industrijske produkcije na območja z nižjimi proizvodnimi stroški, liberalizacije globalne trgovine, deregulacije finančnih tokov in razvoja informacijskih in komunikacijskih tehnologij smo tako priča vsebinskemu preobratu v ekonomski strukturi razvitih držav (Ravbar in Bole 2007, 14), ustvarjalne industrije pa se kažejo kot tiste rešiteljice, ki bodo zaradi visoke izobraženosti in ustvarjalnosti vzdrževale gospodarski razvoj (Bole 2008, 3).

3 Povezanost ustvarjalnosti in javnega prostora

Ake Andersson je v knjigi *Kreativitet* iz leta 1985 kot eden prvih planerjev obravnaval ustvarjalnost mest in v mestih ter na primeru Stockholma prikazal možnost promocije ustvarjalnosti z namenom ekonomskega razvoja mesta. Duh specializacije in znamčenja mest je danes vsesplošno razširjen, kar dokazujejo tudi različni avtorji s svojimi pogledi na ustvarjalnost v mestu (Florida 2002, Landry 2000). A izbirnost ne ostaja le na ravni 'zgodbičenja mest', ampak kakor trdi Hočevar (2000, 32–35) mesta dobivajo izbirni pomen tudi za skupine in posameznike, saj imajo “v spremenjenih pogojih družbenosti in povečani vlogi tehnologij večjo dostopnost v prostoru“ in tako postajajo reflektivna življenjskostilska izbira posameznikov in skupin (Hočevar 2000, 19). Posamezniki so vedno manj vezani na izvorna mesta, v teh okoliščinah mobilnosti pa je tudi želja mest po privlačnem 'zgodbičenju' večja.

Stične točke med ustvarjalnostjo in javnim prostorom je moč iskati na različnih mestih – tako Peter Hall (v Kunzmann 2004, 10) ugotavlja, da je izvor urbane ustvarjalnosti v mešanici kulturnih temeljev in kozmopolitskega miljeja, medtem ko Sennett (2002, 17) prav tako meni, da se kozmopolitskost veže z raznolikim urbanim javnim prostorom, saj francoska raba besede kozmopolit iz leta 1738 označuje človeka, ki se lahko lagodno giblje v raznolikosti in se prijetno počuti tudi v situacijah, ki nimajo nikakršne povezave z njemu poznanim.

Zdi se, da je prav različnost tisto, kar veže javni prostor in ustvarjalnost – Santagata, Paolo in Russo (2007) menijo, da so različne izkušnje bolj intenzivne in bolj ustvarjalne, Florida (2002) pa trdi, da različnost pomeni navdušenje in energijo, saj naj bi ustvarjalne osebe uživale v mešanici vplivov. Tudi Makarovič (2003, 66) poudarja pomen pluralnosti kulturnih tokov za ustvarjalnost, a hkrati opozarja na prisotnost močnih centrov, torej mest, kjer se ti heterogeni tokovi zlivajo. Simonton ugotavlja, da ustvarjalnost uspeva v mestih in časih, ki imajo štiri lastnosti: „področje dejavnosti, intelektualno sprejemljivost, etnično raznovrstnost in politično odprtost“ (Simonton v Florida 2005, 60).

Nadalje Landry trdi, da je za uspešnost določenih pokrajin zaslužno spodbudno okolje in lokalne ugodnosti, ki jih najdemo v tem okolju. V kolikor v okolju ni kritične mase podjetnikov, znanstvenikov in kapitala, ki bi ideje finančno podprl, ustvarjalnost

ne more zaživeti (Landry 2000). Z Landryjevo mislijo se zopet vrnemo k teoriji šestih P (prilika, posameznik, proces, produkt, priznanje, premiki) in družbenim dejavnikom ustvarjalnosti – družbeno okolje deluje tako kot možnost kot tudi spodbuda. Ločnica med možnostmi in spodbudo pa se zdi za naše nadaljnje razumevanje ključna; Makarovič (2003, 53) k dejavnikom, ki vplivajo na ustvarjalnost prišteva razvite tehnologije, razvitost izobraževalnih sistemov, razvitost prometa in trgovine, pa tudi stopnjo „družbene enakosti, kar pomeni, da dobrine civilizacije niso dostopne le ozkim, zaključenim skupinam, temveč čim širšim družbenim slojem“. Javni prostor in z njim povezani družbeni odnosi ter dostopnost materialnih in nematerialnih dobrin delujejo kot zagotovilo možnosti ustvarjanja, saj zagotavljajo relativno široki množici ljudi možnosti, da se izrazijo in pokažejo v očeh drugih. Možnosti tako izhajajo iz ugodnih okoliščin, delovanje možnosti pa vodi v prenos ustvarjalnosti z generacije na generacijo „podobno kot se prenašajo družbene ugodnosti“ (Makarovič 2003, 61).

A vendarle možnosti niso dovolj za razvoj ustvarjalnosti. Ustvarjalnost se razvije šele ko se možnostim pridružijo tudi „spodbude v obliki konkretnih družbenih pričakovanj, zahtev, vrednot, pritiskov, idealov“ (Makarovič 2003, 53). Družbene vzpodbude delujejo kot izzivi in izvirajo iz neugodnih okoliščin in gledano družbeno povzročajo „vzpon prikrajšanih posameznikov in družbenih skupin ter tako pospešujejo vertikalno mobilnost“ (Makarovič 2003, 61). Sennett poudarja, da „telo oživi šele, ko je soočeno s težavami in se upira ustaljenim shemam delovanja. Občutki konfrontacije in stresa so nujni, saj posameznik postane pozoren na probleme drugih šele, ko je soočen s specifičnimi individualnimi izkušnjami, ki mu služijo za samoidentifikacijo“ (Sennet v Uršič in Hočevar 2007, 87). V tej luči je potrebno gledati tudi na vpliv javnega prostora na posameznikov ustvarjalni proces, saj „očiščeni oziroma neheterogeni prostori lahko le do določene mere izzovejo občutke stimulativnega stresa (adrenalina), ne morejo pa omogočiti resničnih izkušenj konfrontacije, nečistosti, težavnosti in oviranja“ (Sennet v Uršič in Hočevar 2007, 87). Adler govori o nadkompensaciji kot gibalno človeškega ravnanja, saj naj bi posamezniki želeli neko (realno ali namišljeno) pomanjkljivost kompenzirati z uspehi na drugem področju. Nepacifiziran javni prostor v tem oziru deluje tudi kot prostor izzivov, sporov in primerjav ter zagotavlja ustvarjalne vzpodbude (Adler v Makarovič 2003, 58).

4 Model štirih tipov mest

Kot smo videli zgoraj, je povezava med ustvarjalnostjo in javnim prostorom vidna, a ne nujna. Zaradi kopice drugih dejavnikov je ustvarjalnost in javni prostor nemogoče abstrahirati in ju spojiti v vakuumu. Neuspehi in zlorabe idej o ustvarjalnosti in živahnem javnem prostoru (Zukin 2004, Zukin 2010) nas napeljujejo v ponovni premislek o kombinatoriki javnega prostora in ustvarjalnosti – trdim, da je mogoče z opazovanjem različnih stopenj prisotnosti javnega prostora oz. ustvarjalnosti identificirati štiri idealnotipske tipe prostorov, ki nam služijo kot aposteriorni modeli za razlago družbene stvarnosti: ustvarjalni prostori, statični prostori kulture, prostori monotone rabe in prostori dezintegrirane ustvarjalnosti (glej Prilogo A). Ti tipi nam bodo v nadaljevanju služili kot opora analizi Idrije v luči ustvarjalnega razvoja.

Sprehodimo se skozi štiri prostore.

4.1 *Ustvarjalni prostori*

Ko govorimo o ustvarjalnih prostorih, sledimo skovanki Charlesa Landryja (2000), ki govori o ustvarjalnem mestu. Slednje naj bi temeljilo na mešanici idej, kot so raznolikost, trajnost, zdravje, doživetje, brnenje, sprostitvev in turizem, izredno pomembne pa se zdijo tudi kavarniška kultura, poulična kultura in ustvarjalno središče (glej na primer Florida 2002, Department for Culture, Media and Sport 2010). V tej maniri so Londonu sledila tudi druga svetovna mesta, ki so želela ustvariti ustvarjalne prostore: Creative Toronto, Creative New York, Design Singapore, Creative Baltimore, Create Berlin in Creative Amsterdam ter kopica manjših projektov: Orestad (Copenhagen), Poblenou/Barcelona (Barcelona), Adlershof (Berlin), Fashion City in World Jewellery Centre (Milan), MaRS (Toronto).

Slednji marketinški in urbanistični projekti sledijo tezam Landryja in Floride, ki uspešnost regij in mest vidita v posebnih okoliščinah. Poleg nenehnih inovacij, tehničnega napredka, prisotnosti distribucijskih verig in medsebojne motivacije (Landry 2000), se dandanes kot nujnosti štejejo tudi kulturni dejavniki in obstoj 'ustvarjalnega miljeja', t.j. mestnega utripa, umetniških četrti, ulične sociabilnosti in kakovosti prostora (Florida 2002). Kakovost prostora pa je mogoče opazovati v treh dimenzijah: 1. kaj je

tam: dejavniki grajenega in naravnega okolja; 2. kdo je tam: mešanica ljudi v interakciji, ki zagotavlja vzpodbude in daje življenje skupnosti; 3. kaj se dogaja: dogodkovnost uličnega življenja (Florida 2002, 231).

Landry v ustvarjalnih mestih identificira dva spleta dejavnikov, t.i. trdo infrastrukturo in mehko infrastrukturo. Prva predstavlja grajeni prostor in institucije, ki vsebujejo izobraževalno in raziskovalno dejavnost, kulturne ustanove in prizorišča ter podporne sisteme kolektivne potrošnje (Castells 1996). Mehka infrastruktura na drugi strani predstavlja kvaliteto družbenih odnosov in socialna omrežja, ki spodbujajo pretok idej in inovacij med posamezniki in institucijami (Landry 2000, 133). V sferi trde infrastrukture tako velja zapoved mešane rabe prostorov, ki družijo delovne aktivnosti in prostočasne dejavnosti, slednje pa ustvarja t.i. 'krajine izkušenj' (O'Dell & Billing v Mommaas 2004).

Kot mehko infrastrukturo razumemo družbene odnose, ki jih najbolj zaznamuje teza o ustvarjalnem razredu (Florida 2002), ki naj bi v dinamičnem delovnem okolju ustvarjal atraktivne in za življenje prijetne kraje (Jacobs 1969). Želje ustvarjalnega razreda naj bi utelešali mladi, katerih interes je zanimivo in pestro okolje, možnost kakovostnega preživljanja prostega časa in nasploh visoka stopnja prizoriščnosti (Florida 2005, 301; Martinotti 1996, 6–7). Velik pomen pa ima tudi prisotnost tujega prebivalstva, predvsem v toleranci in nizkih vstopnih pogojih za prišleke, saj uspeh mest bazira prav na zmožnostih privabljanja in zadrževanja delavcev s posebnimi znanji (Lenarčič 2004, 72). Govorimo torej o možnostih, ki so za ustvarjalnost nujne in se spajajo z javnim prostorom in življenjem le-tega ter ga tudi zahtevajo (Richards in Wilson 2007b, 26). Poleg zagotavljanja možnosti preko nizkih vstopnih pogojev za prišleke, tolerance in heterogenosti, pa sta za ustvarjalne prostore značilni tudi dinamičnost in nestabilnost. Hall (v Landry 2000, 136) ugotavlja, da „ustvarjalna mesta niso stabilni ali udobni kraji, niti ne rabijo biti v popolnem neredu. So preprosto kraji, kjer je ustaljeni red pod nenehno nevarnostjo ustvarjalnih skupin, ki prežijo, da podrejo ta ustaljeni red“. Prav slednje ustvarja nenehne vzpodbude, ki predramijo ustvarjalne potenciale, saj je v nestabilnih družbenih situacijah in kritičnem javnem prostoru potrebno reševati različne probleme. Ustvarjalni prostori so tako zmožni nenehnega prilagajanja spreminjajočim se pogojem v globalni ekonomiji, saj so vpeti v inovacijske in regeneracijske krogoke (Mommaas 2004, 14).

Model ustvarjalnega prostora vključuje tudi potrebo po celoviti obravnavi ekonomskega in družbenega razvoja mesta. Hall (1998) trdi, da bo blaginja v prihodnosti na strani tistih mest, ki bodo pozorna na celovit ekonomski razvoj mesta. Dubinsky (v Lewis in Donald 2010, 11) nadalje poudarja pomen kulture participacije, medtem ko Vanolo meni, da lahko prav javni prostori presežejo delitev med ustvarjalnimi in 'neustvarjalnimi' prebivalci in morebitne negativne učinke, saj so podobe javnih prostorov, trgov in kulturnih dogodkov še vedno temelj privlačnosti urbanega življenja (Vanolo v Richards in Wilson 2007a, 281).

Ne gre zanemariti dejstva, da ustvarjalni prostori delujejo tudi kot turistične destinacije –Russo in Arias Sans (2009, 3) govorita o 'krajinah ustvarjalnosti' ('landscapes of creativity'), ki nastajajo kot rezultat vznikajočih vzorcev produkcije in potrošnje. V teh krajinah vstopajo v interakcijo različne skupine mestnih uporabnikov in ustvarjajo simbolno nabite prostore. Ti prostori pa delujejo kot epicenter prestrukturiranja destinacij onkraj diadnega odnosa med krajem in bolščanjem. Dann in Jacobsen (v Richards in Wilson 2007b, 19) namreč opažata 'senzorni premik' ('sensory shift'), ki označuje prehod od bolščanja ('gaze') k drugim (multi)senzornim spektrom produkcije in potrošnje.

Prav v obravnavi turističnega vidika prostora pa zaznamo tudi naslednji prostor.

4.2 Statični prostori kulture

Zgodba statičnih prostorov kulture je zgodba mest, ki so ujeti v lastne narative in rigidno strukturo z okostenelo infrastrukturo. Presenetljivo pa statični prostori kulture vendarle ohranjajo precej visoko stopnjo heterogenosti, kulturnih aktivnosti in, sicer pacifiziranega, javnega prostora. Hannigan (v Russo in Arias Sans 2009, 5) govori o 'serijski reprodukciji kulture', kar Russo in Arias Sans (2009, 5) razširita na 'serijsko reprodukcijo krajin'. Statični prostori kulture namreč v želji po globalni tekmi za turiste iščejo načine diferenciacije in ekskluzivnosti, a zaradi konvergence organizacijskih in potrošnih praks (Ritzer 1997) in uporabe podobnih strategij ustvarjajo le standarizirane urbane krajine. Kopičenje standariziranih atrakcij zmanjšuje unikatnost urbanih identitet, čeprav je mantra nasprotna (Russo in Arias Sans 2009, 4). Benetke, Norwich, Bruges in Toledo nam tako govorijo zgodbo o 'zamrznjenih' prostorih, ki so predvsem igrana reprodukcija zgodovine, zavita v romantično in pacifizirano okolje (Ashworth in

Tunbridge v Russo in Arias Sans 2009, 5). Čeprav se zdijo kot zgodbe o spodletelem ali neuresničenem poskusu kreacije ustvarjalnih prostorov, so pravzaprav predloga za razvoj zgodovinskih mest (Russo in Arias Sans 2009, 12). Statični prostori kulture so, kot nam dokazujejo prakse prenekaterih mest z nazivom Evropska prestolnice kulture, pravzaprav turistično-marketingška kreacija znotraj okvirov turističnega bolščanja. Kulturni turizem v slednjih ponuja v večji meri pasivne ogledе uprizoritvenih in vizualnih umetnosti, gledališč, muzejev, galerij in zgodovinskih krajev, ki so stereotipizirane in načrtovane. Tovrstni marketinški prijemi pravzaprav sploh ne prinašajo dolgoročnih kulturnih vplivov ali razvoja ustvarjalnosti (Evans 2007, 60). Kultura v statičnih prostorih kulture je dekontekstualizirana, simulirana in reproducirana, mestne funkcije in habitati pa 'banalizirani' ter tako manj dovzetni za družbene spremembe in nove kulturne pozicije. Ti prostori negirajo obstoječe konflikte, zakrivajo razredna in spolna vprašanja ter nenazadnje zavirajo razvoj krajin ustvarjalnosti (Featherstone 1991, 99; Russo in Arias Sans 2009, 4).

Opazujemo lahko visoko stopnjo predvidljivosti, svojevrsten kulturni simulaker, ki pa deluje proti ustvarjalnosti. 'Monumentalna sterilnost' onemogoča prilagodljivost mestnega tkiva potrebam in željam prebivalcev ter ne prinaša ustvarjalnih spodbud, ki so nujne za ustvarjalni proces. Pacifiziran javni prostor brez dopuščanja odstopanj in 'premikov' kljub ustvarjanju možnosti vendarle ne daje vzpodbud in ni dojemljiv za ustvarjanje. Kakor pravi Walberg: „če načrtuješ, /.../, uničiš tudi nekaj energije, ki daje mestu izziv, ustvariti je potrebno prostore, kjer so stvari bolj anarhične in neorganizirane, sicer se vse spremeni v veleblagovnico“ (Walberg v Evans 2007, 70).

Kar nas napelje v naslednji prostor ...

4.3 Prostori monotone rabe

Če so za statične prostore kulture in ustvarjalne prostore značilni prisotnost heterogenosti, javni prostor in načelna univerzalnost, pa pri prostorih monotone rabe govorimo o t.i. 'klubski sferi' (Buchanan v Webster 2001). Prostori monotone rabe vendarle niso zasebni prostori – ne gre le za prostore družinskega in prijateljskega okolja, ampak delujejo kot razširitev zasebnega in hkratna zamejitev javnega prostora (Webster 2001, 16). Poleg različnih oblik organiziranega varovanja so prostori

monotone rabe tudi fizično ločeni od preostalih prostorov. Jacobs (1993, 345) trdi, da te meje delijo mesto na dele in proizvajajo vakuum v bližnji okolščini, kar ustvarja izredno slabe prostore za različnost in družbeno vitalnost.

Današnji prostori monotone rabe v marsičem sledijo idejam Howarda in ideje Garden City (Holloway in Hubbard 2000, 124), saj obljublajo bolj varno, čistejše in bolj zdravo življenjsko okolje. Ti prostori delujejo kot pobeg pred „disfunkcionalnimi družbami z ekstremno neenakostjo in revščino ter spremstvom urbanih fiskalnih omejitev“ (Webster 2001, 3–5). Prostori monotone rabe trdijo, da imajo vse prednosti odprtega javnega prostora, vse slabosti pa odstranjene; so transparentni prostori brez temnih senc in posledično tudi brez nevarnih krajev (za primer nakupovalnega središča glej Lehtonen in Pasi 1997, 161). Prevladujoč diskurz prostorov monotone rabe je prav splet varnosti in umirjene atmosfere, ki naj bi izhajal iz skupnosti, ki jo gradijo. Sennett trdi, da so ideje o skupnostni solidarnosti „ustvarjene zato, da se ljudem ni treba ukvarjati drug z drugim. /.../ Podoba skupnosti je očiščena vsega, kar lahko prinese občutek različnosti, kaj šele konflikt okoli vsega, kdo smo 'mi'. Tako je mit o skupnostni solidarnosti ritual 'očiščenja'.“ (Sennett v Bauman 2002, 128). Gre za prostore, ki ne poznajo „razlik, ki so pomembne, razlik, ki zahtevajo spopadanje, srečevanje z drugostjo drugega, usklajevanje, razjasnjevanje in dogovarjanje o modusu vivendi“ (Bauman 2002, 128). V prostorih porabe smo si vsi podobni, bratje in sestre – očiščeni prostori zakrijejo vsakršen antagonizem na način, ki ga Claude Levi-Strauss (1955) imenuje antropofagičen. Drugi način spoprijemanja z Drugim pa je antropoemičen – izloči in pozabi. Prostori monotone rabe živijo ločeni od vseh nevarnosti tujega in s tem, ko sebe ograjujejo s prelepimi živimi mejami, tujce zapirajo v urbana geta, 'javne, a neolikane kraje'. „Javni, a neolikani kraji omogočajo, da si operemo roke nad vsakim poslom s tujci in se izognemo tveganim menjavam, obremenjujočemu komuniciranju, živce parajočemu pregovarjanju in nadležnim kompromisom“ (Bauman 2002, 134).

Prostori monotone rabe so potemtakem brez ustvarjalnih vzpodbud in možnosti – so očiščeni prostori s klubskim dostopom, izmikanjem družbeni heterogenosti in diskurzom varnosti in umirjenosti. Kljub vsemu so prostori monotone rabe ekonomsko uspešni in v porastu, raznolikost pa je zatrta v procesu ekonomskega tekmovanja (Jacobs 1993, 328). Ekonomska računica pa je tudi glavno vodilo naslednjih prostorov

...

4.4 Prostori dezintegrirane ustvarjalnosti

V prostorih, ki jih imenujemo prostori dezintegrirane ustvarjalnosti, kljub majhni prisotnosti javnega prostora in njegovih komponent, ustvarjalnost vendarle uspeva. Kot smo ugotavljali uvodoma, je pomen individualnih lastnosti posameznika za ustvarjalnost pomemben, saj so le-te temelj ustvarjalnega izražanja. Ustvarjalnost v prostorih dezintegrirane ustvarjalnosti prav tako temelji na posameznikovih lastnostih, a so le-te pridobljene drugod. Govorimo torej o prostorih z visokim deležem imigracije ustvarjalnih in inovativnih posameznikov, ki prihajajo v okolje brez ali z malo odprtega in kritičnega javnega prostora, živahne ulične kulture ali umetniških četrtih, ki bi posameznikom zagotavljala ustvarjalne možnosti in vzpodbude. Vzpodbude in možnosti so v prostorih dezintegrirane ustvarjalnosti skoncentrirane predvsem v sferi zagotavljanja ekonomskih in tehnoloških možnosti, ne pa v širšem kulturnem in življenjskostilskem smislu. Tako Evans (2009, 23) za eksemplaričen primer, Silicijevo dolino, trdi, da ostaja industrijski park na mestnem obrobju, katere inovativnost (!) temelji predvsem na različnih oblikah uvoženega kapitala. S slednjim ima Evans v mislih tako ekonomski kapital kot tudi druge oblike simbolnega kapitala, ki so bistveno bolj vezane na javni prostor in življenje le-tega. Visok delež migrantske populacije (37 % rojenih v tujini) ter visok delež prve in druge generacije priseljencev iz Južne in Srednje Amerike (25 %) ter Vietnamca v Silicijevi dolini skrbita predvsem za storitveno podporo ekonomiji znanja in nista polno integrirana v življenje mesta (Evans 2009, 23). Nadalje Evans (2009, 23) dodaja, da podjetja iz Silicijeve doline niso močni podporniki kulturnih programov, kar le potrjuje teze o dezintegrirani ustvarjalnosti. Slednja je namreč dezintegrirana v dveh vidikih: prvič, prostorsko je ustvarjalnost na delovnem mestu ločena od ustvarjalnosti v javnem prostoru (zaradi pomanjkanja slednjega, je ustvarjalnosti v javnem prostoru malo, ustvarjalne možnosti in vzpodbude pa ne izhajajo iz javnega prostora, temveč delovnega mesta), in drugič, v prostorih dezintegrirane ustvarjalnosti je časovna ločitev faze eksploracije od faze elaboracije tudi prostorska. Faza eksploracije je faza spontane odprtosti, igrivosti in preizkušanja, avanturizma, nereda ter zaznavanja problemov, ki je izrazito vezana na dejavnosti v javnem prostoru, medtem ko je v fazi elaboracije ustvarjalec bistveno bolj organiziran, svoje ideje selekcionira in falsificira, za kar ne potrebuje več tolikšnih ustvarjalnih vzpodbud iz okolja (Makarovič 2003, 152). Na tem mestu se lahko opremo na teorijo

t.i. 'brain gain', ki trdi, da lahko ekonomije uspevajo prav zaradi oseb, ki so se izobraževale drugje. Hunger (2002, 11) tako ugotavlja, da indijski sektor računalniške programske opreme temelji na remigrantih iz ZDA. Prostori dezintegrirane ustvarjalnosti so prostori ustvarjalcev, ki so fazo eksploracije preživeli drugje – študirali na drugih univerzah, delali in participirali v javnih prostorih – fazo elaboracije pa zaradi ekonomskih možnosti in vzpodbud udejanjijo v prostorih dezintegrirane ustvarjalnosti.

5 Javni prostor in ustvarjalnost v Idriji

Večina raziskav ustvarjalnosti se s težavami pri preučevanju ustvarjalnosti spoprijema z omejevanjem študij na ustvarjalnega posameznika in njegove osebne značilnosti. Slednje smo že v samem uvodu označili za kratkovidno – potrebno je razumeti odnos med ustvarjalnimi posamezniki in družbo (Amabile 1996). Da bi ta odnos razumeli, nas morajo zanimati zgodovinske, družbene in kulturne posebnosti, pa tudi demografske analize in analize gospodarstva. V nadaljevanju bomo preko različnih vidikov opazovali konstelacijo javnega prostora in ustvarjalnosti na primeru občine Idrija.

5.1 Ustvarjalni razred

Sprva velja vzeti v obzir posameznike, ki delajo v ustvarjalnih poklicih, pri čemer hitro postane očitno, da je ustvarjalne posameznike in skupine izredno težko prepoznati in definirati, saj prehitro zapademo v izredno splošno ali izredno ozko opredelitev, s pretiranim zanašanjem na statistiko pa spregledamo vsebino ustvarjalnih dejavnosti. Kljub temu je smiselno opazovati ustvarjalne skupine in njihov delež – sam se opiram na Ravbarjevo (2007) razdelitev, ki je po zgledu Floride (2002) razdelil dejavnosti iz Standardne kvalifikacije poklicev (SKP, V2) na tri podskupine: strokovnjaki, ustvarjalni profesionalci in umetniki. Sam sem analizo opravil na podlagi iste razdelitve in s podatki Statističnega urada Republike Slovenije (glej Prilogo B).

Analiza ustvarjalnega razreda v občini Idrija pokaže, da je delež ustvarjalnih poklicev glede na število prebivalstva po kraju dela leta 2010 znašal 10,98 %, po kraju bivanja pa 11,25 %, kar je nad deležem na nacionalni ravni iz leta 2006. Leta 2006 je bilo namreč v Sloveniji v ustvarjalnih poklicih 7 % zaposlitev, v goriški razvojni regiji pa 4,6 % po kraju dela oziroma 5,6 % po kraju bivanja (Ravbar 2007, 121). Na višjo zastopanost ustvarjalnih poklicev kaže tudi lokacijski koeficient (glej Prilogo D), ki doseže vrednost 1,57 po kraju dela in kar 1,83 po kraju bivanja. Po enaki metodologiji zajetja je leta 2004 v ZR Nemčiji bilo 12,1 % ustvarjalnih poklicev (Fritsch v Ravbar 2007, 120), na Danskem pa 15,7 % (Stützer v Ravbar 2007, 120).

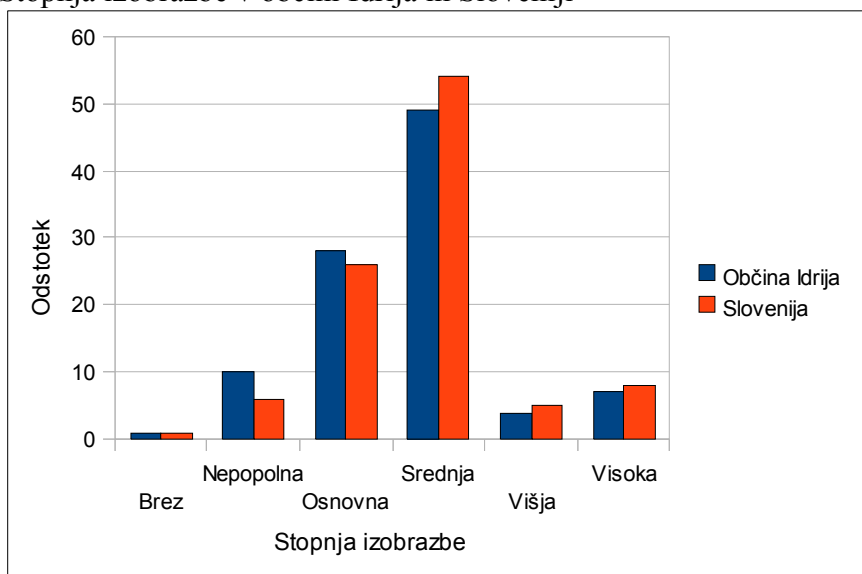
Za idrijski ustvarjalni razred je značilen izredno majhen delež umetnikov oz.

kulturnih ustvarjalcev in poustvarjalcev (glej Prilogo B). Delež slednjih je 0,08 % vseh prebivalcev po kraju dela oz. 0,18 % po kraju bivanja, kar je manj kot na nacionalni ravni, kjer je odstotek že sam po sebi precej nizek – 0,23 % (Ravbar 2007, 120). Kulturni ustvarjalci in poustvarjalci tako predstavljajo le 0,77 % vseh ustvarjalnih poklicev po kraju dela in 1,57 % po kraju bivanja, medtem ko na nacionalni ravni slednji odstotek doseže 3,1 %, v goriški razvojni regiji pa 2,0 % (Ravbar 2007, 122). Prav zastopanost kulturnih ustvarjalcev in poustvarjalcev pa v teorijah o ustvarjalnem razredu pomeni tudi kazalnik za odprtost, raznovrstnost in prepoznavnost ter orientacijsko točko za preostale ustvarjalne poklice, je pa tudi pomemben lokacijski dejavnik pri oblikovanju ustvarjalnega okolja (Fromhold-Eisebith v Ravbar 2007, 19). Majhen odstotek umetnikov lahko tako razumemo kot pokazatelj zaprtosti in neheterogenosti, v povezavi z visokim deležem ustvarjalnih poklicev pa kot izredno ozko usmerjeno ustvarjalnost – predvsem tehnično-tehnološke narave, saj je skupina strokovnjakov tehnično-tehnoloških ved najštevilčnejša. Na slednje kaže tudi razmerje med številom umetnikov, ki v občini Idrija bivajo in tistih, ki v občini Idrija delajo, saj je število zaposlenih prepolovljeno število bivajočih. Iz slednjega podatka v luči nizkega deleža umetnikov in podpovprečne mobilnosti ne moremo sklepati na privlačnost mesta za umetnike.

Florida (2005, 254) uporablja delež ustvarjalnih poklicev kot enega izmed elementov kazalnika ustvarjalnosti (delež ustvarjalnih poklicev, število patentov na prebivalca, prisotnost visoko tehnoloških industrij in 'gej indeks'). Navkljub zanimivi sestavi je kazalnik iz evidentnih razlogov težko prenesljiv na našo konkretno situacijo, zato se je smiselno ozreti po drugih kazalnikih.

Občina Idrija je tako po indeksu talenta oziroma številu raziskovalcev na tisoč zaposlenih v ustvarjalnih poklicih v letu 2006 dosegala nadpovprečno vrednost v vplivnem območju Nove Gorice, kot tudi po vrednosti naložb (Ravbar 2009, 14). Nasprotno je stopnja izobrazbene ravni v občini Idrija pod slovenskim povprečjem, prav nizka stopnja izobrazbene ravni pa negativno vpliva na razvoj ustvarjalnih prostorov in ustvarjalnih dejavnosti (Ravbar 2007, 117). Deleža oseb z nepopolno osnovnošolsko izobrazbo in osnovnošolsko izobrazbo sta bila ob popisu leta 2002 v občini Idrija višja kot v celotni Sloveniji, medtem ko so bili deleži oseb s končano srednjo, višjo in visoko šolo nižji (glej Graf 5.1).

Graf 5.1: Stopnja izobrazbe v občini Idrija in Sloveniji



Povzeto po: Statistični urad Republike Slovenije.

Poleg same izobrazbene strukture prebivalstva je smiselno opazovati tudi mobilnost in selitve visokoizobraženih oseb. Da bi bolje razumeli mobilnost, sem pridobil podatke Statističnega urada Republike Slovenije o izobrazbi selivcev za leti 2008 in 2009. Podatki iz predhodnih let niso bili uporabljeni, saj zaradi spremembe statistične definicije prebivalstva v letu 2008 niso direktno primerljivi. Podatki o selivcih so bili združeni s podatki Statističnega registra delovno aktivnega prebivalstva, podatki o brezposelnih, šolskimi statistikami (vpisanimi študenti, diplomanti, magistri, doktorji) ter podatki Popisa 2002 (za upokojene prebivalce). Tovrstna analiza je zato kategorije otrok, osnovnošolcev, srednješolcev, dela priseljenih tujcev (delovno neaktivni tujci) in dela upokojenih oseb, za katere ni podatka o izobrazbi, uvrstila v razred neznano.

Tabela 5.1: Izobrazba selivcev v in iz občine Idrija v letih 2008 in 2009

Izobrazba/selitve	Odseljeni	Priseljeni
Nedokončana osnovna šola ali manj	3,21 %	4,36 %
Osnovna šola	19,91 %	22,44 %
Srednja šola	48,84 %	42,44 %
Terciarna izobrazba	15,27 %	11,55 %
Neznano	12,77 %	20,45 %
Skupaj	100 %	100 %
Skupno število	1120	1056

Povzeto po: Statistični urad Republike Slovenije(2011b); lastni preračuni.

Prebivalstvo občine Idrija je bilo v času Popisa 2002 manj mobilno kot celotno prebivalstvo Slovenije (Fridl in Repolusk 2010, 121), analiza izobrazbe selivcev pa pokaže, da je bil v letih 2008 in 2009 delež priseljenih z dokončano osnovno šolo ali manj večji od deleža odseljenih s tovrstnimi izobrazbami (glej Tabelo 5.1). Nasprotno je delež priseljenih oseb z dokončano vsaj srednjo šolo nižji od deleža odseljenih s tovrstno izobrazbo. Lahko ugotovimo, da se v občino Idrija v večji meri kot odseljujejo priseljujejo slabše izobraženi kadri, medtem ko se v večji meri kot priseljujejo odseljujejo prav boljše izobraženi. Višjega deleža priseljenih od odseljenih, za katere ni podatka o izobrazbi (otroci, osnovnošolci, srednješolci, delovno neaktivni tujci in delupokojecevi) iz dostopnih podatkov žal ni mogoče pojasniti.

Tudi podatki o dnevni migraciji kažejo, da dnevno na delo iz občine odhaja več visoko izobraženih (terciarna izobrazba), kot pa jih v občino prihaja, a je bilanca dnevne mobilnosti delovne sile (za razliko od bilance selitev prebivalstva) pozitivna, predvsem na račun delavcev s srednješolsko ali poklicno izobrazbo (Fridl in Repolusk 2010, 125). Indeks dnevni migraciji oz. razmerje med tistimi, ki delajo in tistimi, ki bivajo v občini Idrija, je tako za občino Idrija v letu 2008 znašal za moške 119,2 in za ženske 99,9, kar je odraz gospodarstva, ki privablja predvsem moške in je privlačno predvsem „za lokalno prebivalstvo, ki se za te poklice odloča zaradi stabilnosti in propulzivnosti lokalne industrije“ (Fridl in Repolusk 2010, 127). Tako med dnevnimi migracijami prevladujejo poklici tehnične in tehnološke narave: strokovnjaki tehnično-tehnoloških ved (indeks 133,3), tehniki tehničnih strok (indeks 115,4) in direktorji ter

menadžerji družb (indeks 102,1). Indeksi vseh drugih kategorij poklicev so pod 100, kar pomeni, da je v občini Idrija tovrstnih zaposlitev manj kot prebivalcev s temi znanji (Fridl in Repolusk 2010, 126).

5.2 Gospodarstvo

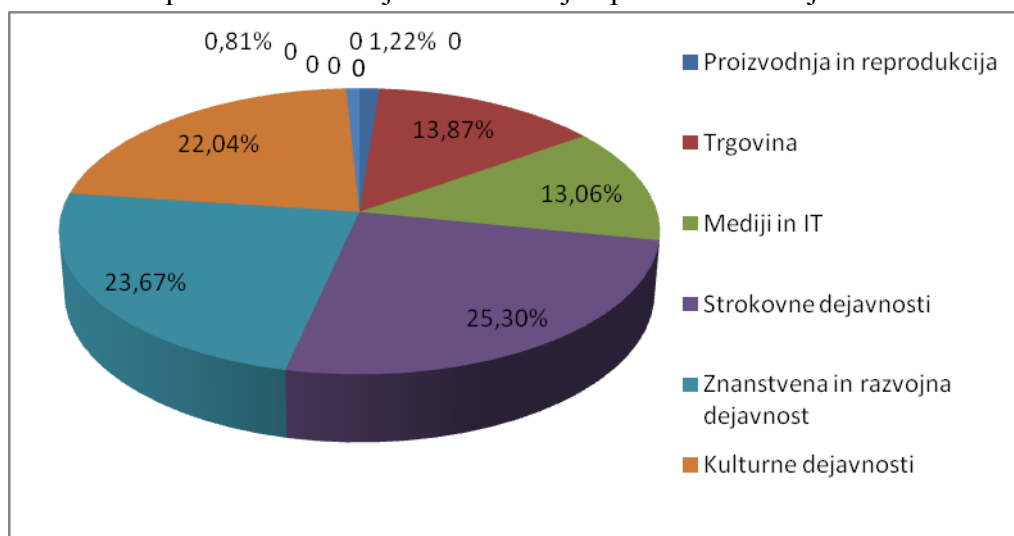
Kavaš in Koman (2010, 132) pri obravnavi idrijskega gospodarstva ugotavljata, da je kljub svetovni konkurenčnosti, izvozni in razvojni usmerjenosti idrijskega gospodarstva dodana vrednost na zaposlenega še vedno pod slovenskim povprečjem, prav tako pa tudi povprečne bruto oziroma neto plače. K negativnim kazalnikom o prisotnosti ustvarjalnih industrij lahko dodamo, da je tudi nizka samoiniciativnost, ki je posledica prisotnosti velikih podjetij, zadovoljivih plač in visokega deleža zaposlenih, za razvoj ustvarjalnih okolij neugodna in se kaže kot odraz nizke stopnje ustvarjalnih vzpodbud. Pomen ustvarjalnosti in produktov z visoko dodano vrednostjo sta sicer v zadnjih letih začela ceniti oba glavna igralca v idrijskem gospodarstvu, Hidria in Kolektor, in se kaže predvsem v gradnji in delovanju tehnoloških centrov in inštitutov ter razvojem novih programov. Naravnost podjetij k vzpodbujanju ustvarjalnosti svojih zaposlenih je seveda vzpodbudna, a partikularna, saj je ustvarjalnost zreducirana na delovno mesto. Slednje je kompatibilno z ekonomsko uspešnostjo le v prostorih dezintegrirane ustvarjalnosti, katerih razvoj temelji na visoki stopnji izobraženih priseljencev, česar pa za občino Idrijo ni moč trditi (prav nasprotno). Ustvarjalne vzpodbude na delovnem mestu so tako za kraj z demografskimi in geografskimi značilnostmi, kot jih ima Idrija, pravzaprav izredno pomanjkljive. Florida (2005, 48) trdi, da ima „človeška ustvarjalnost več obrazov in dimenzij. Ni omejena samo na tehnološke inovacije in nove poslovne modele. /.../ Ustvarjalnost vsebuje značilne oblike razmišljanja in navad, ki se morajo negovati pri posameznikih in družbi“.

5.3 Ustvarjalne industrije

Kot smo že omenili, je problem raziskovanja ustvarjalnosti po poklicnih nazivih v dejstvu, da z obravnavo zgrešimo vsebino aktivnosti. V nadaljevanju je zato smiselno pogledati na ustvarjalnost z vidika ustvarjalnih industrij. Uporabljena metodologija je bila povzeta po pristopu, ki so ga ubrali v avstrijskem Kulturdokumentation za analizo dunajskih kulturnih industrij (Ratzenböck 2004). Razdelitev avstrijskih avtorjev sem pretvoril v skladu s slovensko Standardno kvalifikacijo dejavnosti (SKD) in uporabil dve definiciji. Širša definicija sledi ideji, da moramo v ustvarjalne industrije šteti tudi osebe, ki so posredno povezane z ustvarjalnimi dejavnostmi (prodajalci vstopnic, hišniki v muzeju, ...), saj živijo od ustvarjalnosti drugih (glej Prilogo C). Slednja definicija je vprašljiva, saj vključuje dejavnosti in poklice, ki nikakor niso ustvarjalni, zato je bistveno bolj smiselna uporaba ožje definicije, ki združuje dejavnosti s sposobnostjo kombiniranja človeškega ustvarjalnega vložka in modernih tehnologij z namenom ustvarjanja novih izdelkov in intelektualne lastnine (Bole 2008, 6). Z ožjo definicijo (glej Prilogo Č) tako opišemo ustvarjalne industrije, ki temeljijo na intelektualni lastnini, heterogenem in dinamičnem procesu ustvarjanja, podpora modernih tehnologij in uspevajo zgoščene v ustvarjalnih prostorih (Bole 2008, 8), izločimo pa vse spremljevalne dejavnosti in inovatorstvo. Slednje je za nas pomembno, saj smo v analizi ustvarjalnega razreda zaznali predvsem inovatorje znotraj večjih podjetij. Nasprotno ustvarjalne industrije vključujejo predvsem majhna in fleksibilna podjetja, ki ustvarjajo in tržijo simbolno vrednost (Lash in Urry 1994).

Iz pridobljenih podatkov je razvidno, da so ustvarjalne industrije po širši definiciji v letu 2010 v občini Idrija obsegale le 2,06 % vseh prebivalcev oz. 4,78 % vseh delovno aktivnih. Za primerjavo naj navedemo, da je bil v Ljubljani leta 2005 ta delež 12,65 % vseh zaposlenih, na Dunaju pa 14 % (Bole 2008, 19). Znotraj širše definicije največji delež predstavljajo strokovne dejavnosti (62 zaposlenih v 28 podjetjih), sledijo pa znanstvena raziskovalna in razvojna dejavnost (58 zaposlenih v 6 podjetjih). Zanimivo je, da gre pri večini podjetij za mikro podjetja (pod 5 zaposlenih), izjema so le znanstvene raziskovalne in razvojne dejavnosti, za katere sklepam, da so večja (a vendarle majhna) podjetja (glej Graf 5.2).

Graf 5.2: Delež zaposlenih v ustvarjalnih industrijah po širši definiciji

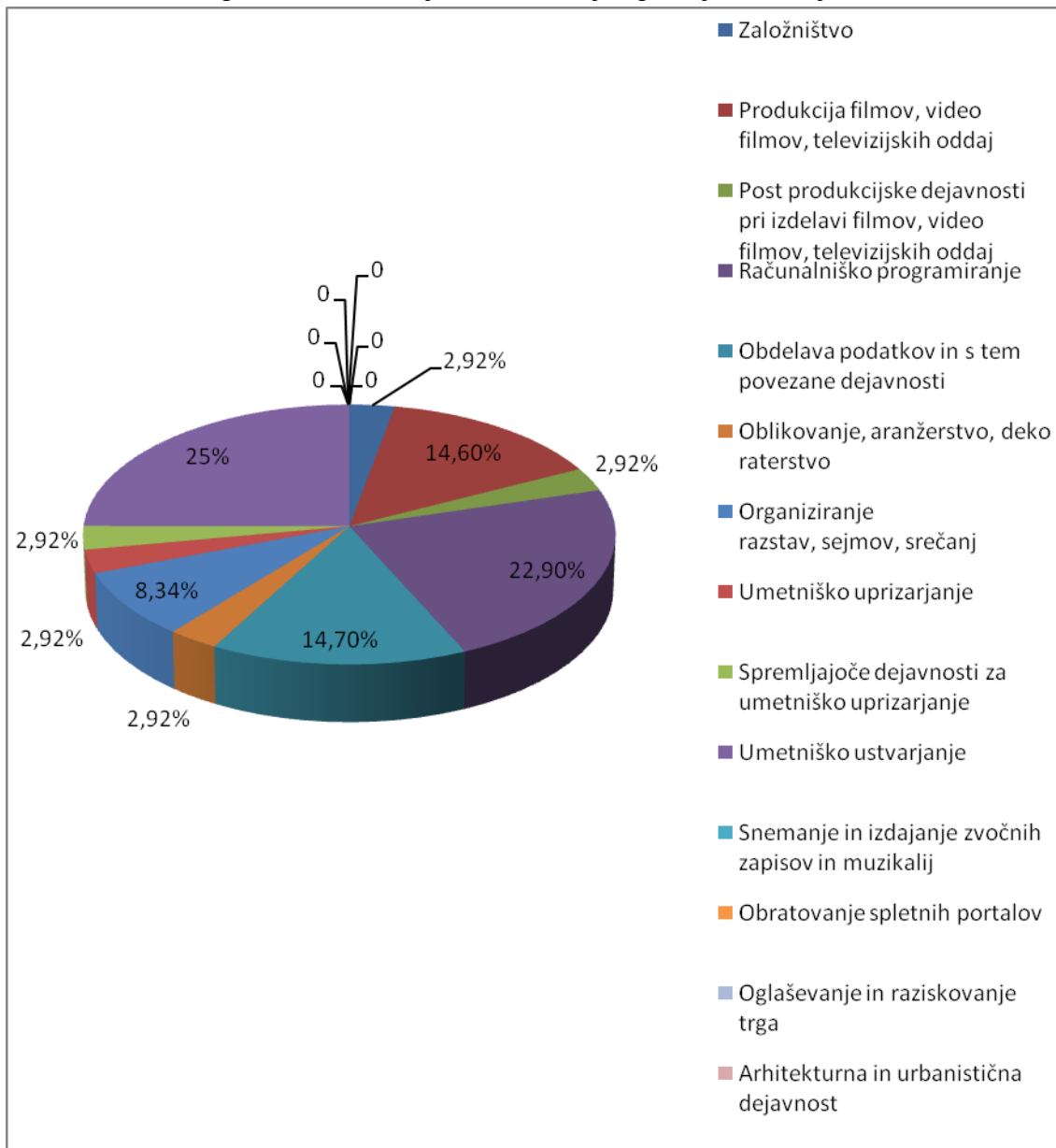


Povzeto po: Statistični urad Republike Slovenije(2011a); lastni preračuni.

Ožja definicija pričakovano kaže bistveno manjše deleže ustvarjalnih industrij – slednje zaposlitve predstavljajo le 0,40 % prebivalstva oz. 0,94 % vseh zaposlitev, medtem ko je bil v Ljubljani leta 2005 slednji delež 4 % (Bole 2008, 20). V Idriji je bilo v 33 ustvarjalnih podjetjih zaposlenih ali samozaposlenih 48 oseb, pri čemer največji delež predstavljajo dejavnosti umetniškega ustvarjanja (12 samozaposlenih oseb) in računalniško programiranje (11 zaposlenih v 4 podjetjih). V mnogih dejavnostih je število podjetij manjše kot tri, zato zaradi zaupnosti ni mogoče izdati podatkov o zaposlenih, za kar nekaj ustvarjalnih dejavnosti pa v občini Idrija sploh ni podjetja z registrirano dejavnostjo (glej Graf 5.3).

Iz omenjenih podatkov je razvidno, da je delež idrijskega sektorja ustvarjalnih industrij od tri- do štirikrat manjši od deleža ljubljanskega, večino pa predstavljajo strokovne in tehnične dejavnosti, raziskovalne in razvojne dejavnosti. Po ožji definiciji prevladujejo dejavnosti umetniškega ustvarjanja in računalniškega programiranja, opazimo pa lahko izredno nizko zastopanost ali celo neprisotnost dejavnosti oblikovanja in oglaševanja, kar se ujema z ugotovitvami iz anketne raziskave med idrijskimi podjetji (Nared in drugi 2010). V tej raziskavi so namreč podjetja poleg lokacije kot svoje najmanjše konkurenčne dejavnike ocenila prav ustvarjalnost in dizajn ter trženjske in oglaševalske spretnosti.

Graf 5.3: Delež zaposlenih v ustvarjalnih industrijah po ožji definiciji



Povzeto po: Statistični urad Republike Slovenije (2011a).

Raziskava med idrijskimi podjetji (Nared in drugi 2010), ki je kljub majhnemu številu odgovorov pomenljiva, kaže, da so dejavniki lociranja preučevanih podjetij na območju Idrije predvsem bližina kupcev in zgodovinski razlogi. Nasprotno pa se kot izredno nepomembna dejavnika kažeta prav privlačno lokalno okolje in bližina raziskovalnih institucij, kar se ne sklada s tezo o ustvarjalnih podjetjih, ki naj bi iskala

ustvarjalne prostore. Zdi se, da podjetja v Idriji še niso posvojila tovrstnega razmišljanja in se jim okolje in znanje ne zdita pomembna. Ocene občine Idrija kot lokacije za poslovanje podjetij so med preučevanimi podjetji v večini primerov sicer solidne ali celo dobre. Zaključimo lahko, da je idrijsko gospodarstvo konkurenčno, saj je usmerjeno na tuje trge, podjetja pa so povezana s krajem. Poleg tega ima Idrija tudi velika industrijska podjetja z močnimi razvojnimi jedri, oblikovane kakovostne izdelke in solidno infrastrukturo (Nared in drugi 2010). Vendarle so podjetja šibka v trženjskih in oblikovalskih aspektih poslovanja, gospodarstvo pa je relativno monotono (tehnično-tehnološke dejavnosti in prevladujoča moška delovna sila). Izmed ustvarjalnih industrij prednjačijo dejavnosti, ki so direktno vezane na močno industrijo (strokovne in razvojne dejavnosti po širši definiciji), jedro najbolj ustvarjalnih industrij pa je izredno majhno (0,94 % vseh zaposlitev) in obsega ducat umetniških ustvarjalcev in slab ducat programerjev.

5.4 Kulturna heterogenost

Pomanjkanje kulture in kulturnih zanimivosti v občini Idrija ni moč očitati. Občina Idrija je polna materializiranega kulturnega kapitala, ki se je v petstoletni zgodovini zgodovini rudarjenja in z njim povezanih aktivnostih (tehnična kultura, medicina in botanika, šolstvo, kulinarika) ter kasnejših procesih (druga svetovna vojna in odpor proti okupatorju, punk subkultura) nabiral in nenazadnje čaka na vpis na seznam Unescove kulturne dediščine. A arhiviranje, predstavljanje in raziskovanje le-te so bile stvar 20.stoletja – za 21.stoletje pa se zdi, da so prav nekdanji temelji nacionalne državne kulture (simfonija, opera in balet) in hranilci krajevne kulture (mestni muzeji, knjižnice) podvrženi mnogim spremembam (Florida 2002, 182). V Idriji vendarle še vedno prevladuje princip 'reprezentativne nacionalne kulture', ki je dobila lokalni pečat – diskurzivna triada 'čipka-žlikrofi-rudnik' (Straus 2010, 191) je privzeta za samoumevno, 'tapravo', ostalo pa je dojeto kot neidrijsko. Pred leti je Robert Jereb (1994, 14) razumevanje umetnosti v Idriji takole ubesedil:

V naši kotlini je 'in' kdor slika pristne domače kačure, globoke soteske prekrasnih okoliških rek in bistrih potokov, naš mogočni grad, ali vsaj žlikrofe, če že ne flašo geruša. Razstave so vsakokrat, ko kdo od domačih slikarskih herojev poslika dovolj platna, da z njim dekorirajo stojala. Takrat je to kulturni dogodek par excellence. Poznavalcev likovne besede se

tare, da je veselje, hvaljenju ni ne konca ne kraja in človek bi kar zajokal od sreče ob pogledu na zadovoljne kult-ivirane-urne smetane.

Idrija vendarle ima nekaj prireditev, festivalov in prostorov, ki delujejo kot nepacifizirani javni prostori in delujejo na ravni ulične kulture (Tango festival, Swenak klub, Kavarna, festival Čipkarija, Alter-art festival, ...), a vse zaznamuje epizodičnost in zanašanje na posameznike, ki svoj prosti čas investirajo v ulično kulturo. Prevlada 'reprezentativne lokalne kulture' nad ustvarjalno, kritično kavarniško kulturo na ravni ulici je očitna – nenazadnje se celo glavni občinski festival Festival idrijske čipke razmeji le na vrhunsko otvoritev in pripadajoče razstave čipk na eni strani ter zabavljaške večere popkulture na drugi.

Trdimo lahko, da v občini Idriji obstaja kulturna heterogenost, opazujemo lahko prisotnost (predvsem pristočasne in ljubiteljske) kulturne produkcije, a vse znotraj omejitev kulturnega simulakra in lastnega romantičnega narativa, ki govori zgodbo o deželi čipk, žlikrofov, živega srebra in nespremenljivih naravnih danosti – to je nenazadnje zgodba, ki se želi vpisati na Unescov seznam kulturne dediščine. Gre za zgodbo za turiste, ki so jo nekateri vzeli preveč zares – kot so ugotovili že pripravljavci Razvojnega načrta in strategije trženja turizma za obdobje 2009–2015, je nujno razvijanje novih turističnih produktov. Tudi avtorji Strokovnih podlag Inovativne strategije trajnostnega razvoja občine Idrija (2010) menijo, da trenutna turistična ponudba bazira na produktih, ki izhajajo iz dediščine živega srebra, a jo je „potrebno nadgraditi z novimi svežimi idejami ter dokazati, da se v Idriji še naprej dogaja“. /.../; z njimi [novimi atrakcijami] je potrebno povezati izročilo prejšnjih rodov z novo ustvarjalnostjo“. Zaenkrat smo namreč priča le serijski reprodukciji kulture in krajin, ki slikajo podobe preteklih generacij in zanemarjajo novo ustvarjalnost ter nove pristope in tematike. V tej luči je zgodba idrijske kulture precej predvidljiva – tako kot je javni prostor in oblikovanje le-tega.

5.5 Javni prostor

Da bi bolje razumeli odnos do javnih prostorov, lahko pogledamo odnos do idrijskega Mestnega trga, ki deluje kot osrednji mestni trg in edini idrijski trg brez avtomobilov. Ta je po prenovi dobil med meščani novi imeni – 'Beton plac' zaradi nadomestitve zelenih površin s črnimi marmornimi ploščami in 'Trg nebeškega miru'

zaradi velike prazne površine in simbolike očiščenja – ki nazorno opisujeta spremembe in diskurz 'več odprtega prostora', ki ga kritizira Jacobs (1993, 117). Prenovljeni Mestni trg, sicer nosilec številnih pohval in priznanj, je po obnovi poln simbolike – kot pravi sam arhitekt Podrecca (1999), nosi trg eho tehnologije in spomin na zgodovino Idrije, ki ni samo regionalna. Na trgu najdemo simbole porušene cerkve Sv. Barbare, očiščenja in sprave, vode in klavž, partizanstva, ... In čeprav Podrecca (1999) govori o javnem prostoru, lučeh, pod katerimi naj bi se srečevali in pogovarjali, *civitasu*, ki naj bi jo želeli privedi v mesto in '*erosu*, poželenju po družabnosti', ki ga vzbujajo arhitekti, je resničnost danes bistveno drugačna.

Mestni trg je očiščen in mrtev prostor – na njem ni zaznati raznolikosti rabe ali dejavnosti, različnih družbenih skupin ali rabe ob različnih časih dneva. Raba Mestnega trga je epizodična – nekajkrat letno postane prizorišče otvoritve že omenjenega Festivala idrijske čipke, v zahodnem delu ga občasno oživijo manjši nekajurni koncerti, ki publiko resda hitro privabijo, a se le-ta po koncu hitro razkropi. Mestni trg oseb ne zadržuje, ampak spravlja v gibanje – je pravzaprav prostor prehoda, katerega želi vsak prečkati ali obiti v najhitrejšem možnem času. Podobno tudi urban park na vzhodnem delu ne zadržuje – peščena površina z zelenimi otoki organskih oblik ne nosi nikakršne uporabnosti, zasaditev z grmovnicami in trstičjem odvrča od uporabe zelenih površin, vodna fontana ne privablja ljudi in simbolika je naključnemu uporabniku parka nerazumljiva. Ureditev mestnega trga je iz središča umaknila večja drevesa, nekdanji park s skritimi kotički pa spremenila v gledališče, prostor razkazovanja in opazovanja na drugi strani – park je funkcionalno le podaljšek ceste, ki park in trg obdaja, saj je njegova osnovna funkcija hiter prehod. Menim, da je zaradi arhitekturne zasnove in odsotnosti organiziranega vnosa vsebin prostor zreduciran na monotono rabo. Mestni trg je pacifiziran javni prostor; to ni prostor kritičnosti, spopada argumentov in izzivov, ampak (celo na ravni simbolov) zaziban v večni mir, spravo in očiščenje. Kot tak je nezanimiv za ustvarjalne posameznike, saj so sterilnost, dokončanost in statičnost lastnosti, ki odganjajo ustvarjalne ljudi, ker ne dopuščajo novosti, predrugačenja in eksperimentiranja. Ustvarjalni posamezniki naj bi trdili: „Želimo si, da mesto ni narejeno“ (Florida 2005, 24).

6 Sklep

V 21. stoletje so se mesta pognala z željo po gospodarskem razvoju ter razvoju prostorov potrošnje in produkcije, pri čemer so funkcije mestnih odločevalcev in načrtovalcev postale bolj pomembne kot kadarkoli prej. Mestni predeli ubirajo različne poti h uspehu – z ustvarjalnostjo, kulturnim turizmom, potrošnjo v prostorih s klubskim dostopom ali 'uvoženimi' inovatorji. S tipologijo štirih tipov prostorov nam je uspelo pojasniti kombinatoriko ustvarjalnosti in javnega prostora. Značilnost vseh prostorov je, da so lahko ekonomsko uspešni, a trajnostno uspešni in družbeno inkluzivni so lahko le ustvarjalni prostori. Ustvarjalni prostori nudijo ustvarjalne možnosti in vzpodbude ter so odprti za 'premike'. To pa ni zgodba Idrije.

Potrdimo lahko tezo, da občina Idrija sodi v tip statičnih prostorov kulture, pri čemer industrija z močnimi razvojnimi jedri nadomešča turizem. Na tovrsten zaključek nas napeljuje več dejstev. Število prebivalcev v občini Idrija zadnjih dvajset let stagnira, obe urbani naselji pa prebivalstveno nazadujeta (Fridl in Repolusk 2010, 116). Mesto Idrija ima tudi najstarejše prebivalstvo v občini, v zmerno optimističnem primeru (linearno rastoča vrednost koeficienta rodnosti, ničelni saldo selitev na medobčinski ravni) pa bi urbano območje v dvajsetih letih (leta 2028) izgubilo več kot 15 % prebivalcev, medtem ko bi podeželje pridobilo 5 %, najbolj pa bi upadel kontingent srednješolcev in mlajše delovne sile (za okrog 25 %) in študentski kontingent (za več kot 30 %) (Fridl in Repolusk 2010, 124). Poleg nezavidljivih demografskih kazalnikov, ki so najslabši prav za najbolj ustvarjalne skupine (urbano prebivalstvo, mlajša delovna sila in mladina), je močno prisotna tudi diskurzivna triada 'čipka-žlikrofi-rudnik', ki ohranja romantični narativ materializiranega kulturnega kapitala (oz. tehnične dediščine, ki izhaja iz rudarjenja) in opazno pomanjkanje novih ustvarjalnih in turističnih produktov. Prav tako opažamo prisotnost pacifiziranega in sterilnega javnega prostora, ki zakriva ločnice in izzive, pri čemer kulturna heterogenost izhaja predvsem iz ljubiteljskih in društvenih dejavnosti ter entuziastičnih posameznikov, a se ne prenaša v kulturne industrije in nematerialno ekonomijo.

Turizem, ki je spremljajoč dejavnik statičnih prostorov kulture, v občini Idrija predstavlja skorajda zanemarljiv del. Ključna gospodarska dejavnost je tako industrija, ki se je razvila in se razvija okrog močnih razvojnih jeder, a je zanimiva predvsem za lokalno prebivalstvo in privablja predvsem moške strokovnjake tehnično-tehnoloških smeri. Prisotnost razvojnih jeder je razvidna v analizi ustvarjalnega razreda, ki je leta 2010 obsegal po kraju dela kar 10,98 % vseh prebivalcev, po kraju bivanja pa 11,25 %. Za idrijski ustvarjalni razred je značilna močna zastopanost strokovnjakov tehnično-tehnoloških ved in ustvarjalnih profesionalcev ter nizka zastopanost kulturnih ustvarjalcev in poustvarjalcev. V občini Idrija so slabo zastopane tudi ustvarjalne industrije, saj zaposlitve v le-teh predstavljajo 0,40 % prebivalstva oz. 0,94 % vseh zaposlitev (ožja definicija), ustvarjalnost pa je zreducirana na delovno mesto in inovativnost.

Očitno je, da ustvarjalnosti, ki bi jo idrijsko gospodarstvo potrebovalo, v statičnih prostorih kulture ni mogoče razvijati in negovati. Obstoječa inovativnost je izrazito ozko usmerjena in omejujoča, medtem ko romantični narativ idrijske dediščine onemogoča razširitev ustvarjalnosti v vse družbene segmente.

Idrijska zgodba je 'zgodba za vse čase'. Naslov turističnega produkta, sicer nagrajenega z nazivom Evropska destinacija odličnosti za leto 2011, v kontekstu pričujoče razprave pove veliko – Idrija ostaja nespremenjena. Optimističnemu pogledu na nespremenljivost se seveda zoperstavlja življenjski stil ustvarjalnih posameznikov in logika delovanja ustvarjalnih prostorov.

Idrija bo, če se romantični diskurz ujetosti v preteklost in ozko usmerjena ustvarjalnost ne bosta razblinila, res ostala nespremenjena. Le ljudje se bodo postarali, izobraženi kadri odselili, obstoječa ustvarjalnost pa obstala. Za vse čase.

7 Literatura

Amabile, Teresa. 1996. *Creativity in Context*. Oxford: Westview Press.

Bole, David. 2008. Kulturna industrija kot odraz nove terciarizacije mest. *Acta geographica Slovenica* 48 (2). Dostopno prek: <http://giam.zrc-sazu.si/sites/default/files/ags48202.pdf> (2. julij 2011).

Boschma, Ron A. in Michael Fritsch. 2007. *Creative Class and Regional Growth – Empirical Evidence from Eight European Countries*. Dostopno prek: http://zs.thulb.uni-jena.de/servlets/MCRFileNodeServlet/jportal_derivate_00049842/wp_2007_066.pdf (23. junij 2011).

Bauman, Zygmunt. 2002. *Tekoča moderna*. Ljubljana: Založba / *cf.

Castells, Manuel. 1996. *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell.

Cerar, Aidan. 2006. *Mednarodni trg post-modernih mest: Privlačnosti post-modernih mest za kreativni razred in delavce s posebnimi znanji z vidika uporabe urbane umetnosti*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Cloke, Paul. 2007. Creativity and tourism in rural environments. V *Tourism, creativity and development*, ur. Greg Richards in Julie Wilson, 37–47. New York: Routledge.

Csikszentmihalyi, Mihaly. 1996. *Creativity Flow and the Psychology of Discovery and Invention*. London: HarperCollins.

Department for Culture, Media and Sport. 2001. *Creative Industries Mapping Document 2001*. Dostopno prek: http://webarchive.nationalarchives.gov.uk+/http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4632.aspx/ (4. julij 2011).

--- 2010. *Creative Industries Economic Estimates (Experimental Statistics)*. Dostopno prek: http://www.culture.gov.uk/images/research/CIEE_Full_Release_Dec2010.pdf (4. julij 2011).

Copenhagen Institute for Future Studies. 2004. *Creative Man: Strategy, Management and Business Opportunities in the New Market Logic, Member Report #2/2004*. Dostopno prek: http://www.cifs.dk/doc/medlemsrapporter/mr2004_2_en_safe.pdf (3. julij 2011).

Cunningham, Stuart. 2002. *From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry, and Policy Implications*. Dostopno prek: <http://eprints.qut.edu.au/588/> (29. junij 2011).

Evans, Graeme. 2007. Creative spaces, tourism and the city. V *Tourism, creativity and development*, ur. Greg Richards in Julie Wilson, 57–72. New York: Routledge.

--- 2009. Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy. *Urban studies* 46 (5-6). Dostopno prek: <http://usj.sagepub.com/content/46/5-6/1003.full.pdf+html> (1.junij 2011).

Featherstone, Mike. 1991. *Consumer Culture and Postmodernism*. London: SAGE.

Florida, Richard. 2002. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.

--- 2005. *Vzpon ustvarjalnega razreda*. Velenje: IPAK.

Fridl, Jerneja in Peter Repolusk. 2010. Prebivalstvene značilnosti Idrije. V *Na prelomnici: Razvojna vprašanja občine Idrija*, ur. Janez Nared in Drago Perko, 111–130. Ljubljana: Geografski inštitut Antona Melika ZRC SAZU.

Hall, Peter. 1998. *Cities in civilization: culture, innovation and urban order*. London: Weidenfeld & Nicolson.

Hannigan, John. 2007. From fantasy city to creative city. V *Tourism, creativity and development*, ur. Greg Richards in Julie Wilson, 48–56. New York: Routledge.

Harvey, David. 2002. *The art of rent: globalization, monopoly and the commodification of culture*. Dostopno prek: <http://www.cul-studies.com/english/elunwen/200501/397.html> (10. julij 2011).

Hesmondhalgh, David. 2002. *The Cultural Industries*. London: SAGE Publications Ltd.

Hočevar, Marjan. 2000. *Novi urbani trendi: prizorišča v mestih – omrežja med mesti*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Horkheimer, Max in Theodor W. Adorno. 2002. *Dialektika razsvetljenstva: filozofski fragmenti*. Ljubljana: Studia Humanitatis.

Hunger, Uwe. 2002. *The "Brain Gain" Hypothesis: Third-World Elites in Industrialized Countries and Socioeconomic Development in their Home Country*. Dostopno prek: www.ccis-ucsd.org/PUBLICATIONS/wrkg47.PDF (29. junij 2011).

Jacobs, Jane. 1993. *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House, Inc.

Jereb, Robert. 1994. V pogonu za kulturo. *ABC*, 14 (januar).

Kavaš, Damjan in Klemen Koman. 2010. Razvoj in stanje gospodarstva v Občini Idrija. V *Na prelomnici: Razvojna vprašanja občine Idrija*, ur. Janez Nared in Drago Perko, 131–142. Ljubljana: Geografski inštitut Antona Melika ZRC SAZU.

Kunzmann, Klaus R. 2004. Culture, creativity and spatial planning. *The Town Planning Review* 75 (4). Dostopno prek: <http://www.jstor.org/stable/40112620> (14. junij 2011).
Landry, Charles. 2000. *The Creative City: a toolkit for urban innovators*. London: Earthscan.

Lash, Scott in John Urry. 1994. *Economies of signs and space*. London: Sage.

Lehrer, Ute Angelika. 1999. Is There Still Room for Public Space? Globalizing Cities and the Privatization of the Public Realm. V *Possible Urban World: Urban Strategies at the End of the 20th Century*, ur. Richard Wolff, 200–207. Basel: Birkhäuser Verlag.

Lehtonen, Turo-Kimmo in Mäenpää Pasi. 1997. Shopping in the East Centre Mall. V *The Shopping Experience*, ur. Falk Pasi in Colin Campbell, 136–165. London: Sage.

Lenarčič, Blaž. 2004. *Pomen lokalnih ugodnosti za uspešen prehod iz fordističnega v posfordistično mesto: primeri mest v ZDA*. Ljubljana: FDV.

Levi-Strauss, Claude. 1955. *Tristes tropiques*. Paris: Plon.

Lewis, Nathaniel M. in Betsy Donald. 2010. A New Rubric for 'Creative City' Potential in Canada's Smaller Cities. *Urban Studies* 47 (1). Dostopno prek: <http://usj.sagepub.com/content/47/1/29.full.pdf+html> (29. junij 2011).

Martinotti, Guido. 1996. *The New Social Morphology of Cities*. Dostopno prek: <http://www.unesco.org/most/martinot.htm> (20. junij 2011).

Makarovič, Jan. 2003. *Antropologija ustvarjalnosti: Biologija, psihologija, družba*. Ljubljana: Nova revija.

McLean, Laird D. 2005. Organizational Culture's Influence on Creativity and Innovation: A Review of the Literature and Implications for Human Resource Development. *Advances in Developing Human Resources* 7 (2). Dostopno prek: <http://mcleanglobal.com/public/MGC/publications/Org%20Culture%20and%20Innovation.pdf> (22. junij 2011).

Mommaas, Hans. 2004. Cultural Clusters and the Post-industrial City: Towards the Remapping of Urban Cultural Policy. *Urban Studies* 41 (3). Dostopno prek: http://www.sociologia.unimib.it/v2/DATA/Insegnamenti/2_1931/materiale/mommaas%202004_reading%20for%20group%201.pdf (29. junij 2011).

Nared, Janez, Aleš Smrekar, David Bole, Jani Kozina, Jerneja Fridl, Katarina Polajnar Horvat, Matej Gabrovec, Peter Repolusk, Alma Zavodnik Lamovšek, Damjan Kavaš, Damjana Gantar in Klemen Koman. 2010. Strokovno gradivo za pripravo inovativne strategije trajnostnega razvoja Občine Idrija. Ljubljana: Geografski inštitut Antona Melika ZRC SAZU.

Podrecca, Boris. 1999. Prenova Mestnega trga. *Idrijski razgledi* (2): 6-9.

Power, Dominic. 2002. "Cultural Industries" in Sweden: An Assessment of Their Place in the Swedish Economy. *Economic Geography* 78 (2). Dostopno prek:<http://www.jstor.org/stable/4140784> (13. junij 2011).

Ratzenböck, Veronika, Katharina Demel, Robert Harauer, Günther Landsteiner, Wifo Rahel Falk, Hannes Leo in Gerhard Schwarz. 2004. *Untersuchung des ökonomischen potenzials der "creative industries" in Wien*. Dostopno prek:<http://www.kulturdokumentation.org/download/Endbericht-08-03.pdf>(3.julij 2011).

Ravbar, Marjan, David Bole in Janez Nared. 2005. Ustvarjalno okolje in vloga geografije pri proučevanju konkurenčnosti mest: Primer Ljubljane. *Acta geographica Slovenica* 45 (2): 7–34.

Ravbar, Marjan in David Bole. 2007. *Georitem 6: Geografski vidiki ustvarjalnosti*. Založba ZRC: Ljubljana.

Ravbar, Marjan. 2007. Ustvarjalnost, sestavina uspešnosti družbenega razvoja Slovenije. *IB Revija* 41 (3–4). Dostopno prek:<http://www.umar.gov.si/uploads/media/ib3-4-07.pdf> (1.julij 2011).

--- 2009. Ustvarjalnost in naložbe – razvojni dejavniki v regionalnem razvoju Slovenije. *IB Revija* 43 (2). Dostopno prek:http://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/publikacije/ib/2009/IB2-09.pdf#1 (24. junij 2011).

Richards, Greg in Julie Wilson. 2007a. Creativities in tourism development. V *Tourism, creativity and development*, ur. Greg Richards in Julie Wilson, 255 –288. New York: Routledge.

--- 2007b. Tourism development trajectories: From culture to creativity? V *Tourism, creativity and development*, ur. Greg Richards in Julie Wilson, 1–34. New York: Routledge.

Ritzer, George. 1997. *Postmodern Social Theory*. New York: The McGraw-Hill.

Russo, Antonio in Albert Arias Sans. 2009. Student Communities and Landscapes of Creativity: How Venice 'The World's Most Touristed City' is Changing. *European Urban and Regional Studies* 16 (2). Dostopno prek: <http://eur.sagepub.com/cgi/content/abstract/16/2/161> (19. junij 2011).

Santagata, Walter, Antonio Paolo Russo in Giovanna Segre. 2007. Tourism quality labels: An incentive for the sustainable development of creative clusters as tourist attractions? V *Tourism, creativity and development*, ur. Greg Richards in Julie Wilson, 107–124. New York: Routledge.

Sennett, Richard. 2002. *The Fall of Public Man*. London: Penguin Books.

Smithsimon, Greg. 1999. *The Technologies of Public Space and Alternatives to Privatized New York*. Dostopno prek: <http://www.docstoc.com/docs/33256634/The>

- Technologies-of-Public-Space-and-Alternatives-to-a-Privatized (1. julij 2011).
- Statistični urad Republike Slovenije. Dostopno prek: www.stat.si (1. julij 2011).
- Statistični urad Republike Slovenije. 2011a. *Kulturne in ustvarjalne dejavnosti, občina Idrija*. Interni podatki.
- 2011b. *Selivci po izobrazbi, občina Idrija*. Interni podatki.
- 2001c. *Ustvarjalni poklici*. Interni podatki.
- Straus, Matevž. 2010. O ustvarjalni kulturi mladih. Za živahno prihodnost mesta. V *Na prelomnici: Razvojna vprašanja občine Idrija*, ur. Janez Nared in Drago Perko, 189–194. Ljubljana: Geografski inštitut Antona Melika ZRC SAZU.
- Urry, John. 1995. *Consuming places*. London: Routledge.
- Uršič, Matjaž in Marjan Hočevar. 2007. *Protiurbanost kot način življenja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Waitt, Gordon in Chris Gibson. 2009. Creative Small Cities: Rethinking the Creative Economy in Place. *Urban Studies* 46 (5&6). Dostopno prek: <http://usj.sagepub.com/content/46/5-6/1223> (24. junij 2011).
- Webster, Chris. 2001. Gated Cities of Tomorrow. *The Town Planning Review* 72 (2). Dostopno prek: <http://www.jstor.org/stable/40112445> (12. junij 2011).
- Weisberg, Robert W. 2006. Expertise and Reason in Creative Thinking: Evidence from Case Studies and the Laboratory. V *Creativity and reason in cognitive development*, ur. James C. Kaufman in John Baer. Cambridge, New York: Cambridge University Press.
- Zukin, Sharon. 2004. *The Cultures of Cities*. Cambridge: Blackwell.
- 2010. *Naked City: The death and life of authentic urban places*. New York: Oxford University Press.

Priloge

Priloga A: Shema tipologije prostorov glede na kombinatoriko ustvarjalnosti in javnega prostora.



Priloga B: Ustvarjalne osebe, ki delajo v občini Idrija, leto 2010

Podskupina	Deskriptor po SKP, V2	Število	Skupaj
Strokovnjaki	Fiziki, kemiki in podobni strokovnjaki (211)	6	775
	Matematiki, statistiki, informatiki in podobni strokovnjaki (212, 213)	27	
	Strokovnjaki tehnično-tehnoloških ved (214)	306	
	Zdravniki in strokovnjaki biomedicinskih, bioloških in biotehničnih ved (221, 222)	52	
	Univerzitetni in visokošolski učitelji ter drugi strokovnjaki za izobraževanje (231-235)	204	
	Strokovnjaki s področja arhivistike, bibliotekarstva, družboslovnih in humanističnih ved, poslovanja, prava, javne uprave in podobnih ved (24)	180	
Ustvarjalni profesionalci	Zakonodajalci, visoki državni uradniki, direktorji in predsedniki uprav (1)	288	672
	Strokovnjaki za zdravstveno nego (223)	0	
	Strokovnjaki za poslovanje (241)	66	
	Pravniki in sodniki ter podobni poklici (242)	15	
	Strokovnjaki finančnih, komercialnih ved, itd. (341–346)	303	
Kulturni ustvarjalci	Pisatelji, slikarji, kiparji, skladatelji, glasbeniki, plesalci, koreografi, režiserji, igralci, novinarji, umetniški ustvarjalci in poustvarjalci, fotografi, ipd. (245)	10	10

Vir: Statistični urad Republike Slovenije 2011c; lastni preračuni.

Priloga C: Opredelitev kulturnih in ustvarjalnih dejavnosti po

področjih (širša definicija) in število poslovnih subjektov ter (samo)zaposlenih

Podskupina	Šifra	Dejavnost po SKD	Št. poslovnih subjektov	Število (samo)zaposlenih
Proizvodnja in reprodukcija	C14.11	Proizvodnja usnjenih oblačil	3	3
	C14.13	Proizvodnja drugih vrhnjih oblačil		
	C14.19	Proizvodnja drugih oblačil, pokrival ter dodatkov		
	C15.2	Proizvodnja obutve		
	C18	Tiskarstvo in razmnoževanje posnetih nosilcev zapisa		
	C26.12	Proizvodnja elektronskih plošč		
	C26.8	Proizvodnja magnetnih in optičnih nosilcev zapisa		
	C23.41	Proizvodnja gospodinjske in okrasne keramike		
	C26.3	Proizvodnja komunikacijskih naprav		
	C26.7	Proizvodnja optičnih instrumentov in fotografske opreme		
	C32.12	Proizvodnja nakita in podobnih izdelkov		
	C32.13	Proizvodnja bižuterije		
	C32.2	Proizvodnja glasbil		
C32.4	Proizvodnja igrač in rekvizitov za igre in zabavo			
Trgovina	G47.4	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah z računalniškimi, komunikacijskimi, avdio in video napravami	16	34
	G47.54	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah z električnimi gospodinjskimi napravami		
	G47.59	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s pohištvom, svetili in drugje nerazvrščenimi predmeti za gospodinjstvo		
	G47.61	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s knjigami		
	G47.62	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s časopisi, revijami, papirjem, pisalnimi potrebščinami		
	G47.63	Trgovina na drobno v specializiranih		

		prodajalnah z glasbenimi in video zapisi		
	G47.65	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah z igračami in rekviziti za igre in zabavo		
	G47.71	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah z oblačili		
	G47.72	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah z obutvijo in usnjenimi izdelki		
	G47.77	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah z urami in nakitom		
	G47.782	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah z umetniškimi izdelki		
	G47.79	Trgovina na drobno v prodajalnah z rabljenim blagom		
	G47.99	Druga trgovina na drobno zunaj prodajal, stojnic in tržnic		
	G56.29	Druga oskrba z jedmi		
Mediji in IT	J58	Založništvo	16	32
	J59	Dejavnosti v zvezi s filmi, video- in zvočnimi zapisi		
	J60	Radijska in televizijska dejavnost		
	J61	Telekomunikacijske dejavnosti		
	J62	Računalniško programiranje, svetovanje in druge s tem povezane dejavnosti		
	J63	Druge informacijske dejavnosti		
Strokovne dejavnosti	M71.1	Arhitekturno in tehnično projektiranje in s tem povezano svetovanje	28	62
	M73	Oglaševanje in raziskovanje trga		
	M74	Druge strokovne in tehnične dejavnosti		
Znanstvena in razvojna dejavnost	M72	Znanstvena raziskovalna in razvojna dejavnost	6	58
Kulturne dejavnosti	R90	Kulturne in razvedrilne dejavnosti	22	54
	R91	Dejavnost knjižnic, arhivov, muzejev in druge kulturne dejavnosti		
	R93.21	Dejavnost zabaviščnih parkov		
	N82.3	Organiziranje razstav, sejmov, srečanj		
Najem ali zakup	N77.2	Dajanje športne opreme in izdelkov za široko rabo v najem in zakup	2	2
	N77.4	Dajanje pravic uporabe intelektualne lastnine v zakup, razen avtorsko zaščitene del		

Vir: Statistični urad Republike Slovenije 2011a; lastni preračuni.

Priloga Č: Opredelitev kulturnih in ustvarjalnih dejavnosti po področjih (ožja definicija) in število poslovnih subjektov ter (samo)zaposlenih

Šifra	Dejavnost po SKD	Št. poslovnih subjektov	Število (samo)zaposlenih
J58	Založništvo	z ¹	z
J59.11	Produkcija filmov, video filmov, televizijskih oddaj	3	7
J59.12	Postproduksijske dejavnosti pri izdelavi filmov, video filmov, televizijskih oddaj	z	z
J59.2	Snemanje in izdajanje zvočnih zapisov in muzikalij	0	0
J60	Radijska in televizijska dejavnost	0	0
J62.01	Računalniško programiranje	4	11
J63.11	Obdelava podatkov in s tem povezane dejavnosti	5	7
J63.12	Obratovanje spletnih portalov	0	0
M73	Oglaševanje in raziskovanje trga	0	0
M74.1	Oblikovanje, aranžerstvo, dekoraterstvo	z	z
N82.3	Organiziranje razstav, sejmov, srečanj	3	4
M71.11	Arhitekturna in urbanistična dejavnost	0	0
R90.01	Umetniško uprizarjanje	z	z
R90.02	Spremljajoče dejavnosti za umetniško uprizarjanje	z	z
R90.03	Umetniško ustvarjanje	12	12
	SKUPAJ	33	48

Vir: Statistični urad Republike Slovenije 2011a.

Priloga D: Izračun lokacijskega koeficienta

$$\text{lokacijski koeficient} = \frac{\frac{\text{št. ustvarjalnih poklicev občina}}{\text{št. prebivalcev občina}}}{\frac{\text{št. ustvarjalnih poklicev Slovenija}}{\text{št. prebivalcev Slovenija}}}$$

Vir: Ravbar, Marjan. 2007. Ustvarjalnost, sestavina uspešnosti družbenega razvoja Slovenije. *IB Revija* 41 (3–4). Dostopno prek: <http://www.umar.gov.si/uploads/media/ib3-4-07.pdf> (1.julij 2011).

¹ Zaradi majhnega števila zasebni podatki.