

KOLO KOT AKTER USTVARJALNE URBANE REGENERACIJE

Izvirni znanstveni članek | 1.01

Izvleček: Ljubljana zadnja leta v skladu s svojo zeleno okoljsko strategijo ter v prizadevanjih za pridobitev in zdaj tudi promocijo naslova Zelena prestolnica Evrope intenzivneje razvija kolesarsko infrastrukturo in spodbuja kolesarjenje. Prispevek z umestitvijo kolesarjenja v politike urejanja urbanega prostora prinaša nastavke za razumevanje pomena kolesa kot prevoznega sredstva, poslovne priložnosti ter akterja družabnih dogodkov in družbenih sprememb, ob tem pa ugotavlja vpliv mestnih politik na razvoj ustvarjalnosti.

Ključne besede: kolesarjenje, politike prostora, urbana regeneracija, ustvarjalne (kreativne) industrije, vzdržnost, Ljubljana

Abstract: In accordance with its green environmental strategy as well as an effort to obtain (in which it was successful) and now promote the title European Green Capital Award 2016, the city of Ljubljana has been in recent years intensively developing its cycling infrastructure and promoting cycling. An analysis of cycling in the context of the politics of urban spatial planning provides a starting point for understanding the importance of bicycles as a means of transport, a business opportunity, and an agent of social events and social change; simultaneously it notes the impact of city politics on the development of creativity.

Key words: cycling, spatial politics, urban regeneration, creative industries, sustainability, Ljubljana

Prolog

V začetku leta 2014, ko sva s kolegom Mihom Kozorogom na primeru rekreativnih dejavnosti preučevala upravljalvske strategije Triglavskega narodnega parka (glej Poljak Istenič in Kozorog 2014; prim. tudi Kozorog in Poljak Istenič 2013a, 2013b; Kozorog 2015), se je za razpravo odprl *Zakon o ohranjanju narave*, ki naj bi nadomestil tudi *Uredbo o vožnji z vozili v naravnem okolju* iz leta 1995, s katero je takratna oblast prepovedala vožnjo s kolesom izven cest, kjer je dovoljen motorni promet. Ker je spremenjeni in dopolnjeni zakon vseboval enake omejitve za kolesarjenje kot *Uredba*, a predvideval še višje kazni za neupoštevanje predpisov, je neformalna skupnost gorskih kolesarjev, do tedaj razdrobljena v mnoga društva in interesne skupine, združila moči in se uprla takemu zakonu. Pridružil se ji je še turistični sektor, ki v gorskem kolesarjenju vidi dobro priložnost za povečanje obiska sicer turistično manj zanimivih krajev. Tako so kolesarji že v desetih dneh po odprtju zakona dosegli dogovor s pristojnim ministrstvom, da bo zakon dal podlago za urejanje (in ne prepoved) vožnje s kolesi v naravi. In res, novi *Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakona o ohranjanju narave* iz leta 2014 dovoljuje vožnjo s kolesi po utrjenih poteh, namenjenih hoji ali vožnji; s soglasjem organizacije, pristojne za ohranjanje narave, pa je kolesarjenje v naravi dovoljeno tudi na javnih prireditvah.

Prispevek analizira moč iste družbene prakse – tj. kolesarjenja – tokrat v urbanem okolju.

Uvod

»Vsi na kolo, za zdravo telo. Pa še vinjete ne potrebuješ,« je bilo 20. septembra 2013 objavljeno na rekreacijskem portalu Radiotelevizije Slovenija. »Takšno 'potovanje' je bolj zdravo,

pa tudi cenejše. V šali lahko rečemo, da kolesarji ne potrebujejo niti bencina niti vinjete. [...] [U]činki na telo in okolje so samo pozitivni. Več ljudi na kolesih pomeni hkrati manj avtomobilov na cestah, manj izpušnih plinov in manj hrupa« (Spletni vir 1).

Citat povzema tri bistvene poudarke aktualne evropske politike: zdravje, okolje in gospodarstvo – hkrati pa tudi tri poudarke znanstvenih razprav o kolesarstvu: to pozitivno vpliva na zdravje, je okoljsko vzdržno in ima poživljajoče učinke na gospodarstvo (Rick 2014: 12). Na Slovenskem naj bi bilo kolesarjenje tretja najbolj priljubljena oblika rekreacije s 25 odstotki privrženecv (Pori in Sila 2010: 109), kar s pridom izkoriščajo tudi okoljske strategije in ukrepi, ki zasledujejo prehod v nizkoogljično družbo. Tako je junija v moj službeni poštni predal prispelo e-pismo, ki me je spodbujalo, naj »pri-peljem srečo v službo«. Ideja tega nacionalnega projekta, ki je del širše evropske pobude za promocijo uporabe kolesa kot prevoznega sredstva za pot na delo, je sestaviti kolesarsko trojko, jo registrirati na spletni strani in beležiti prevožene kilometre. Na ta način naj bi zaposlene spodbudili, »da že pred službo naredijo nekaj dobrega za svoje razpoloženje, telesno pripravljenost, pa tudi za denarnico ter, ne nazadnje, za okolje.« V Sloveniji projekt izvajajo že šesto leto in v zadnjih petih letih naj bi tako sodelujoči prevozili okrog 357.000 kilometrov, kar naj bi ustrezalo skoraj 58 tonam prihranjenih izpušnih plinov ogljikovega dioksida (Spletni vir 2).

Ker je večina ljudi zaposlena in živi v mestih, se spodbujanje kolesarjenja tesno povezuje tudi z urejanjem urbane infrastrukture in mestnih prostorov na način, ki podpira urbano revitalizacijo oziroma regeneracijo (prim. Žaucer idr. 2012) – tudi z investicijami v dobrine, privlačne za ustvarjalni razred (Florida 2002), torej za intelektualce, umetnike, kulturnike in druge

* Saša Poljak Istenič, dr. etn., zn. sod., ZRC SAZU, Inštitut za slovensko narodopisje, Novi trg 2, 1000 Ljubljana; sasa.poljak@zrc-sazu.si.

zaposlene v kulturnih in ustvarjalnih industrijah.¹ Richard Florida v svoji analizi kolesarjenja v ameriških mestih tako ugotavlja, da je »kolesarjenje na delo pozitivno povezano z deležem zaposlitev ustvarjalnega razreda« in da so »kolesarske metropole [...] bogatejše, bolj izobražene in bolj 'fit' kot nekolesarska mesta. So srečnejše in [...] ustvarjalnejše« (Spletni vir 3). Res se marsikateri od ustvarjalcev vozi s kolesom ali celo samoopredeljuje z njim; na Slovenskem na primer Izar Lunaček, doktor filozofije in slikar, ilustrator in stripar – torej vsekakor pripadnik ustvarjalnega razreda (pravzaprav večine njegovih »sekcij«) – na svojem blogu v spletni izdaji *Dela*: »Izar Lunaček živi, riše stripe, piše članke, pije in hodi. Včasih tudi je in vozi kolo. Ima nekaj brade in penis. Rojen je v petek poleti« (Spletni vir 4; poudarila avtorica).

Tudi Ljubljana je (vsaj) v zadnjih petih letih, predvsem v prizadevanjih za pridobitev naslova Zelena prestolnica Evrope, intenzivneje razvijala kolesarsko infrastrukturo in spodbujala kolesarjenje, zato se je zdela ustrezen izbor za študijo primera urbanega kolesarjenja, ki je predstavljen v pričujočem prispevku. Ta je nastal v okviru podoktorskega projekta *Preživeti, živeti, izživeti: ustvarjalnost kot način življenja* (ARRS 2014–2016), ki raziskuje gospodarski, družbeni in kulturni potencial ustvarjalnosti kot interaktivne družbene prakse, segajoče čez meje kulturnih in ustvarjalnih industrij. V zadnjih letih je zaznati porast oblikovalskih in tehnoloških izboljšav koles, novih urbanističnih rešitev za kolesarjenje in dogodkov, ki popularizirajo to vrsto rekreacije oziroma prevoza v mestu, zato me je zanimalo, kako kolesarjenje vpliva na ustvarjalnost, tj. na uspeh pripadnikov ustvarjalnega razreda in posledično na razvoj kulturnih in ustvarjalnih industrij, in katere dejavnosti v drugih sektorjih pa tudi izven gospodarstva podpirajo ta razvoj. Prispevek temelji na kvalitativni raziskavi, v katero sem skušala zajeti najrazličnejše akterje, povezane s kolesarjenjem, od takih, ki jim kolo predstavlja poslovno priložnost, do ljudi, ki jim je kolo glavno ali priložnostno prevozno sredstvo, in posameznikov, ki se ukvarjajo z urejanjem urbanega prostora za kolesarjenje – kot predstavniki občine ali ljubiteljsko – ali pa so sodelovali v dogodkih, povezanih s kolesarjenjem. Z njimi sem opravila narativne intervjuje, ki sem jih dopolnjevala z analizo spletnih prispevkov o kolesarjenju v Ljubljani in strateških dokumentov za razvoj mesta. Pogovarjala sem se tudi z naključnimi kolesarji, ki sem jih srečala v mestu, opazovala kolesarjenje po središču Ljubljane in dokumentirala kolesa, ki so bodisi zaradi funkcije bodisi oblike odstopala od običajnih. Prispevek tako z umestitvijo kolesarjenja v politike urejanja urbanega prostora prinaša nastavke za razumevanje pomena kolesa kot prevoznega sredstva, poslovne priložnosti in akterja družabnih dogodkov in družbenih sprememb, ob tem pa skuša ugotoviti vpliv mestnih politik na razvoj ustvarjalnosti.

Kolesarjenje in ustvarjalna urbana regeneracija

Kolesarske študije so v družbenih znanostih hitro rastoče polje raziskovanja. Ukvarjajo se z naglimi spremembami urbane mobilnosti in skrbjo za vzdržni razvoj ter tako odsevajo sodobne družbene razmere (prim. Cox 2015). Večinoma se osredinjajo na pomen kolesarjenja kot rekreacije ali/in prevoza, pri čemer skorajda brez izjeme predpostavljajo, da ima t. i. aktivni prevoz (transport) pozitivne učinke na zdravje (predvsem je pomemben za preprečevanje »epidemije debelosti«; prim. Bassett idr. 2008; za Slovenijo glej Kolar idr. 2011) in da je okoljsko vzdržen (glej na primer Aldred 2012; Cupples in Ridley 2008; Tolley 1995; za Slovenijo Lapuh 2012). Kvalitativne raziskave, ki se osredinjajo na družbeno-kulturne učinke, so precej bolj kritične od raziskav zdravja in transporta. Med drugim raziskovalci ugotavljajo, da je težko potegniti mejo med kolesarjenjem kot rekreacijo in prevozom; kolesarjenje na delo (torej kot oblika prevoza) postaja vse pogostejša in priljubljenejša oblika rekreacije, saj jo ob pomanjkanju časa lahko opravimo »spotoma«, in celo kolesarjenje na delu, ki je nujno za opravljanje nekaterih delovnih nalog kurirjev, poštarjev, policistov in drugih poklicev, na delovno mesto vnaša »vznemirljivost prostočasnih dejavnosti« (Kidder 2006), zato se brišejo meje med »delom« in »prostim časom« (oziroma celo med »delom« in »življenjem«; glej Fincham 2008). Kolesarjenje, čeprav zdravo in ekološko, relativno splošno dostopno in preprosto, je lahko tudi diskriminatorna praksa, ki izključuje, stigmatizira in ustvarja vsakovrstne meje med ljudmi, prostori in (mobilnimi) praksami (glej Aldred 2013; Daley in Rissel 2011; Green, Steinbach in Datta 2012; Jensen 2013; Kuipers 2013; McCarthy 2011; Stehlin 2014; van Duppen in Spierings 2013; Vreugdenhil in Williams 2013), hkrati pa se dobro vklaplja v neoliberalistično agendo: kot individualiziran, nizkocenovni, ekološki in komercialni način transporta in javne rekreacije je eden od dejavnikov neoliberalističnega obrata k načrtnemu spodbujanju »ustvarjalnih« in »živih« mest (glej Bajič 2015). Ta naj bi bila gospodarski, politični in kulturni odziv na trenutno porecesijsko situacijo, zaznamovano z nihanjem cen naftnih derivatov (kolesarjenje pa je od njih neodvisen način prometa) in težavami javnega zdravstva (ki naj bi ga ljudje, ki kolesarijo, manj potrebovali kot telesno nedejavni). Kolesarjenje neposredno in posredno služi temu modelu: samo po sebi je lahko del ustvarjalne industrije (tudi v Sloveniji je, kot bomo pokazali v nadaljevanju, naraslo število oblikovalcev in obrtnikov, ki izdelujejo posebna, »butična« in visokokakovostna kolesa ali kolesarsko opremo in dodatke), hkrati pa kolesarski programi, politike in infrastruktura postajajo bistveni del za razvoj živih skupnosti z vsemi nujnimi zdravstvenimi in okoljskimi dobrinami, ki jih ti ljudje in ustvarjalne industrije zahtevajo (Rick 2014: 128–130).

Že več kot 60 mest na svetu se opredeljuje kot »ustvarjalnih«, kar pomeni, da dajejo poseben pomen ustvarjalnim posameznikom, zaposlenim v kulturnih in ustvarjalnih industrijah, ki so jih evropske države začele spodbujati v drugi

¹ Čeprav se v Sloveniji najpogosteje govori o kulturnih in kreativnih industrijah, se zavzemam za to, da namesto o »kreativnosti« govorimo o »ustvarjalnosti«; ne nazadnje se tudi uradni slovenski prevod dokumenta Evropske komisije o tej kategoriji gospodarstva glasi *Zelena knjiga – Izkoriščanje potenciala kulturnih in ustvarjalnih industrij* (2010).

polovici 90. let prejšnjega stoletja, ob postopnem zamiranju klasične industrije oziroma njeni selitvi na ozemlja s cenejšo delovno silo in manjšimi produkcijskimi stroški. Čeprav se ustvarjalne industrije različno opredeljuje, razume, obravnava in interpretira (prim. Florida 2002; Howkins 2002; Landry 2000; Scott 2006), so po splošnem konsenzu to tiste gospodarske dejavnosti, ki so usmerjene v ustvarjanje in izkoriščanje znanja in informacij, v Evropi pa se največkrat enačijo s kulturno industrijo; tako tudi v Sloveniji, kjer praviloma govorimo o »kulturnih in kreativnih industrijah« (prim. Breznik idr. 2011), tj. o gospodarskih dejavnostih, ki se navezujejo na kulturo oziroma kulturno produkcijo v najširšem smislu, od dediščine, založništva, umetnosti, arhitekture, oblikovanja, oglaševanja do turizma in drugih dejavnosti za prosti čas. Nedavna gospodarska kriza je še povečala zanimanje za ustvarjalno gospodarstvo kot regeneratorskega razvoja (glej Florida 2010; Indergaard, Pratt in Hutton 2013) in politike ustvarjalne industrije so postale glavne strategije za razreševanje gospodarskih, vse bolj pa tudi družbenih problemov v mestih.

Slovenska kulturna politika se šele v zadnjih letih zaveda pomena kulturnega in ustvarjalnega gospodarstva. Kulturne in ustvarjalne industrije so bile prvič omenjene v *Nacionalnem programu za kulturo 2008–2011* (Resolucija o NPK 2008), kamor sta bila kot del likovne umetnosti vključena tudi arhitektura in oblikovanje (sestavna dela ustvarjalnih industrij), medtem ko *Nacionalni program za kulturo 2014–2017* (Resolucija o NPK 2013) loči med ukrepi za spodbujanje kulturnih (to so tiste, pri katerih je glavno kulturno izražanje, na primer različne umetnosti, kulturna dediščina, knjige, videoigre, mediji ipd.) in za razvoj ustvarjalnih industrij (arhitektura, oblikovanje, oglaševanje); med slednjimi spodbuja predvsem oblikovanje. Kulturne in ustvarjalne industrije so vključene tudi v osnutek *Strategije razvoja Slovenije 2014–2020* (2013), Ministrstvo za kulturo pa je leta 2011 izdalo knjižico *KKIPS: kulturne in kreativne industrije po slovensko* (Breznik idr. 2011), ki naj bi predstavljala ukrepe ministrstva za njihovo spodbujanje. Vendar pa v Sloveniji še ni (enotnega) političnega okvira, v katerem bi lahko razvijali in spodbujali ustvarjalno gospodarstvo, ki ga omejuje tudi majhnost domačega trga. Kljub razviti osnovni infrastrukturi so akterji s posamičnih področij slabo povezani, neprogramsko naravnano financiranje pa jih ne spodbuja k povezovanju in sodelovanju. Glede na analizo zasebnega sektorja med kulturne in ustvarjalne industrije v Sloveniji po podatkih iz leta 2010 spada 13 odstotkov podjetij, v katerih je zaposlenih sedem odstotkov ljudi; v Ljubljani je takih podjetij 18 odstotkov, zaposlujejo pa 12 odstotkov ljudi; v širši ljubljanski regiji sta ta deleža nekoliko nižja, a še vedno višja od slovenskega povprečja (16 in 11 odstotkov). Največ podjetij se ukvarja z arhitekturo, sledita ji trgovina na drobno s kulturnimi dobrinami ter proizvodnja programske opreme in računalniških iger. V zadnjih letih se je najbolj povečalo število podjetij z nič zaposlenimi (Murovec in Kavaš 2010; več o ustvarjalnih industrijah v Ljubljani in širši ljubljanski regiji glej Bole 2008; Kozina idr. 2014; Uršič 2016). Posamezniki z ustvarjalnimi poklici – med njimi je

največ avtorjev, novinarjev in drugih pisateljev, ki jim po številu sledijo dekoraterji in aranžerji – glede na statistične podatke najraje živijo prav v Ljubljani (Kozina in Bole 2016; Murovec in Kavaš 2010).

Kultura in ustvarjalnost sta v zadnjem desetletju postali tudi del nekaterih regionalnih in lokalnih razvojnih programov. Tako je *Regionalni razvojni program Ljubljanske urbane regije 2007–2013* v svoji viziji navajal, da bo regija »s spodbujanjem ustvarjalnosti in sodelovanja dosegla visoko konkurenčnost v svetu in visoko kakovost življenja« (2007: 1), medtem ko novi razvojni program ustvarjalne industrije vidi kot »spodbujevalca urbane regeneracije, s katero lahko ustvarjalna podjetja pridobijo poceni produkcijski prostor, kar jim omogoči hitrejšo specializacijo in razvoj v podjetniškem smislu« (Regionalni razvojni program Ljubljanske urbane regije 2014–2020 2015: 87). *Strategija razvoja kulture v Mestni občini Ljubljana 2012–2015* pa predvideva razvoj kulturnih in ustvarjalnih industrij na več področjih (a predvsem arhitekture in literature); prvi strateški cilj občine naj bi bil razvoj Centra Rog, nekdanje tovarne, ki bo omogočal »razvoj ustvarjalnih dejavnosti v povezovanju umetniških praks, gospodarstva, izobraževanja in raziskovanja« (2012: 42). Mestna občina Ljubljana razvoj kulturnega in ustvarjalnega gospodarstva spodbuja tudi prek Regionalnega centra kreativne ekonomije, evropskih projektov in lokalnega povezovanja. Organizacije z ljubljanskega območja so sodelovale v projektih Creative Cities (program Srednja Evropa, 2010–2013), ki je bil usmerjen v razvoj in promocijo potencialov ustvarjalne industrije v srednjeevropskih mestih, Second Chance (program Srednja Evropa, 2010–2013), katerega cilj je bil oživiti nekdanja industrijska območja s kulturo in ustvarjalnostjo ter nadaljevati njihov razvoj, in CC Alps – Creative Companies in Alpine Space (program Območje Alp, 2011–2014), ki je postavil evropsko mrežo za spodbujanje potenciala kulturnih in ustvarjalnih industrij na alpskem območju in si prizadeval za njihovo intenzivnejše vključevanje v družbeno-gospodarski razvoj območja. Poleg tega je Ljubljana vzpostavila še številna javno-zasebna partnerstva (tudi) z namenom kulturne produkcije in predstavitve kulturnih in ustvarjalnih industrij, kot so Novi Kolizej, Tobačna mesto, Partnerstvo Šmartinska, Center sodobnih umetnosti – Rog itn. (prim. Ehrlich 2011). Kultura v Ljubljani je torej vpeta v medpodročno povezovanje z gospodarstvom, urbanizmom, regijskim razvojem, izobraževanjem in varovanjem okolja ter tako »živo povezana z drugimi javnimi politikami, s katerimi si deli številne skupne strateške cilje« (Strategija razvoja kulture v Mestni občini Ljubljana 2012–2015 2012: 8).

Med »druge javne politike« spada tudi okoljska, ki je bila prvič bolj »zeleno« artikulirana leta 2007 (glej Vizija Ljubljana 2025 2007), v prvem mandatu sedanjega župana. Za vizijo dolgoročnega razvoja Ljubljane do leta 2025 je bil zadolžen Janez Koželj, trenutni podžupan, pooblaščen za urbanizem, s katerim je v tistem času začel sodelovati tudi Blaž Lokar, član Odbora mestnega sveta za urejanje prostora in urbanizem in ustanovitelj društva Za mesto po dveh.

Pravi, da je do sodelovanja z občino prišlo na njegovo pobudo, ko jim je poslal predloge za urbanistično ureditev prometa in javnih prostorov ter predstavil dobre prakse drugih evropskih mest, in da je imelo mesto vedno posluš za take zamisli.

Naprej ko imamo Krakovski nasip, boš videla, je prvi tak kolesarski otok.² [...] To je pač stvar, kar sem se pač zmenil z mestno upravo, z oddelkom za promet, so bili zelo nezaupljivi na začetku, našli smo neko konsenzno varianto lokacije, ki je zelo neproblematična, je pač ta, kjer ne gre več naprej, morajo levo in desno zaviti. In se je strah izgubil potem, ko so videli, kako res v praksi deluje. Tako da veliko stvari, ki smo jih izvajali, te spremembe, so pač taki majhni pilotni projekti. [...] To je bil na primer tak perfekten problem, ni bilo v zakonodaji, mesto te prakse ni izvajalo, pač tam smo postavili, pač z veliko prepričevanja, gor-dol, z vztrajnostjo, ampak so potem dovolili in danes imamo že, ne vem, že deset kolesarskih otokov. [...] In slovenska zakonodaja ima že tudi kolesarski otok zapisan noter, tako da danes je to čisto tudi uradna zadeva že, legalna.

Poleg postavitve kolesarskih otokov je mesto začelo intenzivno urejati tudi drugo kolesarsko infrastrukturo: obnavljajo in izboljšujejo obstoječe kolesarske steze, urejajo nove, predvsem med obrobjem in središčem – mesto ima danes že 133 kilometrov kolesarskih stez in 73 kilometrov kolesarskih poti – in si z različnimi akcijami prizadevajo za varnejše kolesarjenje. Tako so v sklopu projekta Champ (program Intelligent Energy Europe, 2011–2014) leta 2013 z Ljubljansko kolesarsko mrežo izvedli kampanjo za bolj varno sobivanje pešcev in kolesarjev: delili so letake z zemljevidom poti za hitrejšo in varnejšo vožnjo po območjih za pešce. Po mnenju sogovornice, ki je šele pred kratkim spet začela kolesariti po središču Ljubljane, so možnosti za varno kolesarjenje zdaj neprimerno boljše kot v času njene mladosti, tj. pred 30 leti:

Ja, sedaj itak je ful boljše, kakor je bilo včasih. Jaz po eni strani mojo mam razumem, ki je to [kolesarjenje po mestu] prepovedovala, ker včasih res v bistvu tega [kar je danes urejenega za kolesarje] ni bilo. Vse ulice so bile prevozne [z avti], sedaj že tukaj imamo v bistvu ful peš poti s temi conami kolesarskimi, je dejansko ful boljše. [...] Mislim, pri nas ni kot na Nizozemskem. [...] Pri nas je najprej voznik, potem je pešec, potem je kolesar. In tako, mene je še vedno malo strah, če ne vozim po kolesarski progi, če vozim v prometu vmes.

Po drugi strani pa »resnejši« kolesarji, ki se redno vozijo s kolesom po Ljubljani (na primer v službo, šolo, po opravkih), opozarjajo, da je mesto pri urejanju kolesarske

infrastrukture precej »nespretno«, saj so kolesarske steze večinoma speljane po pločnikih, potekajo čez dovoze k hišam, ponekod neustrezno (predvsem nevarno) zavijejo s pločnika na cesto, celo na postajališče mestnega avtobusa, se nepričakovano končajo ali pa jih ne čistijo ustrezno (pogosto sta na njih pesek ali sneg):

Ljubljana za kolesarje ni prijazno mesto, to je dejstvo, ki ga ne moremo spregledati. Poleg splošne slabe ureditve, kolesarjem neprijazne in neprilagojene zakonodaje ter nizke ravni prometne kulture pa je Ljubljana polna problematičnih točk za kolesarje. Te so kot nekakšne pasti posejane po mestu – od dotrajanega tlaka in previsokih robnikov prek drogov sredi kolesarskih stez do nepreglednih križišč, stez »ponikalnic« in »obvozov« za kolesarje. (Spletni vir 5)

Ljubljanska kolesarska mreža, društvo za spodbujanje kolesarjenja in trajnostnega prometa, je tako v Ljubljani identificirala že vsaj 239 t. i. pasti za kolesarje. Objavljali so jih na spletni strani (glej Spletni vir 5), ki so jo posodabljali do leta 2012, o njih obveščali občino (prvič junija 2003) in hkrati predlagali varnejše ureditve infrastrukture. Vzporedno so vodili seznam odpravljenih nevarnosti – do leta 2012 jih je bilo 67 (tj. 28 odstotkov; glej Spletni vir 6).

Maja 2011 je Mestna občina Ljubljana v partnerstvu z družbo Europlakat vzpostavila tudi sistem Bicikelj za izposojlo koles, ki je namenjen predvsem krajšim vožnjam po širšem mestnem središču. Čeprav obstajajo pomisleki o splošni dostopnosti tovrstnih storitev – lokacije postaj so izven obrobja mest (v bližini središča, ki je od tam že tako ali tako lažje dostopno kot z obrobja), za naročnino in izposojlo potrebujemo kreditno kartico, ki si jo ljudje z nizkimi dohodki težko privoščijo, poleg tega pa taki sistemi temeljijo na javno-zasebnem partnerstvu, pri čemer zasebnik praviloma stremi po čim višjem dobičku, tudi na račun vzdrževanja postaj in koles – pogovori v Ljubljani nakazujejo, da je uvedba sistema v kombinaciji z zaprtjem mestnega središča za motorni promet leta 2012 vplivala na vsesplošni razmah kolesarjenja po mestu; kot pravi prej omenjena sogovornica: »[T]ukaj pa v bistvu zahvala Jankoviču, da imamo telebikikle zastonj, in mojemu pogumu pri 40, da sem začela v bistvu spet se s kolesom počasi voziti.« Izposoja koles v Ljubljani se uporabnikom torej zdi cenovno ugodna (letna in tedenska naročnina sta nizki, prva ura izposoje je brezplačna). Izposojena kolesa redno uporabljajo za opravke po mestu in so na splošno zelo zadovoljni z uvedbo in delovanjem sistema. Blaž Lokar, ki redno potuje po svetu in preučuje urejenost mest, tako meni:

To je super, to je mestna uprava odlično izpeljala in stvari res dobro funkcionirajo, saj [sistem] tudi res dobro vzdržujejo, to me predvsem navdušuje. In kdaj greš, v kakšnih mestih, sedaj niti ne vem, katero mesto je bilo, manjkajo kolesa, niso vzdrževana, ne vem, stvar tudi po, koliko je to, tri, štiri leta že to funkcionira, po tolikšem času še vedno je servis zelo dober. Se trudijo, imaš online aplikacijo, ki jo pogledaš, če so kolesa. Javiš, če gre kaj narobe, vzdržujejo jih, prevažajo. Bi bilo pa

² Kolesarski otok ali kolesarski žep je element kolesarske infrastrukture, ki kolesarjem omogoča, da se v križišču – navadno semaforiziranem – razvrstijo pred motorna vozila in imajo tako prednost pri speljevanju. To ureditev lahko podpira tudi prilagojena svetlobna signalizacija, saj se zelena luč za kolesarje ponekod prižge nekaj sekund pred zeleno lučjo za motorna vozila. S tem se poveča varnost kolesarjev v prometu, saj se voznikom, ki zavijajo desno, umaknejo s poti, še preden ti speljejo.



Ljubljanski Bicikelj je bil prvi sistem avtomatizirane izposoje koles, kakršnega so nato uvedli tudi v nekaterih drugih slovenskih mestih, na primer v Velenju, Mariboru in Kopru. Foto: Saša Poljak Istenič, 13. april 2015.

super, da bi se [storitev] še malo razširila, lahko gre še naprej, jaz mislim, da ljudje so navdušeni.

Navdušenje nad storitvijo in zadovoljstvo z njenim delovanjem potrjujejo tudi statistični podatki. Na dan zagona sistema Bicikelj je bilo registriranih naročnikov več kot 1.600, po enem mesecu pa je bilo že 13.000 uporabnikov, ki so v povprečju z vsakim kolesom opravili vsaj šest voženj na dan oziroma skupaj več kot 55.000 voženj. V začetku leta 2015 je imel sistem 36 postaj s 360 kolesi in okrog 63.000 uporabnikov, od tega jih je imelo 28.500 sklenjeno letno naročnino. Do januarja 2015, tj. v dobrih treh letih in pol, je sistem zabeležil dva milijona in pol izposoj (Spletni vir 7). Tudi zaradi tovrstnih strateških odločitev so ljubljanski javni prostori vse bolj obljudeni in živahni. Kolesarjenje po območjih za pešce, kolesarski izleti na degradirana območja, urbane kolesarske zabave, družabni dogodki, na katerih prostovoljci popravljajo kolesa, je le nekaj primerov kolesarske kulture (ali »kolesarskih kultur«; glej Cox 2015), ki se je v zadnjem desetletju v Ljubljani po oceni Blaža Lokarja bistveno izboljšala:

Ljubljana je naredila fantastičen preskok. Ljubljana je, seveda tukajle v mestu, v centru, je primer najboljše prakse, kar je lahko. [...] Pomembne so predvsem te majhne izboljšave za dnevno življenje ljudi. [...] Ja, za kolesarjenje je Ljubljana, tako po sami strukturi mesta, je idealna. Ravna je, vse so majhne razdalje, od centra do obvoznice je kaj, štiri kilometre, pa tukaj je tudi najbolj gosta poselitev, tako da prepozicije ima super. Je že danes v primerjavi, ne vem, relativno dobro razvito kolesarsko mesto. Tudi ko vidiš ljudi, vidiš stare, mlade, to je čisto, je šla gospa, stara 50 let, tale je stara, ne vem, 30 let. Tako kot vidiš različne generacije, ki se vozijo, veš, da se to dnevno, to niso športni kolesarji, ampak to so za dnevne opravke kolesarji in to je najbolj zdrava kultura v mestih, če vidiš take kolesarje. Pa vidiš moške, ženske, vidiš otroke, sta-

rejše, tako da v bistvu kultura je zelo dobra. Je treba majčkeno infrastrukturo še izboljšati, pa bo še več kolesarjev.

Vsi ukrepi, s katerimi Ljubljana želi do leta 2020 zmanjšati izpuste ogljikovega dioksida za 30 odstotkov in doseči, da bo le tretjina prometa opravljena z zasebnimi motornimi vozili, tretjina z javnim prevozom (med drugim so zato uredili tudi rumeni pas, ki skrajšuje čas potovanja v mesto) in tretjina s sredstvi brez motorja, tj. na kolesu ali peš, so bistveno pripomogli k pridobitvi naziva Zelena prestolnica Evrope 2016 (glej Spletni vir 8) in, še izraziteje, k sedanjim 12 odstotkom rednih uporabnikov kolesa, zaradi česar je – ob upoštevanju dobre kolesarske infrastrukture – Ljubljana na eni od vplivnejših lestvic za merjenje napredka v prevozu s kolesom, The Copenhagenize Index, letos prvič uvrščena med 20 kolesarjem najbolj prijaznih mest na svetu, in sicer na 13. mesto. Pri tem pa so ocenjevalci zapisali: »Vse govorjenje o zeleni prestolnici je super, a kolo bo – kot vedno – utiralo pot. Boljša infrastruktura, boljša mreža. Najprej pomislite na kolo« (Spletni vir 9).

Razvoju kolesarske kulture v Ljubljani sledijo tudi druga slovenska mesta in občine. Tako je Slovenija na kolesarskem barometru Evropske kolesarske mreže – pri ocenjevanju se upošteva uporaba koles, varnost na cesti, kolesarski turizem, prodaja koles in kolesarske organizacije – leta 2015 med članicami Evropske unije zasedla sedmo mesto (leta 2013 je bila 12.) in celo prvo po prodaji koles (Spletni vir 10; Spletni vir 11).

Vlogo najbolj znane slovenske proizvajalke koles, tovarne Rog v Ljubljani, ki je proti koncu 80. let 20. stoletja izdelala skoraj 500.000 koles in okvirjev letno, v 90. letih obvladovala 40 odstotkov slovenskega tržišča, ki naj bi tedaj kupilo 60.000–70.000 koles letno, prenehala pa je delovati leta 2006 (Brovinšky 2010: 94, 105), danes prevzemajo trgovine, ki prodajajo kolesa tujih proizvajalcev, hkrati pa na trgu skušajo preživeti tudi bolj butične prodajalne, ki sestavljajo kakovostna kolesa višjega cenovnega razreda po meri uporabnikov, in proizvajalci kolesarskih delov in opreme, ki stavijo na vrhunsko, nemnožično, ekološko, etično proizvodnjo – torej predstavniki ustvarjalnih industrij. Tovarna Rog pa se je iz območja »klasične« prelevila v območje »ustvarjalne« industrije, za katerega se bje boj med ustvarjalci, ki so ga »zaskvotali«, in Mestno občino Ljubljana, ki ima zanj bolj zveneče načrte preoblikovanja v »ustvarjalno in umetniško središče« kot izhodišče za razvoj kulture in gospodarstva (glej Ehrlich 2012; Uršič 2012).

Ustvarjalne industrije: kolo kot poslovna priložnost

Urejanje javnih prostorov v Ljubljani je sledilo trendu drugih evropskih mest, ki so zaznala porast priljubljenosti urbanega kolesarjenja in ustrezno ukrepala: z urejanjem ustrezne infrastrukture (kolesarske steze in otoki, ustrezna signalizacija, parkirišča za kolesa, prevoz koles z javnimi prevoznimi sredstvi) so omogočila in spodbudila bolj zeleni mestni promet in pri tem ohranila (okrepila) varnost vse številnejših



Stojala za priklepjanje koles stojijo po vsem središču Ljubljane, predvsem v bližini kulturnih institucij, lokalov in trgovin.
Foto: Saša Poljak Istenič, 9. september 2015.



Blatnik Musguard na fiksiju, parkiranem pri enem od lokalov ob Ljubljani.
Foto: Saša Poljak Istenič, 13. april 2015.

udeležencev v prometu. Ti ukrepi pa so nato motivirali še več ljudi, da se pogosteje odločijo za uporabo alternativnih prevoznih sredstev za gibanje po mestu. Na spremembe urbanega prostora in posledični razvoj kolesarske kulture so se relativno hitro odzvali tudi ustvarjalci, trgovci, podjetja, institucije idr., ki so trajnostno mobilnost prepoznali kot poslovno priložnost. To seveda ni slovenska posebnost, pač pa svetovni trend. Ne le, da je naraslo povpraševanje po kolesih in kolesarski opremi, pač pa kolesarjenje vpliva tudi na potrošniške in delovne vzorce. Trgovine v središču mest, do katerih je bilo z avtom težje priti oziroma tam parkirati, so z razcvetom kolesarjenja spet pridobile svoje kupce, ko so jim postavile stojala za varno parkiranje koles. Podjetja in ustanove s pomanjkanjem parkirnih prostorov pa so z ureditvijo ustreznih prostorov za parkiranje, shranjevanje in varnost koles (pred tatvino in vremenom) začela spodbujati t. i. aktivni prevoz na delo (prim. Aldred in Jungnickel 2013) ali z nakupom službenih koles skrajšala čas dostave in olajšala zaposlenim opravke v mestu.

Priljubljenost kolesarjenja, ki je naraslo po ustreznih prilagoditvah urbane infrastrukture, so v svoj prid – tj. dobiček – še posebej obrnile ustvarjalne industrije, med drugim zato, ker so se tudi nekateri ustvarjalci po Ljubljani praviloma vozili samo s kolesom, iz lastnih izkušenj vedeli, kaj potrebujejo kolesarji za vožnjo po mestu, hkrati pa se je s povečevanjem priljubljenosti tega načina premikanja povečevalo tudi število potencialnih kupcev njihovih izdelkov. Po besedah Jurija Lozića, industrijskega oblikovalca, ilustratorja in urbanega kolesarja, gre namreč pri kolesarjenju tudi

primerih, ne gre skozi v mestu. Tako če živiš na teh relacijah [...] Tako da si potem na biciklu, slej ko prej, od tam pa naprej, potem pa bicikel začneš raziskovati.

Na spletni platformi kickstarter, kjer podjetniki zbirajo denarna sredstva, potrebna za uresničitev svojih poslovnih idej, je v sekciji Ride With It (Vozi se z njim) predstavljeno skorajda nepregledno število s kolesarjenjem povezanih izdelkov, od ključavnic, sedežev, dodatkov in opreme do tehnološko izboljšanih in estetsko dovršenih koles. Štiri uspešne kampanje med okrog 60 projekti iz Slovenije (ali pa so jih zasnovali Slovenci v tujini) – od teh jih je bilo uspešnih nekaj manj kot polovica – so povezane s trajnostno mobilnostjo. Njihova analiza kaže, da se izdelovalci sklicujejo na vrednote, ki naj bi jih ločevale od neoliberalističnih podjetij in oddaljevale od množične, brezosebne proizvodnje, kar je očitno dobra prodajna strategija – hkrati pa, v nekaterih primerih, tudi njihov življenjski nazor, ki bi si ga v mnogih sodobnih podjetjih težko privoščili.

Prva slovenska kampanja na platformi kickstarter, ki je bila povezana s kolesarjenjem, se je začela maja 2013. Industrijski oblikovalec Jurij Lozić je z njo želel zagnati proizvodnjo snemljivega in zlozljivega blatnika iz močnega in odporne polipropilena, ki ga je mogoče reciklirati. V mesecu dni je izdelek, poimenovan Musguard, pri zbiranju sredstev za štirikrat presegel zastavljeni cilj (s 44.633 dolarji ga je podprlo 1.756 ljudi). Blatnik je bil nato prepoznan kot vrhunski oblikovalski dosežek: oblikovalec je zanj leta 2013 dobil častno priznanje na desetem Mesecu oblikovanja, uvrščen je bil v portfelj slovenskih nagrad za vizualno ustvarjalnost Trend 2014, hkrati pa je bil eden od 24 izdelkov, ki so jih kustosi Muzeja moderne umetnosti v New Yorku leta 2014 odbrali za prodajo v MoMA Design Store ob oblikovalskem festivalu NYCxDDesign.

[...] za to, kakšen način življenja to za sabo potegne. Pač to, da ti sam sebe poganjaš iz točke A do točke B v nekem okolju, kjer je to tako preprosto, kakor je v Ljubljani, ki je tako majhna. To pomeni v bistvu, da kako gledaš na stvari, v bistvu, ful praktično. A veš, ne zdi se ti vredno ali pa nisi zadovoljen z javnim prevozom, avto itak ne, ker je pač v vseh

Blatnik je bil sprva namenjen članom kolesarskega društva Muslauf (o njem več v nadaljevanju), ki združuje ljubitelje urbanega kolesarjenja na t. i. fiksijih, kolesih z neposrednim prenosom z nožno zavoro na pedalih, a brez ročnih zavor, prestav in dodatne opreme, kot so blatniki. Idejo zanj je Jurij Lozić dobil med študijskim bivanjem v Milanu in nato izdelek, ki bi zadovoljil potrebe kolesarjev na fiksijih in ustrežal minimalni estetiki tovrstnih koles, razvijal pet let, preden je začel zbirati sredstva za množičnejšo izdelavo. Kot pravi, je za uspeh na platformi kickstarter najpomembnejša zgodba, katere del je tudi spoštovanje določenih vrednot:

Sedaj ta blatnik jaz proizvajam v Sloveniji, jaz vem, da bi to lahko počel v Aziji za, ne vem, četrtno, ne vem, koliko, osmino. Nisem preveril, verjetno, ampak ne bom, zato ker mi nekaj to pomeni. Ker mi je, mislim, prvo kot prvo mi je všeč, da imam to tukaj, da sem v konstantni navezi s proizvajalcem, da imamo osebni odnos, da se lahko stvari zmenimo in da to stvar skupaj nekako izboljšujemo. [...] Ta načela pravične trgovine in pravične izdelave in ekološko vzdržne razmere, ekološko vzdržne izdelave in vsega tega. To so nekako te vrednote.

Njegova zgodba je bila umeščena tudi v letošnjo razstavo *CrowdFunding: The Empowerment of the Local Community* na festivalu Vienna Design Week na Dunaju, ki je predstavljala »zgodbe o opolnomočenju in odgovornosti do lokalne skupnosti« (Spletni vir 12). Čeprav je bil med razstavljalci edini, katerega izdelek je (bil) povezan s trajnostno mobilnostjo, pa se tudi drugi ustvarjalci takih izdelkov – vsaj tisti, ki so uspeli zbrati želena sredstva na platformi kickstarter – sklicujejo na vrednote, kot so okoljska vzdržnost, lokalna proizvodnja, rokodelstvo, skupnost, dediščina in podobno.

»Ne gre nam le za izdelavo koles, pač pa ustvarjamo ročno izdelano potovalno izkušnjo, ki vaši vožnji dodaja užitek in prepoznavnost,« je bila oglaševalska krilatica Janeza Tratarja, ko je zbiral sredstva za zagon proizvodnje dveh različic mestnega kolesa iz slovenskega lesa, ki naj bi omogočala »udobno in stilsko ozaveščeno vožnjo«. Oglas je poudarjal, da v kolesu združujejo »dolgotrajno dediščino rezbarstva, dušo in strokovno znanje nove generacije«, pri čemer proizvodnja pušča »najmanjši okoljski odtis« (Spletni vir 13; Spletni vir 14). Drugi izdelek – kombinacija kovčka, skiroja in nahrbtnika – sicer ni novost, je pa slovenska ekipa Olaf razvila in inženirsko dodelala dva različna izdelka za mestno mobilnost, OLAF Business (s kovčkom, primernim predvsem za potovanja) in OLAF Urban (za vožnjo po mestu). Izdelki niso »preproste plastične igrače«, pač pa so ročno izdelani iz kakovostnih materialov, na primer iz lokalno pridobljenega lesa in tekstila brez polivinil klorida. Tudi oni poudarjajo lokalno proizvodnjo – in še posebej oblikovanje, razvoj in proizvodnjo v Evropski uniji – ki naj bi omogočala takojšnji odziv na morebitne napake kolesa (Spletni vir 15; Spletni vir 16). Tretji uspešni izdelek pa je FlyKly Smart Wheel, tj. zadnje kolo z motorjem, ki se avtomatsko zažene, ko kolesar začne pritiskati na pedala, kar omogoča kolesarjenje »brez truda« oziroma »brez izgubljanja diha ali oblikovanja

s potom«. Njegov snovalec Niko Klanšek – »z ekipo sodelujočih (oziroma so-delovnih³) prijateljev, ki so tudi močni podporniki in zagovorniki utilitarne kolesarske kulture« – je z njim želel spodbuditi »kulturo kolesarjenja in izboljšati kvaliteto [življenja] ljudi, predvsem tistih, ki živijo v mestih. Rešitev, ki jo je zasnoval, je prijazna ljudem, mestu in okolju, saj je neposredni odgovor na problem transporta z avtomobili, ki je eden glavnih onesnaževalcev okolja.« Mobilna aplikacija, s katero lahko uporabniki nastavljajo moč motorja in spremljajo svojo hitrost, »preučuje [tudi] kolesarske navade«, ki jih lahko delite s svojimi prijatelji ali z mestnimi uradniki, da jih »bodo lahko uporabili za oblikovanje boljše kolesarske infrastrukture«. Tako boste »ostali v stiku s svojo kolesarsko skupnostjo in pomagali ustvariti bolj živa mesta« (Spletni vir 17; Spletni vir 18).

Kot Blaž Bajič (2015) ugotavlja za umetnine t. i. kraftejev, sodobnih rokodelcev, tudi izdelki ustvarjalcev s področja trajnostne mobilnosti »predstavljajo objektivacije individualnih in kolektivnih vrednot« in tako utelešajo tisto, »kar [izdelovalci] v svojih očeh so oziroma [...] bi želeli biti«; taki »dobri izdelki« z »zgodbo« – tj. trajnostni, ekološki, etično izdelani, koristni za skupnost, s pošteno ceno za vse – pa naj bi nadomestili »škodljivost in popolno nesmiselnost« potrošništva (Bajič 2015, b. n. s.).

Trajnostna (ekonomska, okoljska in socialna) osveščenost je sicer utemeljena tudi v novejših strategijah za razvoj kulturnih in ustvarjalnih industrij (glej na primer Zelena knjiga – Izkoriščanje potenciala kulturnih in ustvarjalnih industrij 2010), vendar pa v njih ta kategorija gospodarstva praviloma temelji na razumevanju ustvarjalnosti kot inovacije in kot domene nadarjenih posameznikov, s čimer se ustvarjalnosti odreka procesualnost in umeščenost v družbeni prostor, v katerem prihaja do interakcije družbenih akterjev prek različnih meja – med disciplinami, družbenimi skupinami, prostori, deželami, epistemologijami, metodami, organizacijami, načini komunikacije in ne nazadnje prek osebnih meja (Wilson 2010: 373). Kot taka pa je ustvarjalnost družbeno izključujoča (prim. Adam 2013; Oakley 2006) – in tako vsaj v socialnem smislu netrajnostna – saj ne priznava ustvarjalnega potenciala marginaliziranih, na primer priseljencev, revnejših, manj izobraženih, ne nazadnje tudi posameznikov, ki delujejo zunaj kulturnih in ustvarjalnih industrij, in spregleda njihov prispevek h gospodarskemu razvoju. V teoriji se tega zavedajo tudi nosilci moči – »Čeprav tovrstne iniciative mnogokrat niso razumljene kot tradicionalne KKI [kulturne in kreativne industrije], so izjemno pomembne za delovanje družbe v celoti. S tem ustvarjajo tudi primerno okolje za nastanek in razvoj KKI« (Breznik idr. 2011: 17) – v praksi pa se jih bolj ali manj diskriminira, saj so spodbude namenjene zgolj subjektom, ki imajo registrirano »pravo« dejavnost, torej tako, ki sodi v kategorijo ustvarjalnega gospodarstva. Kako torej posamezniki in skupine izven ustvarjalnega sektorja posredno podpirajo ustvarjalno gospodarstvo (v povezavi s kolesarjenjem)?

3 Ang. *coworking*.



V skupnostni delavnici v pritličju Kreativne cone Šiška njeni uporabniki razstavljajo kolesa, opremo in rezervne dele za prodajo, svetujejo pri nakupu in uporabi koles, jih izdelujejo in popravljajo ter snujejo dogodke za promocijo svoje dejavnosti in kolesarjenja, nove izdelke in prodajne strategije.
Foto: Saša Poljak Istenič, 27. januar 2015.



Kafetna postaja v Šiški mimoidočim kolesarjem ponuja kavo v embalaži, ki si jo lahko obesijo na krmilo kolesa in odpeljejo s seboj.

Foto: Saša Poljak Istenič, 6. oktober 2015.

Kolo kot akter družabnih dogodkov – in (potencialnih) družbenih sprememb

V Ljubljani je konec leta 2011 zaživela Kreativna cona Šiška. Posamezni ustvarjalci in dve interesni skupini, skupina industrijskih oblikovalcev RomPom in kolesarsko društvo Muslauf, so za svoje delo(vanje) in dogodke najeli, obnovili in pografitirali 150 let staro stavbo ob Celovški cesti. Kolesarsko društvo je v njej uredilo skupnostno kolesarsko delavnico Musverks, kjer si lahko kolesarji sami popravijo kolo ali ga izboljšajo z novimi ali starimi deli, njeni uporabniki – ki sicer delujejo v več društvih, skupinah, povezavah, organizacijah, podjetjih, pod različnimi imeni in znamkami – pa se sicer (razen s popravili in svetovanjem) ukvarjajo z izdelavo koles po naročilu, fiksiji, tricikli in obnovo starih koles. Aprila 2014 so dejavnosti dodali trgovinski del in prostore začeli deliti z do tedaj spletno kolesarsko trgovino PiciBici, ki je specializirana za prodajo bolj »butičnih« koles, sestavljenih po meri uporabnika, kolesarskih delov in opreme. V začetku leta 2015 so trgovino in delavnico preimenovali v Kolesarski butik.

Enako kot predstavniki ustvarjalnih industrij tudi oni prisegajo na »zgodbo«, čeprav v nekoliko drugem smislu; njihova zgodba je kolesarstvo (oziroma, specifično, urbano kolesarstvo, ki ga razumejo kot življenje s kolesom namesto avta), ki naj bi bilo pomembnejše od posameznikovega ega. Zato na različne načine podpirajo (predvsem urbano) kolesarsko (sub)kulturo in na ta način prispevajo k razvoju (s kolesarjenjem povezanih, pa tudi drugih) ustvarjalnih industrij:

Saj ta individualizem, se mi zdi, da je dosti tako, da nam je bil vcepljen bolj kot ne kaj drugega [...] In potem se je človek dosti bolj ubadal recimo s to zgodbo posameznika ali s tem egom posameznika kot pač dejansko z neko zgodbo, in meni

se zdi, da je potem nekako krivično to do zgodbe same. [...] Jaz tudi z vsem, kar delam, recimo, poskušam tudi promovirati druge ljudi oziroma tisto sceno, ki se meni zdi pomembna. In tako smo se nekako tudi z njimi [ekipo PiciBici] spoznali, pač ne vem, meni je vedno všeč videti nekoga, ki nekaj dobro dela, in se mi zdi škoda, da se to ne bi naprej nekako spromoviralo. Ker je pa toliko majhen ta svet naš oziroma tudi, ne vem, cela ta scena, da če nekako ne stopiš skupaj, si bolj z mlino na veter v boju skozi.

Tako na enem od svojih družabnih omrežij redno opozarjajo na druge ustvarjalce, ki so kakorkoli (lahko tudi naključno ali trenutno) povezani s kolesarjenjem, na primer na (sosednje) Kulturno-ekološko društvo Smetumet (zaradi SPORTaških torb iz recikliranega materiala) ali izdelovalce unikatnih oziroma posebnih koles Jaka Miheliča (Katabrank Bicycles), Marka Marovta (Markolo), Ajdo Fortuna in Tratar Bikes. Julija 2015 so v enem od bližnjih lokalov in na drugih lokacijah blizu svoje delavnice organizirali kolesarski dogodek Piči dalje, s katerim so »povzeli dogajanje na slovenski ulično-kolesarski sceni v zadnjem času in ovekovečili odprtje novih poglavij v zgodbah par inštitucij, ki so že vezane na kolesarstvo ali pa bodo to še postale«: priredili so ulično orientacijsko dirko s kolesi (alleycat), »turnir na valjarjih« in predvajali »kolesarske« filme (Spletni vir 19). Tako so med drugim proslavili odprtje Kafetne postaje v bližnjem lokal, začetek dostave pic s kolesi, ki jo je uvedla bližnja picerija, uradni začetek uporabe prednjega blatnika Musguard, odprtje ulično-kolesarskega (enodnevnega) muzeja in zagon unikatno oblikovane mobilne (samo)popravljalnice koles, ki so jo pod okriljem društva Muslauf izdelali v sklopu projekta Kina Šiška What's the deal – Festival urbanih kultur v gibanju. Poleg oblikovalca blatnika Musguard, torej enega od akterjev ustvarjalnih industrij, so na ta način skušali podpreti

in promovirati tudi druga lokalna (oziroma v tem primeru bolj ali manj četrtina) podjetja, saj: »Križa je prišla ravno zaradi tega, ker je denar tekel drugam. Če bi vsi na lokalnem nivoju kupovali in se podpirali, potem do tega ne bi prišlo.« Seveda pa »lokalnosti« ne razumejo samo kot Šiške ali Ljubljane, pač pa prisegajo na »slovensko« ali »evropsko« gošpodarstvo, če je le ozaveščeno:

[V] bistvu na nek način pride do nekega tega hinavskega trenutka, kjer vsi ful deklarativno govorijo, da vsi delamo zeleno, da delamo z naravo, po drugi strani pa ne razmišljajo trajnostno, ker ni trajnostno to, da se ti voziš s kolesom, toliko, kolikor je trajnostno, da ti na nek način tudi razbremenijo okolje za en avto in za proizvodnje desetih drugih koles za obdobje, ne vem, petih let. [...] In v to žal pade tudi to instant kolesarstvo, ki se je sedaj razvilo. Tako da na nek način je mogoče tudi tisto, kar mi poskušamo narediti, je glih to ljudem razložiti, to trajnost dobrega produkta. Se pravi, ne produkta, ki ga je nekdo pač poslikal in 3D sprintal na Kitajskem in je zato ful poceni, ampak to neko evropsko obrtništvo. Ker to je tisto, kar je Evropa vedno znala, in to je nekaj narediti z rokami in biti obrtnik.

Za promocijo svojega podjetja in ozaveščenega kolesarjenja na splošno se redno udeležujejo tekem v ciklokrosu pod okriljem Kolesarske zveze Slovenije. Vendar pa ne pristajajo na vse tehnološke zahteve organizatorjev niti na tekmovalnost in individualizem, ki sta značilna za ta šport, pač pa sledijo svojim življenjskim idealom – trajnostni naravnosti, družbenemu vključevanju, solidarnosti – za katere verjamejo, da so ključni dejavniki (tudi za poslovni) uspeh. Član ekipe PiciBici Jernej Stibilj je tako leta 2015 z železnim kolesom na eno samo prestavo postal državni prvak v ciklokrosu pri moških od 19 do 40 let, hkrati pa je (v isti kategoriji) osvojil tudi Pokal Slovenije. Njegova ekipna kolega sta v pokalni razvrstitvi pobrala drugi najvišji mesti, medtem ko je bil drugi redni uporabnik kolesarske delavnice Bor Čeh, ki je vozil pod znamko Retro Rats, na kolesu iz leta 1936 peti na državnem prvenstvu 2015 in šesti v skupnem seštevku. S temi rezultati, ki so jih dosegli na kakovostnih kolesih brez zadnjih tehnoloških inovacij, po njihovem mnenju

[...] glih spodbiješ tisto logiko, da pač mora biti karbonski okvir s ful prestavami, zadnja stvar, ki je prišla ven, drugače nisi dober. Če bom imel bicikel [težak] več kot pol kile kakor lanski model, mislim, da ne bo lažji pol kile kakor lanski model, potem ne boš mogel iti v hrib. Ni res. To upamo mi ljudem povedati, da je bolj pomembno kakor to, da boš ti tam si zbijal grame pa, ne vem, si meril vate, da si boš kupil bicikel, ki bo dolgo s tabo in boš na njem užival.

Kolesarska zveza Slovenije sicer – razen z dirkami v različnih kolesarskih disciplinah (cestne, gorske, ciklokros, na velodromu ipd.) – (splošno) kolesarsko kulturo spodbuja tudi z raznovrstnimi dogodki, na primer v sklopu gibanja Slovenija kolesari, ki omogočajo »nepozabna doživetja, tekmovalne užitke, druženja in nova poznanstva« pa tudi spoznavanje dediščine in »lepote naše dežele« (Spletni vir 20). Da

kolesarjenje nudi posebne užitke pri spoznavanju krajev in kultur, dokazujejo tako krepitev kolesarskega turizma – tega Eurostat sicer ne spremlja, a trendi kažejo na velik porast, pa tudi Slovenska turistična organizacija že desetletje razvija turistični produkt kolesarjenje v Sloveniji – kot tudi pričevanja kolesarjev:

Meni je bilo odkrivanje Ljubljane na kolesu, mi je bil čisti vau. [...] Ampak to, da se kar naenkrat pelješ, ja, imaš veter v laseh, gledaš gor, kako pač te slike mimo tebe gredo. Si v enem drugem filmu, meni je bilo to, včasih, ko sem imela tukaj vsega dosti pa sem rabila pač se malo umirit, sem se usedla na kolo pa sem naredila en giro, to pač je nekaj totalno novega zame.

Tako si na primer v Ljubljani lahko turisti in drugi, ki želijo mesto raziskovati s kolesom, pri Turizmu Ljubljana najamejo t. i. ljubljansko kolo, in ta ponudba je vključena tudi v ugodnosti Turistične kartice Ljubljana.

Eden od dogodkov gibanja Slovenija kolesari v Ljubljani je bil Kolesarski festival 2014, v sklopu katerega sta antropologinja Nina Vodopivec in arhitektka Sonja Ifko vodili kolesarsko turo po sledovih industrijskih zgodb Adijo, tovarna. Cilj tega izleta je bila predstavitev ljubljanske industrijske dediščine udeležencem, namen njegovih vodij pa tudi odpiranje prostora za razmišljanje, kakšen dostop imajo do te dediščine različni družbeni sloji, še posebej nekdanji delavci; kolo je bilo tako zgolj sredstvo za hitrejšo potovanje med izbranimi petimi nekdanjimi tovarnami. Vendar pa je po ugotovitvah antropologinje kolesarjenje dogodku dodalo nepričakovane razsežnosti:

Že takoj na začetku pač je bilo zelo dobro vzdušje in mi je zelo zanimivo, da so prišle različne generacije, in tisti, ki so delali včasih, in pač ful mlajši. In nekako se mi zdi, da se je neka dinamika vzpostavila tudi med ljudmi, ki so začeli že takoj na začetku sodelovati, in potem to, da se usedeš na kolo in se odpelješ, se mi zdi, da pač nekako, kako se reče, krepiti ta filing. [...] Pa vsekakor je dobro, da, a veš, če neka debata se razvname, da do druge točke ni predolgo, ker potem popusti v bistvu tista energija in mogoče v tem smislu tudi ta povezovalna moč te skupine, tako da dinamiko drži. Ker potem so se recimo na Pletenini, smo bili že tako povezani med sabo, to je bila četrta postaja, da smo se tam vsi skupaj slikali [fotografirali s kolesi].

Oživljanje javnih prostorov s kolesarskimi dogodki in dejavnostmi je bila tudi glavna ideja ustanoviteljev urbane kolesarskega društva Muslauf, pri čemer so njegovi člani skušali zasnovati izvirne, avtorske dogodke, kot sta kolesarjenje s posebnim kolesom po Ljubljani in festival Musfest, ali izdelke, kot so Musmate in Musmeta – brezalkoholne pijače iz metinega in čaja mate za »zdrav duh v zdravem telesu«. Kot pravi njegova članica:

In smo iz tega čisto tako naredili neko druženje, popolnoma nekomercialne narave, imeli smo tako in tako ekipo oziroma skupnost nekih ljudi in smo švasali in več jih je imelo ideje, nekdo je znal muziko vrtet in smo se enostavno dobili in se mi je zdelo že s tega vidika, vsaj meni osebno, to tudi zelo zanimiv



Bor Čeh je lastnik več triciklov, s katerimi po Ljubljani prevažata tovor, je pa na kolesa postavil tudi peč.

Foto: Saša Poljak Istenič, 27. januar 2015.

projekt. Čeprav je bil čisto tako po domače narejen, če se smem [tako izraziti], nekomercialno, ampak, recimo, ta trenutek nekega zavzemanja nazaj javnih površin, na katere smo pozabili.

Vendar pa urbani kolesarji (v pomenu subkulture) ugotavljajo, da izključno kolesarski dogodki, ki nimajo drugih ciljev (kot sta na primer zbiranje sredstev za bolne ali izlet po poteh kulturne dediščine) oziroma dodatnih dejavnosti (na primer za otroke), ne privabijo ljudi izven ustaljenih kolesarskih skupnosti, ker »striktno je samo kolesarstvo in je za ljudi, ki znajo kolesarstvo pogledati, mogoče deloma z ene malo ironične plati, ampak še zmeraj s srcem.« In to kljub deklarirani odprtosti do drugih: »Smo imeli kolesarsko identiteto in to je bila vedno naša skupna točka, ampak ta skupna točka pa nikoli ni bila izključujoča do drugega. Vedno vsi vabljeni.« Ravno zaradi poudarjanja »kolesarske identitete« urbanih kolesarjev priložnostni oziroma ljubiteljski kolesarji ugotavljajo, da je »biti kolesar pri nas statement«, in celo zavračajo oznako kolesar; marsikdo tako reče, da je le »človek, ki vozi kolo«. Za privabljanje takih urbanih kolesarji svoje dogodke občasno vključijo v festivale ali javne prireditve drugih organizatorjev oziroma poskrbijo za dejavnosti, ki niso nujno povezane s kolesarstvom, na primer delavnice za otroke ali za zabavo ob glasbi, in ponudijo storitve, ki so zanimive tudi za priložnostne kolesarje, kot so manjša popravila koles:

Tako da če smem izpostaviti ta Musfest, to je bil tudi naš dogodek, ki se je zgodil dve leti zapored, in mi smo vedno komunicirali, da je to odprte narave, to smo organizirali v parku Tabor in lanskoletna tematika, torej, v letu 2014 je bila rdeča nit festivala zavzemanje nazaj javnih površin. In ponovno sredi dneva, ozaveščanje, pojdimo nazaj v parke, in smo organizirali in pobarvanke za majhne otroke, servis koles na podlagi čisto prostovoljnih prispevkov, spet zaradi neke te družbene odgovornosti. Ljudem ponuditi neko kvaliteto družnje, glede na to, v kakšnih časih tudi živimo.

In čeprav jim udeležanje družbenega vključevanja ne uspe vedno – kot opozarjajo nekateri, s takimi dogodki pravzaprav gentrificirajo prostor⁴ (prim. tudi Bajič 2015) – s svojimi dejanji osveščajo javnost o tem, kakšna bi lahko bila boljša (bolj osveščena, trajnostna) družba:

Saj od nas praktično noben nima avta. Vsi komutamo skoz, če ti počiva guma in je ne moreš zamenjati, greš pa peš ali pa z avtobusom. Recimo že ta potem [kolesarska] mentaliteta, ki je nekako postavljena v ozadje [dogodkov], ampak tudi to se z mojega vidika zdi velik doprinos, da ljudi ozaveščaš, kaj pomeni že to, da se vsedeš na kolo pa si širi do pet mesecev v lepih mesecih na kolesu. Mi smo skoz.

Morda to idejo še najbolj nazorno živi Bor Čeh, sicer dejaven član raznovrstnih društev in skupin – tudi društva Muslauf in »so-delavec« ekipe PiciBici – ki ne vozi »stvari, ki bi bila mlajša od mene« – niti po mestu, niti pri poslu ali v prostem času, ki je prav tako prežeto s kolesarjenjem; med drugim tekmuje v ciklokrosu in igra polo na kolesih. V glavnem se ukvarja z obnovo zelo starih koles – zato »da pokažemo in svetu na nek način in samemu sebi, da še vedno spoštujemo to, kar je starega« in da bi kolesa postala »večgeneracijski sopotnik« (Spletni vir 21) – in izdelavo triciklov (pod znamko Retro Rats) ter z dostavo domačega mleka, jajc, »tradicionalnega« kruha in po potrebi tudi česa drugega na triciklu (pod znamko Trostreščki). Čeprav je v ozadju dostave tudi spodbujanje uživanja zdrave, lokalno pridelane hrane – jajca in mleko so s predmestne kmetije, kruh pa iz pekarnice, ki uporablja tradicionalne načine pri-

4 Ravno v parku Tabor je leta 2014 na pobudo Infoshopa, »socialnega prostora za raziskovanje in razvijanje teorije ter prakse anarhističnih gibanj« (Spletni vir 22), potekal »samoorganiziran illegalen street-party« (Spletni vir 23), na katerem naj bi park »dekontaminirali gentifikatorske navlake s samoorganiziranim druženjem« (Spletni vir 24); po mnenju enega od enako mislečih je bila ta zabava legitimna, saj: »S privajanjem praks 'od spodaj' s strani nevladnih organizacij, ki za tri delovna mesta prodajo te prakse oblastnikom – jih za ta namen oukvirijo, institucionalizirajo in integrirajo v sistem po eni strani – po drugi strani pa prodajajo zgodbo o participaciji lepim meščanom, ki še zmeraj čakajo, da bo nekdo nekaj organiziral namesto njih. Politične prakse nevladne institucije zapakirajo v lepe trendovske izdelke in jim vzamejo politični naboj. Ko park postane prelep, da bi se v njem lahko udobno zadrževal klošar, ko postane ponoči preglašen in ga je potrebno zaklepati, ko se v njem začnejo dogajati lepi dogodki za uglajene meščane, v njem ni več prostora zame, pobalini se ne počutijo več udobno in niso edini, ki so iz javnega prostora na takšen način izrinjeni« (Spletni vir 24). – Zahvaljujem se Blažu Bajiču, ki me je opozoril na ta dogodek.

prave krušnega testa – je glavni motiv »*odpor proti temu sistemu*«, kjer prenizke odkupne cene pridelkov kmetom ne omogočajo preživetja. Zato Trostreški in druge dejavnosti pod različnimi imeni (znamkami), katerih »lastnik« ne želi biti del takega nepravilnega sistema, delujejo po načelih pravične trgovine in negujejo medčloveške odnose (tudi) z zvestobo svojim proizvajalcem.

Zadnjič se je zgodilo, kar mi je bilo tako najbolj simpatično na celem svetu, da mi je tam v vasi, tri hiše naprej od tega, kjer pač jajca jemljem, mi je eden ponudil, da lahko za pol cene zrihta. In je bilo tako, vau, a res tako v mikro sisteme gremo s tem nekim potrošništvom.

Upor proti sistemu, tj. »mainstreamovski« netrajnosti, potrošništvu, množičnosti, neetičnosti, neenakosti ipd., ki ga na tak ali drugačen način izražajo vsi ustvarjalni akterji s področja kolesarjenja (iz kategorije ustvarjalnih industrij in zunaj nje), pa je pravzaprav inherentni del identitete kolesarske subkulture – in tudi drugih, kot so na primer oblikovalci, t. i. kraftrji (sodobni rokodelci), arhitekti in na sploh večina drugih ustvarjalcev. Njihove identifikacije »temeljijo na vizijah in potencialih, [a] ne spodbijajo družbenega reda, do katerega zavzemajo (cinično) distanco, saj so te vizije in distance inherentne samemu obstoječemu družbenemu redu: spreminjanje, iskanje alternativ in potencialov je ohranjanje obstoječega reda« (Bajič 2015: b. n. s.). Ravno njihova »drugačnost« je namreč dobra strategija za privabljanje potrošnikov (prav tistih, ki jih sicer ne cenijo preveč), kar jim v sodobnem neoliberalnem sistemu zagotavlja preživetje in uveljavljanje na trgu – in v družbi.

Sklep

V šišenski enoti Mestne knjižnice Ljubljana je aprila 2015 stal tricikel s posajeno travo. Na steno blizu vhoda je bilo naslonjeno kolo očitno domače izdelave s pedali pred krmilom nad prednjim kolesom. Dva od informatorjev sta na dogovorjeno mesto pridvela s fiksijem (in eden je zamujal). Jaz sem bila pozna na sestanek, ker mi je mimoidoči (preveč) zavzeto razlagal izdelavo in prednosti bicikla z otroškimi kolesi, ki ga redno uporablja za vožnjo po središču Ljubljane. Od konca septembra 2014 je Ljubljana bogatejša za prvo tematsko kolesarsko pot – Obvodno pot po bregovih Ljubljane je z občino zasnoval Blaž Lokar iz društva Za mesto po dveh. Na Novem trgu stoji velikanska žoga z napisom Kolo ni za mehkužce, s katerim se nihče od kolesarjev ne strinja. Zavarovalnice ponujajo zavarovanje koles in kolesarjev. Kolesarske kulture v Ljubljani (in v Sloveniji) so torej zelo razvejane in vse močnejše, kar je posledica tako urbanističnih ukrepov mestne občine – urejanje kolesarskih stez od obrobja proti središču, zaprtje mestnega središča za motorni promet, vzpostavitev cenovno dostopne izposoje koles, če omenimo samo nekatere – kot akcij za popularizacijo kolesarjenja in v določeni meri tudi dejavnosti urbane kolesarske subkulture, ki jim kolesarstvo predstavlja način življenja.



Kolo domače izdelave pred šišensko enoto Mestne knjižnice Ljubljana.

Foto: Saša Poljak Istenič, 23. april 2015.

Ta subkultura je, kot ugotavljajo njeni člani, sestavljena iz ljudi, ki h kolesu pristopajo bolj s funkcionalnega vidika, in ustvarjalcev (tj. predstavnikov ustvarjalnih industrij), ki poudarjajo estetski vidik (Spletni vir 25). Dogodki, ki jih prirejajo, sicer načeloma ne uspejo zajeti širše javnosti, zato pa sodelujejo v prireditvah drugih organizatorjev, ki v precejšnji meri povečujejo socialni in kulturni kapital mestnih prebivalcev in (v manjši meri) tudi njih samih. Ker jih družijo skupna ideja – kolesarjenje kot način življenja – dejanja akterjev, ki jih politika ne priznava kot del ustvarjalnih industrij, podpirajo tudi razvoj te veje gospodarstva, saj z njimi neposredno ali posredno oglašujejo izdelke ustvarjalcev, povečujejo privlačnost trajnostne mobilnosti – še posebej za mlajše generacije – in promovirajo (z rekreacijo povezan) zdrav način življenja. Poleg tega ustvarjalci potrebujejo tudi proizvajalce materiala, mehanike, tehnologe in druge ljudi z »neustvarjalnimi« poklici. Čeprav ima individualna nadarjenost pomembno vlogo v ustvarjalnosti, se brez podpore skupnosti torej praviloma ne more izraziti. K razvoju inovativnih izdelkov, uresničevanju novih poslovnih idej in k večji odmevnosti izdelkov (tj. k boljšim odnosom z javnostmi in trženju) bistveno pripomorejo sodelovanje s čim bolj raznolikimi ljudmi, tudi (ali celo predvsem) čez meje ustvarjalnih industrij, intenzivno mreženje, izmenjava (kroženje) idej in pa socialni kapital, ki si ga posamezniki pridobivajo z delom v skupini in se odraža v boljši psihološki podpori, njihovi večji prepoznavnosti in ugledu.

Socialni kapital »kolesarskih« podjetnikov zunaj kategorije ustvarjalnih industrij, ki skušajo zaslužiti dovolj za preživetje, povečujeta tudi delo za lokalno skupnost oziroma občutljivost za stiske posameznikov. Tako moji priporočevalci v lokalni skupnosti, kjer delujejo in ljudem z družbenega dna pogosto brezplačno popravljajo kolesa ali ta odkupijo za rezervne dele, svojih koles načeloma ne zaklepajo, saj imajo s tamkajšnjimi prebivalci dobre izkušnje: »*To je Šiška!*« mi je odvrnil eden od njih, ko sem ga povprašala,

zakaj pred lokalom, kjer sva se pogovarjala, ni zaklenil kolesa. Ko so ga enemu od njih ukradli in ga odvrkli v bližini, jih je o tem obvestila starejša prebivalka, prav tako pa se zanašajo na neformalno mrežo spletnih prijateljev, ki naj bi bila pri opazanju in vračanju ukradenih koles menda zanesljivejša od policije.

Po drugi strani pa je imelo prostovoljno delo – organizacija brezplačnih družabnih dogodkov, popravilo koles za prostovoljne prispevke ipd. – negativne učinke na njihov prihodek, saj so ljudje to hitro začeli izkoriščati:

A: In kakor se greš ti te neke socialne zadeve oziroma smo se jih mi šli, je bil to direkten kontra produkt, ker smo bili mi neki zastojkarji, ki rihtamo podrte bajke za nič denarja.

B: Potem te ljudje tako razumejo in potem naenkrat to rataš.

A: In potem je to problem, ker ti to rataš, in potem nekdo, ki bi hotel nekaj resnega, pride noter ali posevisirat neki proper bike in imaš ti tam goro nekih podrtij.

Kot ugotavljajo, »ni problem v ljudeh, ki nimajo, problem je v ljudeh, ki imajo in te ne cenijo,« in zato se kljub ohranjanju socialnega čuta in občasnemu prostovoljnemu delu najbolj posvečajo krepitvi ugleda svojih blagovnih znamk (trgovine, iniciativ), da bi si zagotovili redni mesečni dohodek, ki bi zadoščal za to, da bi si končno lahko »najel stanovanje zase in za svojo bejbo« oziroma bi živeli enako dobro kot ljudje v »rednih« službah. Zato iščejo druge načine za doseg gospodarske (pa tudi družbene) stabilnosti: kombinirajo več dejavnosti, razvijajo nove oblike oglaševanja (pripravljajo dogodke, pišejo bloge, uporabljajo družabna omrežja, snemajo promocijske filme, zanašajo pa se tudi na to, da »dober glas seže v deveto vas«) ter sodelujejo z najrazličnejšimi kolesarskimi navdušenci doma in v tujini.

Nestabilne gospodarske razmere torej sprožajo nevsakdanje družbene odzive, ki hkrati odsevajo in spodbujajo ustvarjalnost. To pa bi bolj kot inovacijo ali posameznikovo nadarjenost – na čemer temeljijo opredelitve ustvarjalnih industrij – morali razumeti kot »improvizirajoče vključevanje v oblikovalne procese« (Ingold 2010: 3), kar se je tudi v kolesarski kulturi pokazalo kot najuspešnejša preživetvena strategija: »Ti si imel možnost te ideje predebatirati z ljudmi, jih nadgraditi, dobiti kakšne nove ideje in potem reči, dajmo to narediti, kar je res dobro.« Za spodbujanje razvoja ustvarjalnih industrij bi politika torej morala opustiti izključujočo opredelitev te veje gospodarstva in upoštevati tudi akterje zunaj nje – predvsem pa ustvarjalnost razumeti kot skupinski proces oziroma dejavnost, katere glavni cilj morda ni izdelek sam po sebi, ampak družbeno sodelovanje, vključevanje in interakcija. To nam ne nazadnje dokazujejo tudi vse bolj priljubljene »skupnostne prakse« in »projekti skupnosti«, katerih rezultat je sicer »izdelek«, vendar pa je pot (tj. ustvarjanje izdelka) pomembnejša od cilja. V kontekstu tu predstavljene kolesarske zgodbe izdelki seveda niso nepomembni, saj so temelj posameznikove eksistence, po drugi strani pa do njih najbrž ne bi prišlo brez prostorov »so-dela«, različnih združenj in povezav, ki so omogočali in spodbujali nenehno izmenjavo

idej, medsebojno pomoč pri izvedbi in preskušanju izdelkov, družabnost in sodelovanje. Izdelki pa imajo ne nazadnje tudi družbene učinke: dobro kolo ali dodatna kolesarska oprema prebivalce spodbujata k bolj dejavnemu življenjskemu slogu in prispevata k čistejšemu okolju, mesto je s povečanjem števila kolesarjev postalo živahnije, ljudje pa pogosteje sodelujejo pri urejanju urbanih prostorov in dajejo pobude za uvedbo novih vsebin.

Literatura

ADAM, Alja: Koncept kreativnosti, neenakost spolov in položaj inovatorov v Sloveniji. *Teorija & praksa* 50 (3–4), 2013, 482–502.

ALDRED, Rachel: Governing transport from welfare state to hollow state: The case of cycling in the UK. *Transport Policy* 23, 2012, 95–102.

ALDRED, Rachel: Incompetent or too competent? Negotiating everyday cycling identities in a motor dominated society. *Mobilities* 8 (2), 2013, 252–271.

ALDRED, Rachel in Katrina Jungnickel: Matter in or out of place? Bicycle parking strategies and their effects on people, practices and places. *Social & Cultural Geography* 14 (6), 2013, 604–624.

BAJIČ, Blaž: Ustvarjanje prostorov ustvarjalnosti: Sodobni rokodelski sejmi v Ljubljani kot produkcija lokalnosti. *Traditiones* 44 (3), 2015, 149–170. DOI: 10.3986/Traditio2015440308.

BASSETT, David R. Jr., John Pucher, Ralph Buehler, Dixie L. Thompson in Scott E. Crouter: Walking, cycling, and obesity rates in Europe, North America, and Australia. *Journal of Physical Activity & Health* 5 (6), 2008, 795–814.

BOLE, David: Cultural industry as a result of new city tertiarization / Kulturna industrija kot odraz nove terciarizacije mest. *Acta geographica Slovenica* 48 (2), 2008, 255–276.

BREZNIK, Maja, Lilijana Stepančič, Brigita Lipovšek, Helena Pivec, Majda Širca in Blanka Tivadar: *KKIPS: Kulturne in kreativne industrije po slovensko*. Ljubljana: Ministrstvo za kulturo, 2011.

BROVINSKY, Boris: Rog – največji slovenski izdelovalec koles vseh časov. V: Boris Brovinsky (ur.), *Dve kolesi in par nog*. Bistra pri Vrhniki: Tehniški muzej Slovenije, 2010, 87–105.

COX, Peter (ur.): *Cycling cultures*. Chester: University of Chester Press, 2015.

CUPPLES, Julie, in Elisabeth Ridley: Towards a heterogeneous environmental responsibility: Sustainability and cycling fundamentalism. *Area* 40 (2), 2008, 254–264.

DALEY, Michelle, in Chris Rissel: Perspectives and images of cycling as a barrier or facilitator of cycling. *Transport Policy* 18 (1), 2011, 211–216.

EHRlich, Kornelia: Creative city Ljubljana? Europeanization processes at the "edge". *Ethnologia Balkanica* 15, 2011, 107–115.

EHRlich, Kornelia: Conflicting visions of urban regeneration in a new political and economic order: The example of the former bicycle factory Rog in Ljubljana, Slovenia. *Anthropological Journal of European Cultures* 21 (2), 2012, 68–88.

- FINCHAN, Ben: Balance is everything: Bicycle messengers, work and leisure. *Sociology* 42 (4), 2008, 618–634.
- FLORIDA, Richard L.: *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books, 2002.
- FLORIDA, Richard L.: *The great reset: How new ways of living and working drive post-crash prosperity*. New York: Harper, 2010.
- GREEN, Judith, Rebecca Steinbach in Jessica Datta: The travelling citizen: Emergent discourses of moral mobility in a study of cycling in London. *Sociology* 46 (2), 2012, 272–289.
- HOWKINS, John: *The creative economy: How people make money from ideas*. London: Penguin Books, 2002.
- INDERGAARD, Michael, Andy C. Pratt in Thomas A. Hutton (ur.): Creative cities after the fall of finance. *Cities* 33, 2013.
- INGOLD, Tim: *Bringing things to life: Creative entanglements in a world of materials*. Manchester: University of Manchester, 2010.
- JENSEN, Anne: Controlling mobility, performing borderwork: Cycle mobility in Copenhagen and the multiplication of boundaries. *Journal of Transport Geography* 30, 2013, 220–226.
- KIDDER, Jeffrey L.: "It's the job that I love": Bike messengers and edgework. *Sociological Forum* 21 (1), 2006, 31–54.
- KOLAR, Blaž, Ana Levstek, Maja Mastnak, Marina Mršnik, Sara Muren, Aleš Rode, Brina Stare, Katra Šenica in Lena Šorli: *Pomen aktivnega transporta v promociji telesne dejavnosti*. Seminar. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Medicinska fakulteta, Katedra za javno zdravje, 2011.
- KOZINA, Jani, David Bole, Janez Nared, Lucija Lapuh in Jernej Tiran: *Razporeditev ustvarjalnosti v izbranih občinah Ljubljanske urbane regije: Končna različica raziskave*. Ljubljana: ZRC SAZU, Geografski inštitut Antona Melika, 2014.
- KOZINA, Jani, in David Bole: Agglomeration of bohemians across different spatial scales in Slovenia. V: Monika Murzyn-Kupisz in Jaroslaw Dzialek (ur.), *The impact of artists on contemporary urban development in Europe*. Springer, 2016, v pripravi.
- KOZOROG, Miha: Živali, varovano območje in rekreacija v naravem okolju: Teoretske in praktične variante s samopremislekom. *Traditiones* 44 (1), 2015, 179–196. DOI: 10.3986/Traditio2015440106.
- KOZOROG, Miha, in Saša Poljak Istenič: The challenges for responsible recreation in the protect area of Triglav National Park: The case of mountain bikers. *Academica Turistica* 6 (1), 2013a, 71–80.
- KOZOROG, Miha, in Saša Poljak Istenič: Triglavski narodni park v horizontu rekreacijskega avanturizma. *Traditiones* 42 (2), 2013b, 105–126.
- KUIPERS, Giselinde: The rise and decline of national habitus: Dutch cycling culture and the shaping of national similarity. *European Journal of Social Theory* 16 (1), 2013, 17–35.
- LANDRY, Charles: *The creative city: A toolkit for urban innovators*. London: Earthscan, 2000.
- LAPUH, Tadeja: *Kolesarjenje kot dejavnik trajnostnega razvoja v Kranju*. Seminar. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta, Oddelek za geografijo, 2012.
- McCARTHY, Deborah: "I'm a normal person": An examination of how utilitarian cyclists in Charleston South Carolina use an insider/outsider framework to make sense of risks. *Urban Studies* 48 (7), 2011, 1439–1455.
- MUROVEC, Nika in Damjan Kavaš: *SWOT analysis: Status of the creative industries in Ljubljana*. Ljubljana: Inštitut za ekonomske raziskave, 2010.
- OAKLEY, Kate: Include us out: Economic development and social policy in the creative industries. *Cultural Trends* 15 (4), 2006, 255–273.
- POLJAK ISTENIČ, Saša, in Miha Kozorog: Constructing a protected area as an adventurescape: The case of Slovenia's Triglav National Park. *Ethnologica Fennica* 41, 2014, v tisku.
- PORI, Maja, in Boris Sila: S katerimi športnorekreativnimi dejavnostmi se Slovenci najraje ukvarjamo? *Šport: Revija za teoretična in praktična vprašanja športa* 58 (1–2), 2010, 105–107.
- RICK, Oliver James Collard: *Cycling the city: Locating cycling in the continued (re)structuring of North American cities*. Doktorska disertacija. College Park: University of Maryland, 2014.
- SCOTT, Allen J.: Creative cities: Sonceptual issues and policy questions. *Journal of Urban Affairs* 28 (1), 2006, 1–17.
- STEHLIN, John: Regulating inclusion: Spatial form, social process, and the normalization of cycling practice in the USA. *Mobilities* 9 (1), 2014, 21–41.
- TOLLEY, Rodney (ur.): *The greening of urban transport: Planning for walking and cycling in Western cities*. Chichester: John Wiley & Sons, 1995.
- URŠIČ, Matjaž: Urban cultural revitalisation from the "top-down": Hidden cultural assets in the renovation of former Rog factory / Revitalização cultural urbana "de cima para baixo": Bens culturais escondidos a reabilitação da antiga Fábrica Rog. *Revista crítica de ciências sociais* 99, 2012, 141–166.
- URŠIČ, Matjaž: Značilnosti prostorske porazdelitve kreativnih dejavnosti v Ljubljani in ljubljanski regiji. *Acta geographica Slovenica* 56 (1), 2016, v pripravi.
- VAN DUPPEN, Jan, in Bas Spierings: Retracing trajectories: The embodied experience of cycling, urban sensescape and the commute between "neighbourhood" and "city" in Utrecht, NL. *Journal of Transport Geography* 30, 2013, 234–243.
- VREUGDENHIL, Roger, in Stewart Williams: White line fever: A sociotechnical perspective on the contested implementation of an urban bike lane network. *Area* 45 (3), 2013, 283–291.
- WILSON, Nick: Social creativity: Re-qualifying the creative economy. *International Journal of Cultural Policy* 16 (3), 2010, 367–381.
- ŽAUCER, Tadej, Marko Peterlin, Matjaž Uršič, Petra Očkerl in Tatjana Marn: *Kreativna urbana regeneracija: Priložnosti v ljubljanski urbani regiji*. Ljubljana: Inštitut za politike prostora, 2012.

Spletni viri

Spletni vir 1: MMC RTV SLO: Vsi na kolo, za zdravo telo: Pa še vinjete ne potrebujete, 20. 9. 2013; <http://www.rtvlo.si/sport/rekreacija/vsi-na-kolo-za-zdravo-telo-pa-se-vinjete-ne-potrebujete/102299>, 17. 8. 2015.

Spletni vir 2: Pripelji srečo v službo; http://www.pripeljisreco-vsluzbo.si/o_projektu.php, 22. 6. 2015.

Spletni vir 3: FLORIDA, Richard L.: America's top cities for bike commuting: Happier, too, 22. 6. 2011; <http://www.theatlantic.com/national/archive/2011/06/americas-top-cities-for-bike-commuting-happier-too/240265/>, 19. 8. 2015.

Spletni vir 4: Izar Lunaček: To je Izarjev blog. *Delo.si*, 15. 4. 2015; <http://www.delo.si/mnenja/blogi/to-je-izarjev-blog.html>, 19. 8. 2015.

Spletni vir 5: Pasti za kolesarje v Ljubljani, 26. 6. 2012; <http://www.kolesarji.org/pasti/>, 11. 11. 2015.

Spletni vir 6: Pasti za kolesarje v Ljubljani – seznam sprememb, 26. 6. 2012; <http://www.kolesarji.org/pasti/arhiv/index.htm>, 11. 11. 2015.

Spletni vir 7: Z Bicik(LJ)i opravili za 680.000 ur voženj; <https://abo-ljubljana.cyclocity.fr/Bilten/Novice/Z-Bicik-LJI-i-opravili-za-680.000-ur-vozenj-13.1.2015>, 20. 8. 2015.

Spletni vir 8: Environment: Ljubljana European Green Capital 2016; <http://ec.europa.eu/environment/europeangreencapital/wp-content/uploads/2014/04/EGCA-winning-city-2016-Ljubljana-F01.pdf>, 13. 1. 2015.

Spletni vir 9: The Copenhagenize Index 2015 – Ljubljana, Slovenia; http://copenhagenize.eu/index/13_ljubljana.html, 11. 8. 2015.

Spletni vir 10: ECF Cycling barometer: Denmark advocates conquer the first place in spite of Netherland's supremacy on cycling use; <http://www.ecf.com/ecf-cycling-barometer/>, 22. 6. 2015.

Spletni vir 11: MREVLJE, Neža: Je Slovenija do kolesarjev prijazna država? *Siol.net*, 19. 5. 2015; http://www.siol.net/trendi/potovanja/novice/2015/05/slovenija_z_7_mestu_na_levstvi_do_kolesarjev_prijaznih_evropskih_drzav.aspx, 22. 6. 2015.

Spletni vir 12: Programme partners – Poligon Creative Centre: "CrowdFinding": The empowerment of the local community; <http://www.viennadesignweek.at/archive.php?id=1033>, 10. 11. 2015.

Spletni vir 13: Tratar Bikes: Wooden bicycles carved for the perfect ride; <https://www.kickstarter.com/projects/142563967/tratar-bikes-wooden-bicycles-carved-for-the-perfec?ref=city>, 22. 6. 2015.

Spletni vir 14: KUPEC, Blažej: Janez Tratar na Kickstarterju išče podpornike za leseno kolo, 2. 12. 2014; <http://www.startaj.si/8813778/Janez-Tratar-na-Kickstarterju-i%C5%A1%C4%8De-podpornike-za-leseno-kolo>, 22. 8. 2015.

Spletni vir 15: OLAF scooters put a spin on your usual commuting experience; <https://www.kickstarter.com/projects/1924354703/olaf-scooters/description>, 1. 9. 2015.

Spletni vir 16: Olaf FAQ; <http://www.olaf-scooter.com/faq/>, 1. 9. 2015.

Spletni vir 17: FlyKly Smart Wheel; <https://www.kickstarter.com/projects/flykly/flykly-smart-wheel/description>, 1. 9. 2015.

Spletni vir 18: BORŠTNIK, Maja: Slovenski FlyKly Smart Wheel na Kickstarterju! 16. 10. 2013; <http://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/flykly-smart-wheel-na-kickstarterju>, 1. 9. 2015.

Spletni vir 19: Piči dalje; <http://blog.pici-bici.com/post/124563903869/piči-dalje>, 3. 9. 2013.

Spletni vir 20: 2015 Slovenija kolesari; http://www.kolesarska-zveza.si/files/01_kzs/novice/2015/zlozenka-2015-zadnja-verzija-rev-miki.pdf, 3. 9. 2015.

Spletni vir 21: Ljubljana's bike scene 5/5: Custom bike builders (re-usage, personalization, design) [video], 29. 9. 2014; <https://vimeo.com/107513898>, 3. 9. 2015.

Spletni vir 22: A-Infoshop; <http://a-infoshop.blogspot.de/>, 11. 11. 2015.

Spletni vir 23: Illegalni street party; <https://www.facebook.com/a.infoshop/photos/a.310717539968.42335.76648819968/10150439266849969/?type=3&permPage=1>, 11. 11. 2015.

Spletni vir 24: Prostor brez rož; <https://www.facebook.com/a.infoshop/photos/a.310717539968.42335.76648819968/10150441261774969/?type=3&permPage=1>, 11. 11. 2015.

Spletni vir 25: Ljubljana's bike scene 4/5: PiciBici – bicycle boutique (DIY & style vs. function) [video], 6. 9. 2014; <https://vimeo.com/105422473>, 3. 9. 2015.

Viri

Regionalni razvojni program Ljubljanske urbane regije 2007–2013. Ljubljana: RRA LUR, 2007.

Regionalni razvojni program Ljubljanske urbane regije 2014–2020. Ljubljana: RRA LUR, 2015.

Resolucija o Nacionalnem programu za kulturo 2008–2011. Uradni list RS št. 35/2008.

Resolucija o Nacionalnem programu za kulturo 2014–2017. Uradni list RS št. 99/2013.

Strategija razvoja kulture v Mestni občini Ljubljana 2012–2015. Ljubljana: Mestna občina Ljubljana, 2012.

Strategija razvoja Slovenije 2014–2020 (osnutek). Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo, 2013.

Vizija Ljubljana 2025. *Ljubljana: Glasilo Mestne občine Ljubljana* 12 (8–9), september 2007.

Zelena knjiga – Izkoriščanje potenciala kulturnih in ustvarjalnih industrij. Bruselj: Evropska komisija, 2010.

Ustni viri

ANONIMNI kolesarji in kolesarke po Ljubljani, pogovori, Ljubljana, 2015.

BERTONCELJ, Janez: nekdanji koordinator za kolesarjenje v Mestni občini Ljubljana, intervju, Ljubljana, 12. 10. 2015.

BLAŽINA, Andrej: Kolesarski butik PiciBici, intervju, Ljubljana, 27. 1. 2015.

ČEH, Bor: Retro Rats, Trostreščki, Musverks in druge znamke, intervju, Ljubljana, 27. 1. 2015.

LOKAR, Blaž: Odbor mestnega sveta za urejanje prostora in urbanizem (Mestna občina Ljubljana) in društvo Za mesto po dveh, intervju, Ljubljana, 13. 4. 2015.

LOZIČ, Jurij: Musguard, intervju, Ljubljana, 23. 1. 2015.

ROME, Ana: Muslauf, intervju, Ljubljana, 28. 1. 2015.

SEPIČ, Tilen: Muslauf, intervju, Ljubljana, 28. 1. 2015.

VODOPIVEC, Nina: Inštitut za novejšo zgodovino, intervju, Ljubljana, 16. 4. 2015.

ŽEMVA, Gašper: Ljubljanska kolesarska mreža, intervju, Ljubljana, 15. 10. 2015.

Bicycle as an agent of creative urban regeneration

Health, environment, and economy are the principal topics of current European politics and also the principal highlights of scientific studies on cycling: it has a positive impact on health, is environmentally sustainable, and has a stimulating effect on economy. Since most people live in cities the promotion of cycling is closely associated with the construction of urban infrastructure and urban spaces in a way that promotes urban regeneration. Like many cities around the world, and particularly in an effort to obtain the title European Green Capital, Ljubljana has been in recent years intensively developing its cycling infrastructure and organizing various activities to promote cycling. All of this has contributed to the fact that as many as 12% of its residents use bicycle as a means of transport on a regular basis.

The changes in urban space and the resulting development of the cycling culture have triggered a relatively quick response from various artists and companies that have recognized sustainable mobility as a business opportunity. In recent years, Slovenia sees a growing number of designers and tradesmen who create and manufacture special, "boutique", and high-quality bicycles, cycling equipment, and accessories. Although representatives of the creative industries are more successful in the development of products and services, activities of individuals and businesses outside this branch

of economy intensively support the development of cycling. This increases the need for new products and services.

When promoting their products, both of these groups emphasize the values that allegedly separate them from neoliberal businesses and the impersonal mass production. On the one hand, this is their outlook on the world and on the other, a good marketing strategy. Other strategies to ensure survival or larger profits involve the combining of several types of activities; development of new types of advertising; and cooperation with different cycling enthusiasts. Intensive networking with diverse actors from different branches of economy strengthens their social capital, which in turn enables a greater circulation of ideas; assistance in the implementation and testing of new products; participation in various projects; and an improved social life. These are factors that strongly affect the development of innovative products and practices. In order to promote the development of creative industries politics should abandon the exclusive definition of this branch of economy and also consider actors that operate outside it. Most of all, it should perceive creativity as a collective process, an activity whose principal aim may not be the end product but rather social participation, integration, and interaction.

