

Lara KOROŠEC

# Gentrifikacija in artwashing

Mesto je živ organizem, ki se spreminja in raste s potrebami družbe. Svojo podobo oblikuje skupaj s prebivalci, njihovo kulturo in načinom življenja. Značaj mesta je torej tesno povezan z značajem njegovih prebivalcev, ki so v preteklih letih oblikovali značilno podobo kraja. Kaj pa se zgodi, ko v to mesto vstopita nova družbena skupina in kapital, ki v kulturi primarnih prebivalcev vidi možnost zaslужka? Odgovor je gentrifikacija. Kapital se s svojo prevlado nad avtohtonim prebivalstvom okoristi s kulturo, ki jo je zgradilo to prebivalstvo, ter pod pretvezo regeneracije območij sproži znatno višanje cen nepremičnin in življenjskih stroškov do te mere, da se mora prvotno prebivalstvo izseliti. Vrste kapitala in dejavnikov, ki povzročajo ta proces, je veliko, od mestnih politik do verig multinacionalk. V prispevku

se bom natančneje osredinila na vidik umetnosti, ki namerno ali nenamerno dviguje življenjski standard in privlačnost mest, naselij ali posameznih stavb, in to toliko, da lahko umetnosti rečemo gentrifikator, samemu pojavu pa proces artwashinga. Predstavila bom pionirske primere artwashinga in gentrifikacije iz tujine in Ljubljane in prikazala mogoče rešitve, s katerimi se lahko skupnost skupaj z umetniki upre gentrifikačijskim nameram kapitala.

**Ključne besede:** artwashing, gentrifikacija, umetnost, družbena nenekost, revitalizacija

## 1 Uvod

Gentrifikacija je urbani proces, pri katerem se starejše in manj razvite stavbe, naselja ali mesta spremenijo v dražje luksuzne zgradbe in predele za pripadnike srednjega in višjega družbenega sloja. Novi prebivalci se naselijo v prostore avtohtonega prebivalstva, ki je zaradi višjih življenjskih stroškov izrinjeno iz svojih domov. Vidik gentrifikacije je lahko pozitiven in negativen, saj na eni strani spreminja in oživlja mesto ter ga naseljuje z novimi prebivalci, sočasno pa revnejše prebivalce potiska na obrobje. S tem se ustvari prostor za ponovni razvoj mesta in prostor, ki izključuje avtohtone pripadnike. Presečišče teh dveh prostorov je prostor razrednega konflikta (Pelko, 2013). Zato je gentrifikacija le prostorski izraz razhajanja med nižjim in višjim družbenim razredom in ostrejša, kot je to razhajanje, opaznejša sta proces gentrifikacije in odziv nanjo (Inštitut za politike prostora, 2018). Gentrificirana območja so deležna demografskih, kulturnih, družbenih in prostorskih sprememb, ki običajno vodijo v monokulturnost s poenoteno arhitekturo, medtem ko zgodovinske stavbe skupaj s svojim pomenom propadajo (Briney, 2021).

Gentrifikacija se glede na svoj vzrok razlikuje od primera do primera. Najpogosteje se gentrifikacija pojavi na območjih nove urbane intervencije ali preнове, izboljšanja zelenih urbanih površin, mestnega prometa in sodobne infrastrukture. H gentrifikaciji veliko pripomorejo politike javnega sektorja za dvig zaostalih območij in zmanjšanje stopnje kriminala ter tudi

vse večja želja ljudi po urbanem življenjskem slogu in umeščanje novih programov, kot so kavarne, restavracije in velike trgovske verige (Cortright, 2019). Vse večja priljubljenost ulične umetnosti, urbanih prenov in ureditev se je zgodila z razvojem ter vse širšo uporabo spleta in družbenih omrežij. Tehnologija je omogočila hitro širjenje informacij in prepoznavnosti kulturno in vizualno zanimivih območij, s tem pa zvišala njihov ugled in privabila nove turiste in investitorje (Polson, 2022). Na razvoj gentrifikacije vpliva tudi tehnološka industrija, kar je na primer vidno v San Franciscu, kjer so tehnološki delavci preplavili mesto in izrinili skoraj vse obstoječe prebivalce (Carroll, 2015). Še en vidik gentrifikacije je turistifikacija, ki jo povzroči hitro širjenje turistične ponudbe v mestih in spreminjanje najemniških stanovanj v stanovanja za kratkoročni najem, ki jih na primer ponuja vedno bolj razširjena platforma Airbnb. Tak pojav spremeni strukturo in program mesta oz. po navadi ožjega mestnega jedra, tako da izpolnjuje potrebe turistov, ne pa prebivalcev mesta. S tem se manjša ponudba na trgu nepremičnin, cene rastejo in primarni prebivalci so se pogosto primorani odseliti iz središča mesta (Zgrinskić, 2019). Velik zagovornik gentrifikacije je bil ameriški teoretik Richard Florida, ki je obiskoval ameriške predstavnike lokalne oblasti in jim svetoval, naj mest ne regenerirajo z ustanavljanjem opernih hiš, stadionov, nakupovalnih središč ali ustvarjanjem ugodnih davčnih pogojev za velika podjetja. Predlagal je, naj v mestu spodbujajo umetniško in glasbeno sceno ter živahno kulturo

kavarn, s tem pa privabijo t. i. kreativni razred (ang. *creative class*), v katerega vključuje umetnike, tehnologe, istospolno usmerjene in glasbenike. Ta razred naj bi povečal kulturno produkcijo in gospodarsko rast območja, s tem pa počasi privabljal višji srednji sloj, ki bi začel vlagati v to območje in ga čez čas popolnoma regeneriral. V knjigi *The rise of the creative class* iz leta 2002 opiše različne kazalnike, ki omogočajo merjenje uspešnosti gentrifikacije mest. Uvede boemski kazalnik, gejevski kazalnik in kazalnik raznolikosti. Njegova teorija je bila v stroki zelo kritizirana, saj spodbuja družbeno neenakost, hkrati pa jo je veliko predstavnikov lokalnih oblasti in voditeljev uporabilo in mesta so postala žrtve lastnega uspeha (Wainwright, 2017).

Gentrifikacijo, na katero sem se osredinila v tem članku, povzroča umetnost, ki vstopa v mesta prek galerij, ateljejev, ulične umetnosti in različnih urbanih intervencij. Taki gentrifikaciji natančneje rečemo artwashing, pri njej pa interes kapitala namerno ali nenamerno uporablja umetniške prakse, da naredi prostor vizualno privlačnejši za bodoče investitorje srednjega in višjega razreda. Zaradi tega se dvignejo vrednosti nepremičnin, povečajo se privlačnost in prepoznavnost teh območij ter osnovni življenjski stroški. Ker si obstoječe revnejše prebivalstvo takega življenjskega standarda ne more več privoščiti, je na koncu izrinjeno in si mora novo življenje ustvariti na obrobju mesta (McIntosh, 2021). Proces artwashing vse pogosteje uporabljajo velika svetovna podjetja in vladne organizacije kot sredstvo za prekrivanje neetičnih dejanj in zlorab, hkrati pa tako umetnost spodbujajo, da bo funkcionalna in služila političnim in ekonomskim namenom, mesto pa prodala turistom in investitorjem (Billard, 2017).

## 2 Začetki gentrifikacije in artwashinga

Izraz gentrifikacija je leta 1964 prvič omenila britanska sociologinja Ruth Glass. V raziskavi je sprva opazovala spremembe v družbeni strukturi in na trgu nepremičnin v domači londonski soseski Islington, nato pa še v drugih soseskah Londona. Napisala je: »Drug za drugim je v številne četrti delavskega razreda vdrl srednji razred – višji in nižji /.../ Ko se ta proces gentrifikacije začne v okrožju, se hitro nadaljuje, dokler niso vsi ali večina okupatorjev delavskega razreda razseljeni in celoten socialni družbeni značaj okrožja spremenjen.« S tem je opredelila pojem gentrifikacije, kakor ga poznamo še danes (Glass, 1964, str. XVII).

Poimenovanje artwashing je novejši izraz, ki v slovenščini še nima ustaljenega prevoda. Dobesedno pomeni »pranje umetnosti«. Leta 2017 so izraz oblikovali protestniki okrožja Boyle

Heights v Los Angelesu, ki so protestirali proti prihodu sedemnajstih galerij v svojo sosesko. Prebivalci niso nasprotovali umetnosti, motila so jih pohlepna nepremičninska podjetja, ki so s pomočjo artwashinga izrinila lokalne trgovine in storitve in so z visokimi cenami nepremičnin območje pripravila za razvoj inteligentnejše demografske skupine (Dalley, 2018).

## 3 Vloga umetnikov pri ustvarjanju urbanih prostorov

Umetniki kot družbena skupina s svojo ustvarjalnostjo pomagajo soustvarjati identiteto kraja in skupnosti. Podajajo se v prenovi zasebnih stanovanj, trženje in lepšanje urbanih skupnosti s prepričanjem, da to počnejo v skupno dobro, učinek njihovih intervencij pa je lahko popolnoma drugačen. V splošnem ločimo tri načine participacije umetnikov pri ustvarjanju urbanih prostorov: parazitsko (ang. *parasitic*), pokroviteljsko (ang. *paternalistic*) in napredujoče (ang. *empowering*). Med seboj jih primerjamo po akterjih, njihovi motivaciji za urbano prenovu, organizaciji vpliva akterjev med seboj in rezultatu, ki ga dosežejo s posamičnim procesom. Pri prvem načinu parazitskega sodelovanja investitor in kapital vsiljujeta svoje cilje in vizije o prenovi območja, pri čemer obstoječo kulturno dediščino izkoriščata za lastne namene. Gre za vertikalni vpliv, pri katerem kapital pogojuje dejanja umetnika ter si tako prilasti urbane umetniške oblike in socialno-ekonomski kapital območja. Drugi način sodelovanja je pokroviteljski, ki je paradoksnost zasnovan, saj po eni strani koristi skupnosti, po drugi pa omejuje možnost sodelovanja njenih članov. V ta proces se vključijo neprofitne organizacije, prostovoljne skupine, lokalna oblast, umetniki, podjetja in natančno določeni člani skupnosti, ki jih v svojo korist izberejo oblast in investitorji. Motivacija teh organizacij in podjetij je po navadi občutek obveznosti in krivde, da morajo vlagati v skupnost in krepiti svoj ugled družbene odgovornosti. Umetniki in člani skupnosti sodelujejo, ker želijo pozitivno krepiti in razvijati območje, ne zaznajo pa prikritih namenov in politik glavnih akterjev. Vpliv sodelujočih je tako horizontalen in vertikalni, saj akterji delno že sodelujejo med sabo, vendar glavne organizacije in oblast še vedno vodijo in nadzirajo umetnike in druge izvajalce urbane prenov. S tem načinom dobimo kratkotrajne urbane rešitve, ki le malo koristijo skupnosti, veliko bolj pa kapitalu. Poznamo še napredujoče sodelovanje, pri katerem vsi člani skupnosti, neprofitne organizacije in umetniki sodelujejo med sabo s skupno vizijo o spremembi in napredku območja. Rezultat takega horizontalno organiziranega sodelovanja je vse večja možnost participacije skupnosti, pri čemer nastanejo dobre prakse urbane prenov, ki služijo vsem prebivalcem pri njihovih željah in zahtevah (Sheldon, 2015).

## 4 Oblike artwashinga

Glede na opisane vloge umetnikov lahko ločimo pet oblik artwashinga. Prva je korporativni artwashing (ang. *corporate artwashing*), pri katerem se vključujejo velike korporacije, ki uporabljajo umetnost, da se približajo javnosti, in kot orodje za odvratanje pozornosti od njihovega vedenja, ki je za skupnost škodljivo. Korporacije želijo javnost prepričati, naj jim zaupa in spregleda njihovo negativno plat, tako da podpirajo posamezne umetnike ali velike galerije. Pri drugi obliki gre za artwashing pod vodstvom investitorjev (ang. *developer-led artwashing*): ulična umetnost, namerno ustanovljene umetniške galerije in umetniški pop-up parki se uporabljajo kot investitorjevo sredstvo za regeneracijo novih stanovanjskih in infrastrukturnih objektov, ki prikriti namen družbenega čiščenja in spodbujajo razvoj nadstandardnih ureditev. Tudi lokalne oblasti lahko izvajajo artwashing (ang. *local authority-led artwashing*), ko si v nekem delu mesta zaželijo urbano prenavo ter k načrtovanju povabijo lokalne umetnike in skupnost, toda le zato, da dajo prebivalcem občutek zaupanja in jih pomirijo. V resnici pa lokalna oblast prikrito sodeluje v javno-zasebnem partnerstvu, katerega načrt uresničuje, na želje skupnosti in prebivalcev pa pozabijo. Naslednja od oblik je artwashing pod vodstvom umetnikov (ang. *arts-led artwashing*). Pri tej so dobičkonosni poslovni podvigi prikriti kot umetniške organizacije in galerije, ki rešujejo zapuščena območja ter ustanavljajo galerije in ateljeje za lokalne umetnike. S prenavo dvignejo vrednost prostorov, ki jih kmalu prodajo po precej višjih cenah od realne, umetnike pa pustijo brez delovnega prostora. Še zadnja in najbolj zastrašujoča oblika artwashinga pa poteka pod vplivom samih umetnikov (ang. *community artwashing*), ki se okoristijo s kulturo in tradicijo skupnosti in s svojo umetnostjo prodajo podobo kraja. To služi zunanjim organizacijam ali umetniku samemu, ki izkoristi zaupanje prebivalcev in njihove sanje o participativni regeneraciji območja (McIntosh, 2021).

## 5 Proces artwashinga gentrifikacije

Čeprav se zdi, da je proces gentrifikacije hiter in preprost, poteka v več stopnjah in postopoma ter lahko traja tudi več deset let. Prvo stopnjo, ki na začetku sploh ne kaže znakov gentrifikacije, imenujemo obstoječe stanje in na podlagi tega se sploh lahko razvijejo druge stopnje. Na tej stopnji območje naseljujejo avtohtoni prebivalci z lastno kulturo in tradicijo, ki daje mestu poseben značaj. Prebivalci so na svoje okolje čustveno navezani in ne čutijo nobene potrebe po spremembah. Taka območja, ki dajejo podlago gentrifikaciji in procesom artwashinga, so po navadi manj socialno-ekonomsko razvita stara delavska in industrijska naselja. Ko obstoječe avtohtono prebivalstvo na območju vzpostavi posebno kulturo in zna-

čaj, to privlači t. i. urbane pionirje. To so umetniki, boemi, istospolni in družbeno strpnije skupine, ki jih v nerazvite ali celo deloma zapuščene obrobne dele mestnega jedra privabijo osrednja lokacija, družbena strpnost avtohtonih prebivalcev, pestra kultura, estetika in cenovna dostopnost. Bain (2003) take prostore imenuje »improvizacijski prostori«, s čimer označi neurejenost prostorov in možnost večnamenske rabe. Omenjene skupine namreč zavračajo preveč načrtovane prostore, saj omejujejo njihovo ustvarjalnost. Raje se zanimajo za pristne urbane prostore, ki jih lahko obogatijo s svojo dejavnostjo. Tukaj se počutijo varne pred oblastjo ter konvencionalnim srednjim in višjim razredom, vse bolj pa se poenotijo tudi z načinom življenja delavskega razreda. Kmalu začnejo ti urbani pionirji spreminjati podobo teh območij in vplivati nanjo, in takrat nastopi tretja faza artwashinga, v kateri urbani pionirji postanejo pionirji gentrifikacije. Umetniki se okoristijo s kulturnim kapitalom območij za svojo dejavnost, ki identificira in izkorišča privlačnost prej razvrednotenih stanovanjskih delov mesta. Območja se začnejo ponovno razvijati, kultura avtohtonih prebivalcev pa izginja. Napredek in dvig prepoznavnosti sosesk ter živahna kultura umetnikov privabijo t. i. supergentrifikatorje. To so po navadi država, zasebni vlagatelji ali podjetniki, ki priznavajo umetnost kot enega od generatorjev gentrifikacije in regeneracije prostora. Investitorji se povežejo z umetniki pod pretvezo sodelovanja in skupnega ustvarjanja podobe soseske, v resnici pa umetnost le izrabijo kot orodje za čiščenje družbe, ustvarjanje nadstandardnih sosesk in dobička. Umetniška dejavnost dvigne vrednost lokalnih nepremičnin in preoblikuje podobo kraja v investitorju in trgu všečno obliko. Cene storitev, najemnin in osnovnih življenjskih stroškov se toliko dvignejo, da se je najprej primorano izseliti avtohtono prebivalstvo, takoj za njim pa tudi urbani pionirji oz. umetniki (Cameron in Coaffee, 2005).

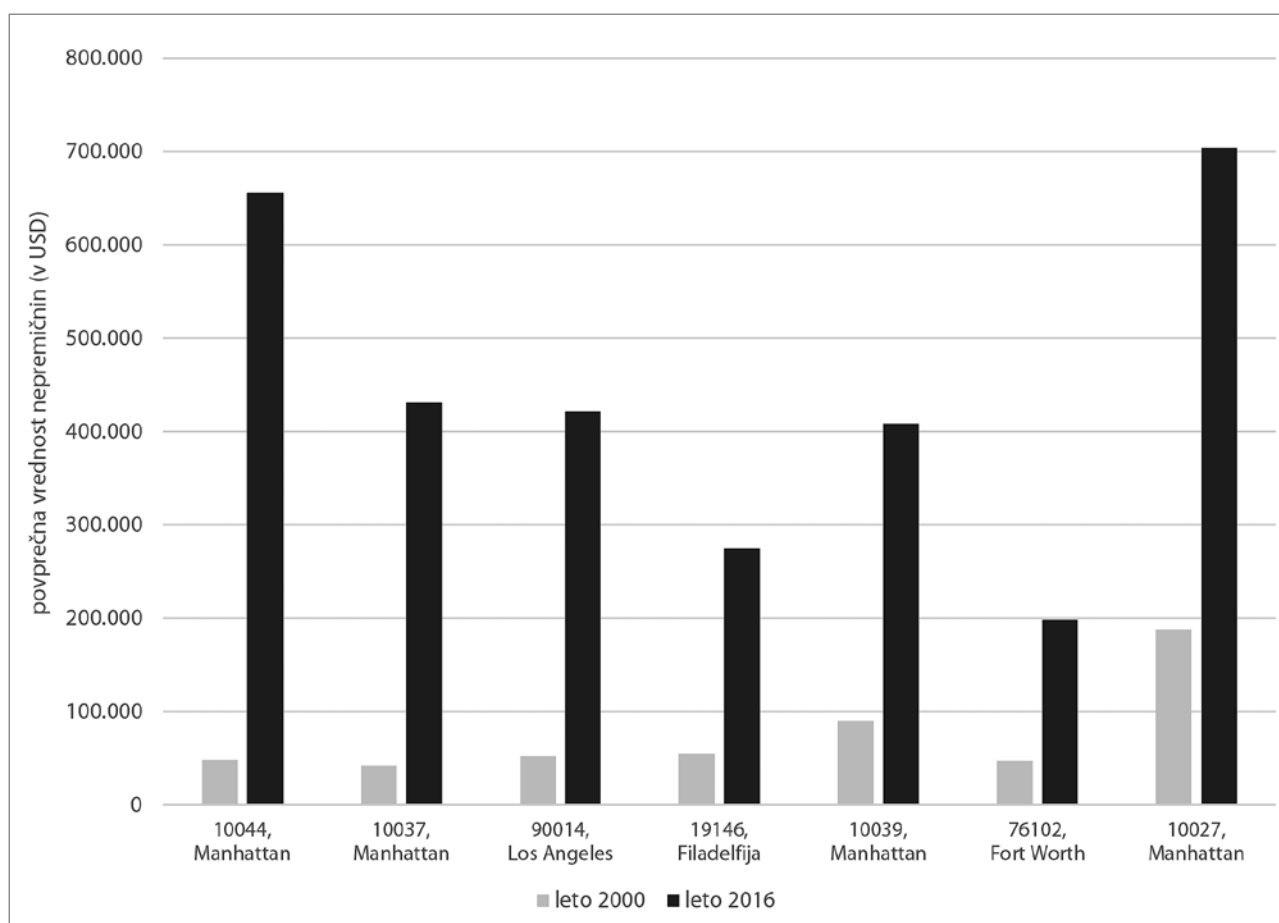
## 6 Znaki gentrifikacije

Sprehajanje po prestižnih soseskah in ogledovanje novih urbanih intervencij z vidika obiskovalca, turista ali laika se zdi prav privlačno, saj ne opazimo, kaj se je na teh območjih dogajalo prej in koliko ljudi je bilo primorano zapustiti domove. Zato moramo gentrifikacijo opredeliti tudi na druge načine in gentrificirano stanje primerjati s prvotnim. Vpliv gentrifikacije je najbolj viden pri primerjavi povprečne vrednosti nepremičnin, povprečne višine dohodka na gospodinjstvo in stopnje izobrazbenosti prebivalcev. Leta 2018 so v Združenih državah Amerike (v nadaljevanju: ZDA) primerjali 11.000 poštnih številke glede na rast dohodka, zvišanje cen stanovanj in raven izobrazbe med letoma 2000 in 2016. Iz sprememb vrednosti so dobili gentrifikacijski koeficient, po katerem so razporedili poštna številka od najbolj do najmanj gentrificirane (preglednica 1). Več kot poslovice prvih 20 najbolj gentrificiranih

**Preglednica 1:** Lestvica petih najbolj gentrificiranih območij po poštnih številkah v ZDA med letoma 2000 in 2016

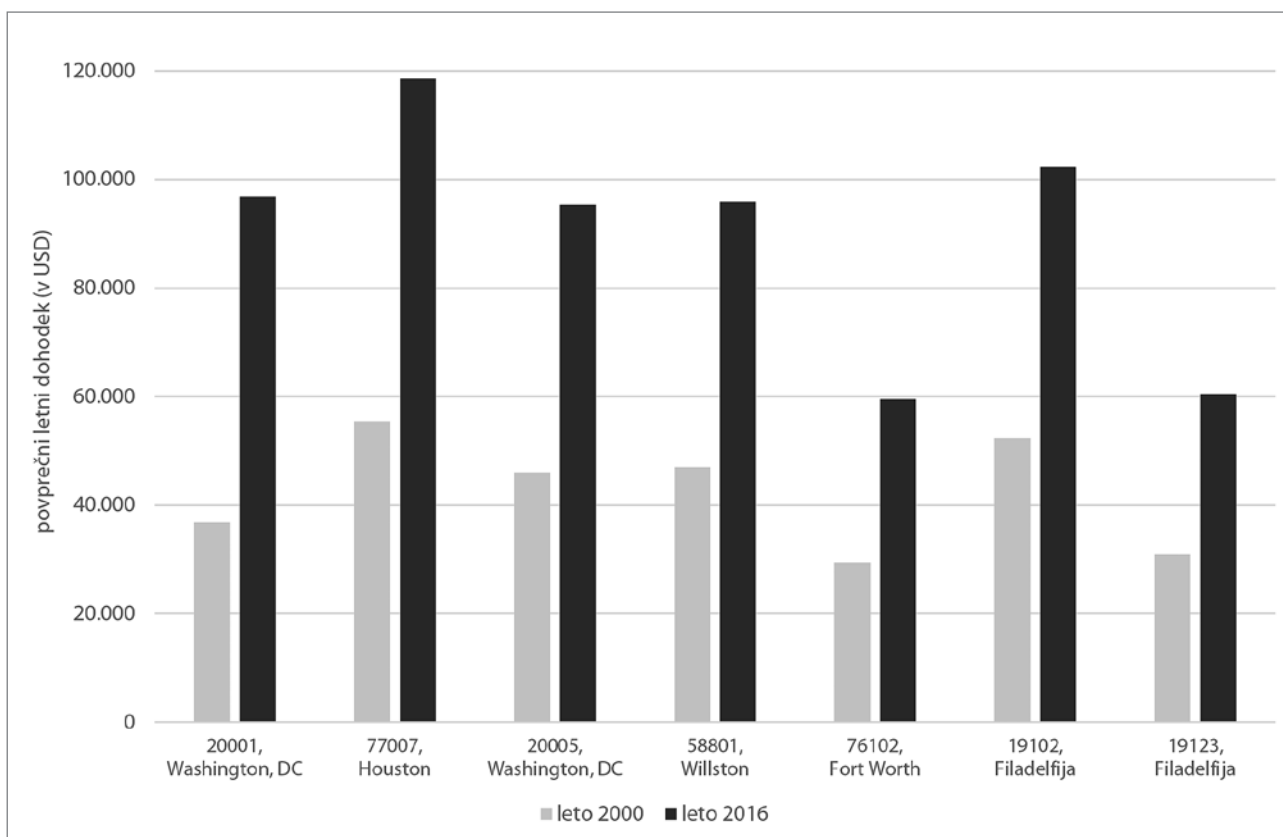
Poštna številka, mesto, zvezna država	Uvrstitev na lestvici gentrifkacije	Sprememba povprečne vrednosti nepremičnin (v odstotnih deležih)	Sprememba povprečnega dohodka na gospodinjstvo (v odstotnih deležih)	Sprememba števila prebivalcev z višjo izobrazbo (v odstotnih deležih)
90014, Los Angeles	1	707	95	857
20001, Washington, DC	2	207	163	212
77003, Houston	3	284	71	443
19123, Filadelfija	4	203	95	230
10039, Manhattan	5	356	32	168

Vir: prirejeno po RentCafe (2018)

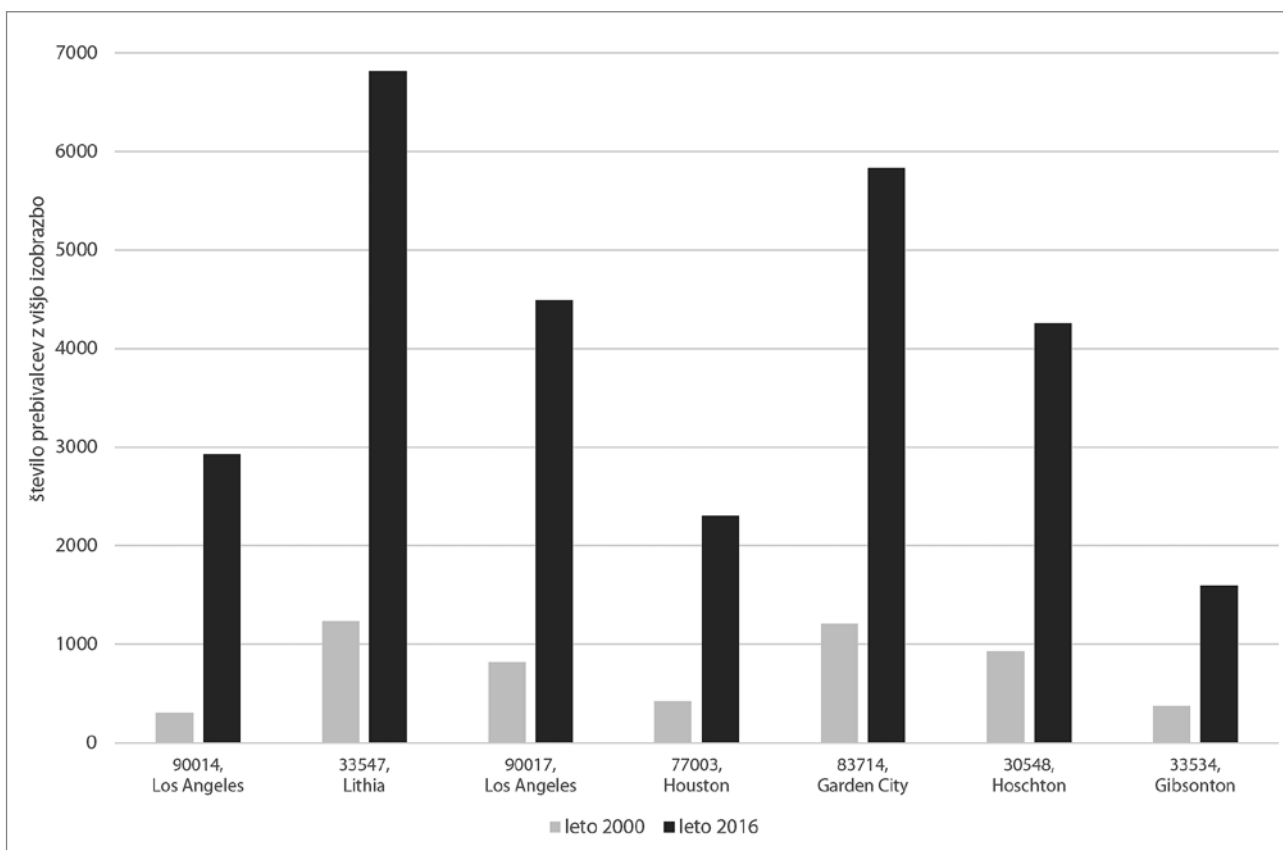
**Slika 1:** Spremembe vrednosti nepremičnin po poštnih številkah v ZDA med letoma 2000 in 2016 (vir: prirejeno po RentCafe, 2018)

območij se pojavi na vzhodni obali ZDA, kjer so prvouvrščena mesta Brooklyn, Manhattan, Filadelfija in Los Angeles. Povprečna vrednost nepremičnin za prvih 20 mest je leta 2016 znašala 446.730 dolarjev, kar je v povprečju pomenilo 224-odstotno povišanje glede na leto 2000 (slika 1). Hkrati se je na vseh navedenih območjih ponudba stanovanj v tem obdobju povečala. Za povišanje cen tako ne moramo kriviti visokega povpraševanja trga, ampak je jasno viden glavni vzrok, to je gentrifkacija. Zanimiv vzrok za izredno rast cen nepremičnin

lahko vidimo pri poštni številki 10037 na Manhattnu, kjer so leta 2009 izvedli slavno urbanistično potezo Highline in prej opuščeno železniško progo preuredili v dvignjen linearni park. Če podrobneje proučimo vsako od območij, lahko opazimo, da je skoraj povsod prišlo do prostorske ali družbene spremembe, ki je povzročila gentrifkacijo. Pri primerjavi povprečne rasti dohodka prevladuje poštna številka 20001 v Washingtonu, DC, kjer se je povprečni dohodek na gospodinjstvo dvignil kar za 163 %. To potrjuje, da se je na območje naselil višji



Slika 2: Spremembe povprečnega letnega dohodka gospodinjstev po poštnih številkah v ZDA med letoma 2000 in 2016 (vir: prirejeno po RentCafe, 2018)



Slika 3: Spremembe števila prebivalcev z višjo izobrazbo po poštnih številkah v ZDA med letoma 2000 in 2016 (vir: prirejeno po RentCafe, 2018)

ekonomski razred (slika 2). Upoštevati pa moramo, da povprečni dohodek ne prikazuje minimalnih in maksimalnih odstopanj, saj za nekatera območja z visokim povprečnim dohodkom velja, da nekateri avtohtoni prebivalci, ki so ostali tam, živijo pod pragom revščine. Tretji kazalnik deleža prebivalstva z diplomo ali višjo izobrazbo se je v 16 od 20 najbolj gentrificiranih poštih števil v ZDA več kot podvojil (slika 3). Ta podatek spet kaže, da se je na ta območja naselil višji razred, ki si sploh lahko privoščijo tako izobrazbo (Szekely, 2018).

## 7 Pozitivni vidik gentrifkacije

Odvisno, ali gledamo s položaja avtohtonega prebivalca nižjega sloja, investitorja, lokalne oblasti ali novopriseljenega prebivalstva, lahko vsaka od skupin v gentrifkaciji vidi drugačne vplive, prednosti ali slabosti. Na procese gentrifkacije se že vse od začetka gleda kot na kontroverzno temo, ki pa ima kljub številnim negativnim družbenim posledicam tudi pozitiven vpliv na mesto in njegove uporabnike. Eden od največjih pozitivnih vidikov za mesto je gospodarska rast, ki jo prinese gentrifkacija. Regenerirana območja privabljajo nova podjetja, kar ustvari možnost za nova delovna mesta za nove in obstoječe prebivalce. Drug pozitiven vidik je izboljšanje javnih storitev, saj novi prebivalci prinesejo nova povpraševanja po programih, infrastrukturi, parkih, šolah ipd. Ko lokalne oblasti vložijo v te dejavnosti, izboljšajo določene pogoje tudi za obstoječe prebivalce. Gentrifikacija s spreminjanjem družbene in ekonomske strukture niža stopnjo kriminala. Regenerirane soseske postanejo varnejše in ta vpliv razširijo tudi na okoliške soseske (Gould idr., 2016). Običajno se novozasnovane soseske osredotočijo tudi na trajnostno in zeleno življenje, kar pozitivno vpliva na okolje v mestu in zdravje ljudi. Onesnaženi industrijski kompleksi se spremenijo v parke, skupnostne vrtove in okolju prijazne soseske ter tako vplivajo na kakovost zraka, vode in življenja na prej degradiranih območjih (Yeon-su, 2019). Pri načrtovanju novih urbanih sprememb je pomembno, da se načrtovalci zavedajo negativnih in pozitivnih vplivov gentrifkacije ter poskušajo najti enakovreden način vključevanja vidikov prvotnih prebivalcev in gentrifikatorjev. Med njimi se mora vzpostaviti družbeni kompromis, ki bo skupnost regeneriral, hkrati pa ohranil njeno identiteto in kulturo.

## 8 Primeri gentrifkacije in artwashinga pri nas in po svetu

Gentrifikacija je prizadela že večino večjih mest po svetu ter na boljše ali slabše spremenila kulturno, rasno in socialno-ekonomsko sestavo zgodovinskih skupnosti. San Francisco ima na primer zaradi procesa gentrifkacije enega najdražjih stanovanjskih trgov na svetu. Gentrifikacija v določenih delih

tega mesta, kot je na primer Mission District, je bila posledica tehnoloških podjetij in njihovih visokokvalificiranih delavcev, ki so se naselili v zalivu San Francisco. Drug primer je Pariz, kjer je gentrifkacija zaradi multikulturalnosti in socialne razdeljenosti mesta naravni trend, ki ga je treba usmerjati in urejati, da ne uide izpod nadzora (internet 1). Gentrifikaciji se seveda ne moramo izogniti niti pri nas. V nadaljevanju bom podrobneje opisala primer gentrifkacije in artwashinga na Manhattnu in v Bilbao ter primer gentrifkacije Tobačne, Metelkove in Roga v Ljubljani. V Ljubljani lahko najdemo tudi številne druge primere, v katerih so bili prvotni uporabniki prostorov izseljeni zaradi interesa kapitala. Tak primer je namera o prenovi Plečnikovega Baragovega semenišča in izselitvi več kot 200 študentov zaradi vizije mestne oblasti o revitalizacije območja in arhitekturni prenovi (Šenica, 2019). Umetniki so ostali tudi brez prostorov kulturne produkcije na Parmovi ulici v Ljubljani in v prostorih Cukrarne. Govori se tudi o izselitvi Srednje šole za oblikovanje in fotografijo iz Križank in izvedeni prodaji stavbe na Kersnikovi 4, ki je bila v lasti Študentske organizacije Ljubljana (Savič, 2020). Prostori, namenjeni ustvarjalnosti, se tako drug za drugim izgubljajo in padajo v roke kapitala, upanje o participaciji in vključevanju obstoječih uporabnikov v take prostore pa upada.

### 8.1 SoHo, Manhattan, New York

Soseska SoHo leži na Spodjem Manhattnu v New Yorku, ki je že vse od sedemdesetih let prejšnjega stoletja veljala za umetniško četrz z galerijami in podstrešji (ang. *loft*) ter znano kulturo butikov, restavracij in trgovskih verig (Barr, 2007). Ponaša se z bogato kulturno in zgodovinsko dediščino, saj je njen del (SoHo-Cast Iron) zaščiten zaradi značilne arhitekture stavb iz litega železa in kamnitega tlakovanja ulic. Območje je v preteklosti doživelo veliko sprememb, ki so mu pridobile današnji sloves enega najdražjih in najprestižnejših delov mesta, čeprav je to območje sprva pripadalo delavskemu razredu in industriji. Konec 19. stoletja se je tukaj uveljavila tekstilna industrija, ki je postavila velike proizvodne obrate in hale. Kmalu po koncu druge svetovne vojne so se ti objekti zaradi selitve tekstilne industrije na jug mesta spremenili v skladišča, tiskarne, garaže, prostore za obrtne delavnice in tudi tovarne s poceni delovno silo (ang. *sweatshop*) (Beth Betts, 2010). Značaj soseske se je znova začel spreminjati v šestdesetih letih 20. stoletja, ko so visoki stropi, odprti tlorisi, velika okna in nizke najemnine praznih proizvodnih hal in podstrešij začeli privabljati umetnike. Nova družbena skupina je začela območje spreminjati in bivati v opuščeni industrijskih objektih, čeprav je lokalna oblast to prepovedovala. Območje je želela ponovno industrializirati in tukaj naj bi bil po načrtih Roberta Mosesa uresničen eden najzloglasnejših avtocestnih projektov Lower Manhattan Expressway. Kot odziv na načrte oblasti so se ustvarila

združenja in organizacije, ki so šteli umetnike in se borili proti oblasti, ki jih je želela izseliti iz njihovih domov v SoHu. Skupaj so dosegli spremembo namembnosti te mestne cone ter ustanovitev skupne četrti delavcev in vizualnih umetnikov, kakor so jih poimenovali (Ruiz, 2017). Trend življenja v starih podstrešnih stanovanjih (ang. *loft living*) je postal značilna kultura tega območja, ki je začela privabljati vedno več umetnikov in njim podobne družbene skupine. Zgodila se je kulturna revitalizacija, ki je območje spremenila v »modno« četrt z živo kulturo kavarn, trgovin in manjših galerij, kjer so razstavljali umetniki iz SoHa. Ključen dejavnik, ki je sprožil dokončen proces artwashing gentrifkacije, je bil prihod velikih komercialnih galerij, ki so začele umetnike spodbujati in financirati za produkcijo umetniških del. Njihov namen je bil, da bi iz preostalih delov mesta privabile eliten družbeni sloj, ki bi svoj kapital vložil v potencialno uspešno galerijo ali umetnika in tako financiral družbeno-kulturno prenovu soseske. Kmalu so svoj namen tudi dosegli in območje je začel naseljevati višji srednji razred. Podstrešna stanovanja so se iz umetniških prostorov z najemnino nekaj dolarjev na mesec spremenila v več milijonov vredna stanovanja in začela izrivati prvotne prebivalce – delavce in umetnike –, ki si takega standarda bivanja niso več mogli privoščiti (Pelko, 2013). Danes je to območje eno najprestižnejših četrti na Manhattnu, znano po blišču nadstandardnih stanovanj, trgovin in restavracij, kjer so umetniki popolnoma izgubili svoj prostor. Taka podoba danes privablja turiste, ki si množično ogledujejo značilno arhitekturo in kulturo SoHa in še bolj širijo njegovo prepoznavnost. Soseski pa obetajo spremembe. Leta 2019 so oblasti predstavile načrt ponovnega preoblikovanja soseske ter gradnje poslovnih in stanovanjskih objektov. 3.200 stanovanjskih enot naj bi vključevalo kar 800 cenovno dostopnejših stanovanj ter tako postalo simbol rasne in ekonomske integracije. Dolgoletni prebivalci podpirajo večjo raznolikost, vendar temu načrtu nasprotujejo, saj menijo, da je preureditev namenjena le prikritim poslovnim interesom in da bo z načrtovanimi visokimi steklenimi stolpnici značaj soseske znova spremenjen.

Vprašanje, kako v SoHu vzpostaviti rasno pravičnost, si je postavila tudi ameriška profesorica sociologije Sharon Zukin, ki je za osrednjo raziskavo primera svoje teorije proučevala gentrifkacijo SoHa in kulturo bivanja v podstrešnih stanovanjih. Njena knjiga *Loft living: Culture and capital in urban change* iz leta 1982 je eno temeljnih del na področju urbanih, kulturnih in socioloških raziskav. V njem predstavi koncept o »umetniškem načinu produkcije«. Ta kaže, da se kulturna in nepremičninska industrija prepletata, saj investitorji uporabljajo kulturo, da privabijo kapital v že zgrajeno okolje. To storijo tako, da investirajo v delo kulturnikov in v soseskah ustvarjajo umetniško vzdušje, ki privablja bogatejše prebivalce

in podjetja. Zukinova trdi, da je preoblikovanje podstrešnih prostorov v New Yorku v nadstandardna stanovanja in poslovne prostore pomenilo premik v odnosu med kulturno in nepremičninsko industrijo. Od takrat naprej je kultura postala orodje za ustvarjanje dobička, ki krepi socialne in ekonomske neenakosti. Teorija poudarja pomembnost razumevanja zapletenih odnosov med ekonomskimi in urbanimi spremembami ter kulturno produkcijo, ki jih poganjajo različni širši ekonomski trendi, gospodarske spremembe in politične odločitve. Nekateri znanstveniki so trdili, da ta teorija preveč poudarja vlogo kulture pri oblikovanju urbanih sprememb in pozablja na druge dejavnike, zato je bila predmet številnih razprav in kritik. Kljub temu pa je vse do danes ostala pomembno delo na področju proučevanja gentrifkacije in vloge umetnosti pri oblikovanju mest in vpliva na naše razumevanje procesov v urbanem okolju (Zukin, 1982).

## 8.2 Guggenheimov muzej Bilbao

Bilbao je bil do sedemdesetih let prejšnjega stoletja umazano in onesnaženo industrijsko mesto jeklarn in ladjedelnic ter neznosnega smrada. V osemdesetih pa se je začel zaton industrije in mesto se je znašlo v krizi identitete. Oblasti so predstavile nov gospodarski model mesta, ki ni več temeljil na industriji, temveč na storitvah. Prav v tem času je fundacija Guggenheim iskala novo lokacijo za izgradnjo muzeja v Evropi, kar je pritegnilo pozornost mestnih oblasti, ki so v tem videle veliko priložnost. Tako sta leta 1971 Bilbao in fundacija Guggenheim sklenila dogovor o izgradnji muzeja po zasnovi slavnega arhitekta Franka Gehryja. Že med gradnjo je prihajalo do številnih nasprotovanj, saj se je prebivalcem zdelo, da muzej nasprotuje njihovi tradicionalni kulturi. Pretres za mesto in prebivalce je sledil takoj po odprtju muzeja leta 1997, ko je novica o odprtju arhitekturno privlačnega muzeja preplavila svet in ta je postal svetovno znana turistična točka. V prvih treh letih je muzej obiskalo skoraj 4 milijone turistov, kar je ustvarilo 500 milijonov evrov gospodarske dejavnosti in prineslo nov kapital za razvoj mesta. Domačinom ni preostalo drugega, kot da so sprejeli tako pozitivne kot negativne posledice ter se prilagodili višjim cenam nepremičnin in stroškom, ki jih je prinesel sloves mesta. Lokalne oblasti so tako pozabile na lokalne prebivalce, muzej pa je postal simbol gentrifkacije in kulturnega imperializma. Oblikoval se je celo izraz »Guggenheimov učinek« ali »efekt Bilbao«, ki opisuje vpliv kulturne infrastrukture na preobrazbo mesta ter ima poleg kulturne še družbeno, arhitekturno, načrtovalsko in gospodarsko vlogo. V tem primeru ne gre za čisti artwashing, vendar je muzej enako vplival na višanje cen storitev v mestu in izseljevanje lokalnega prebivalstva, čeprav je prinesel nov kapital za financiranje razvoja mesta (Jones, 2022).

### 8.3 Območje Tobačne tovarne, Ljubljana

Primer razvoja nekdanje Tobačne tovarne v Ljubljani bi lahko imeli za pionirski primer gentrifikacije in artwashinga pri nas. Območje je danes eno od več degradiranih industrijskih območij Ljubljane, ki čaka na svoj nadaljnji razvoj. Tobačna tovarna, ki je bila ustanovljena leta 1871, je bila v tistem času mesto v malem. S svojim vrtcem, knjižnico, gasilci in povezano skupnostjo delavcev je širila prepoznavnost Ljubljane in bogatila njeno identiteto. V to območje sta leta 1991 investirali mednarodni korporaciji Reemtsma in Seite, pozneje pa je postala večinski lastnik družba Imperial Tobacco (Uršič, Medved, 2019). Proizvodna dejavnost se je v Tobačni ustavila leta 2004, čemur je sledilo veliko vprašanje, kaj narediti z vsemi tovarniškimi prostori. Del območja se je namenil prostorom Upravne enote Ljubljana, v preostalih delih tovarniškega kompleksa pa so se začela naseljevati majhna podjetja, startupi, umetniki, nevladne organizacije, kulturniki in podobni ustvarjalni uporabniki. Tedanji lastnik območja je bilo podjetje IMOS, ki je skupaj z Muzejem in galerijami mesta Ljubljane ustanovilo Kulturni center Tobačna 001, ki je nudil prostore majhnim podjetnikom in umetnikom v začetku razvoja njihove podjetniške poti. Ključnega pomena za razširitev ustvarjalnih vsebin in naselitev novih uporabnikov prostorov na Tobačni 5 je bila ustanovitev Kreativnega centra Poligon, ki je privabil nove podjetnike, startupe, nevladne organizacije, festivale, oblikovalce in arhitekta, umetniške institucije in druge storitve, ustanove in društva, povezana z ustvarjalnim ustvarjanjem. Ljubljana je tako dobila prostor, ki ga je potrebovala za ustvarjanje in ustvarjalnost. Problem pa se je pojavil, ko je leta 2019 območje kupil zasebni investitor pod imenom Tobačna center, ter pravljice o prostorih z nizkimi najemnini in neomejenim ustvarjanjem je bilo konec. Obstoječim najemnikom je podjetje Tobačna center predstavilo nove pogodbe z novimi pogoji. Pogodbe so vključevale tudi do trikrat višje najemnine in varščine, omejen časovni dostop do prostorov in hišni red, ki je močno omejeval ustvarjalno delo najemnikov. Načrtovan dvig najemnin je pomenil velik strošek, ki si ga tako majhna podjetja niso mogla privoščiti. Poleg tega lastniki niso bili pripravljeni urediti že tako razpadajočih prostorov brez pitne vode in sanitarij, kar bi pričakovali ob povišanju najemnin. Prvi uporabnik prostorov, ki ni želeli podpisati nove pogodbe, je bil prav kolektiv največje organizacije na Tobačni 5 – Kreativni center Poligon. Cirkulacija 2, Startup Zavod Hekovnik, Zavod PHI, kolektiv Tobiro in večina drugih podjetij je sledila Centru Poligon in območje Tobačne znova prepustila prostim rokam kapitala investitorja, ki za zdaj na tem območju ne bo več imel posluha za produkcijske prostore, ustvarjalni center ali njegove uporabnike (Šenica, 2020). Namesto tega bomo na Tobačni verjetno pričela izgradnja novih prestižnih stanovanj in turističnih nastanitev z visoko gradnjo in minimalno ohranitvijo obstoječih objektov, kar je

Mestna občina Ljubljana (v nadaljevanju: MOL) potrdila že leta 2008 s sprejetjem občinskega podrobnega prostorskega načrta (OPPN) (Pahor, 2023).

### 8.4 Avtonomna tovarna Rog, Ljubljana

Industrijski kompleks nekdanje tovarne koles Rog stoji v ljubljanski četrti skupnosti Tabor ter je še en primer izgube umetniških in produkcijskih prostorov v Ljubljani. Po zaprtju tovarne leta 1991 je območje propadalo, industrijski kompleks pa se je začel uporabljati začasne razstave in kulturne prireditve. Po letu 2006 so območje začeli postopoma naseljevati umetniki, študentje, kulturniki in aktivisti, ki so v kompleksih našli prostor za kulturne, umetniške, politične, družbene in socialne programe. Ustvarili so se ateljeji, socialni center, skate park, prostor za rekreacijo, koncertna dvorana, produkcijski, razstavniki in izobraževalni prostori. Uporabniki so z MOL sklenili dogovor o izvajanju neprofitnih dejavnosti, vse dokler ta ne bo začela izvajati projekta revitalizacije tovarne Rog. Dogovorov o tem, kakšna bo usoda uporabnikov in kdaj se bo to zgodilo, pa ni bilo. Kljub skrbi okoliških prebivalcev, da bo prisotnost te vrste programa znižala vrednost njihovih nepremičnin in ogrozila območje, so uporabniki nemoteno delovali, spoštovali skupnost in okolje, v katerem so imeli svoje prostore, ter niso povzročali težav (Pelko, 2013). Močna kulturna skupnost uporabnikov se je uspela ubraniti dveh poskusov evikcij, pri tretjem, leta 2021, pa ni bila uspešna. Uporabnikom so bili odvzeti prostori, uničeni so bili njihov kulturni kapital, knjige, arhiv in osebna lastnina (Jurečič, 2022). Danes se na območju tovarne Rog končuje gradnja projekta v javno-zasebnem partnerstvu, v okviru katerega bo prenovljen kompleks tovarne za vzpostavitev Centra sodobnih umetnosti Rog, zgrajeni bodo hotel in elitna nadstandardna stanovanja, bari, restavracije in trgovski center (Pelko, 2013). Nekdanjim ustvarjalnim uporabnikom naj bi bilo namenjeno nekaj prostora v novozgrajenem kompleksu, vendar ti v to vse manj verjamejo. Izključevanje uporabnikov na tem območju je že bilo nakazano, ko je MOL postavila nov sistem podzemnih zabojujnikov za smeti. Elektronske kartice za dostop do zabojujnikov namreč niso bile dodeljene uporabnikom Avtonomne tovarne Rog, zaradi česar so se spopadali s težavo odvoza odpadkov, ki so nastajali pri ustvarjalnih procesih. Rogovke in rogovci tako čakajo, ali bodo vključeni v soustvarjanje utripa novega Centra sodobnih umetnosti Rog ali bodo dokončno ostali brez svojih prostorov na tem območju (internet 2).

### 8.5 Metelkova, Ljubljana

Območje Metelkove mesta leži v četrti skupnosti Tabor ter je svojo pot gentrifikacije in revitalizacije začelo po končani osamosvojitvi Slovenije, ko so se izpraznili prostori vojašnice



in se začeli spreminjati v muzejsko-akademsko četrt. Lahko bi rekli, da je Metelkova danes še edino območje v Ljubljani, ki ji je kljub napadom kapitala uspelo ohraniti svoj avtonomni prostor ter prostor za odprto razmišljanje, razstave, koncerte in predavanja. Na umetnike in ustvarjalne uporabnike tega območja lahko gledamo kot na »premostitvene gentrifikatorje« oziroma »pionirje gentrifikacije«, ki trenutno ustvarjajo živahno kulturo in podlago za dobro zgodbo, ki jo bodo lahko investitorji prodali na trgu in tako izkoristili kulturni kapital, ki nastaja na Metelkovi. Uporabniki bodo imeli svoje prostore, vse dokler ne bodo nastopili ugodnejši investicijski in politični časi, ki bodo brez težav uresničili kulturno, socialno in gospodarsko revitalizacijo območja, obstoječe uporabnike pa izključili (Bibič, 2003).

## 9 Rešitve in boj proti gentrifikaciji in artwashingu

Gentrifikacija je po svetu prisotna že več kot petdeset let ter v tem času so se po svetu že pojavili pobude in aktivisti, ki se borijo proti njej, v zadnjem času pa tudi proti artwashingu. Najuspešnejši primer boja proti zadnjemu je skupnost v že omenjeni soseski Boyle Heights v Los Angelesu, ki daje upanje skupnostim v podobnih okoliščinah, saj so se prebivalci in umetniki v soseski trdno povezali in jim je uspelo izgnati gentrifikatorje. Umetniki bi morali sodelovati v boju in pomagati skupnosti ter zavrniti uporabo svojih umetniških del kot orodja gentrifikacije, ne pa verjeti obljubam kapitala in tako izrabiti skupnost. Ker je največji problem pri artwashingu prav izkoriščanje umetnikov na račun kapitala, je najučinkovitejši način boja proti gentrifikaciji ustvarjaje umetniških del, ki neposredno koristijo skupnosti, so v povezavi z njo in opozarjajo na njene težave. Ameriška profesorica humanistike Sarah Schulman kot rešitev navaja boj umetnikov in ljudi z nizkimi dohodki za sprejetje zakonov, ki bi nadzorovali cene najemnin in zagotavljali cenovno dostopnejša stanovanja. Čeprav vemo, da ima oblast za take predloge le redko posluš, je s pravimi argumenti in vztrajnostjo vseeno mogoče doseči spremembe (Moskoiwitz, 2017). V Bushwicu v New Yorku se proti gentrifikaciji borijo tako, da na ulico postavljajo osvetljene neonske napise in s tem ozaveščajo ljudi o procesu, ki poteka v njihovi soseski. S tem so dosegli, da prebivalci o problemu in morebitnem lastnem prispevku k spremembam soseske premislijo in zmanjšajo negativne učinke. Projekt Illumination Against Gentrification je izvedla aktivistična umetniška skupina Mi Casa No Es Su Casa iz Bushwica, ki se je povezala z organizacijo NYC Light Brigade. Napise, kot so »Gentrification is new colonialism«, »Not for sale«, »No me desplaces«, »Decolonize the Hood« in »No Eviction Zone«, so namestili tudi v drugih newyorških četrtih, vključno s Crown Heightsom, Corono, Jackson Heightsom, Južnim Bronxom, Harlemom,

Inwoodom in Jackson Heightsom, kjer prav tako prihaja do gentrifikacije (Billard, 2017; Moskoiwitz, 2017).

Umetniki se v družbi znajdejo na presečišču interesov prebivalcev in oblasti. Grafiti, ulična umetnost,časne inštalacije in urbane intervencije so pomembne prvine oblikovanja identitete skupnosti, saj sporočajo nestrinjanje prebivalcev in povečujejo moč skupnosti v boju proti nameram oblasti v njihovi soseski. Hkrati so lahko orodje kapitala in naklonjenosti oblasti, ki deluje proti skupnosti in jo izkorišča (Gattupalli, 2022). Povsod, kjer imamo opravka z umetnostjo, lahko hitro opazimo znake gentrifikacijskih procesov. Umetnost bi morala vključevati in spoštovati kulturo, v katero se naseli, ter se zavedati, da se postavlja na presečišče zgodovine in razvoja skupnosti. Od nje je namreč odvisno, v katero smer se bo razvilo območje. Ali bo sodelovala s skupnostjo in razvijala njeno kulturo ali pa se bo povezala s kapitalom, vpeljevala novo kulturo, brisala avtentičnost kraja, spreminjala dom prebivalcev in povzročala gentrifikacijo. Ta je postala ključna sestavina in orodje kompleksnejše preobrazbe urbane krajine, zaradi česar je treba še naprej raziskovati povezave z njenimi vzroki, med njimi najbolj z umetnostjo, saj je prav ta najcenejše in najdostopnejše sredstvo gentrifikacije. Umetnost lahko vstopi v mesto tudi z arhitekturo flagship,<sup>[1]</sup> kulturnimi četrtmi, festivali in javnimi umetniškimi razstavami, ki se uporabljajo za promocijo živahnega in olepšanega urbanega jedra ali sosesk, da privabi nove prebivalce in tok kapitala. Da bi umetnost ostala del urbanega tkiva in vzdrževala videz živahne soseske, moramo nanjo gledati onkraj njenega ekonomskega vpliva ter jo trdno vpeti med obstoječo kulturo in prebivalce (Mathews, 2010). Ključ pri ustvarjanju novih urbanih prostorov in prenov je tako sodelovanje ter dialog med načrtovalci, investitorji, oblastmi in seveda njenimi prebivalci. Ustvarjati je treba prostore, ki bodo skrbeli za kulturno, družbeno, socialno in ekonomsko raznolikost, ne pa brisali zgodovino in vzpostavljali monotono arhitekturno podobo s homogeno družbeno strukturo (Billard, 2017).

## 10 Sklep

Gentrifikacija je danes neizogiben pojav, saj ima kapital vedno večjo vlogo pri procesih mestne regeneracije. Mestne oblasti uporabljajo gentrifikacijske procese po željah investitorjev, da postane mesto privlačnejše za turiste, da se gradijo vizualno privlačne in urejene soseske, nove prometne povezave, oblikujejo zabavno-kulturni programi ter zgodbe o trajnostnem in čistem mestu. Če pogledamo samo ta vidik, sprva ne vidimo velikih negativnih posledic, sploh če se skozi tako mesto sprehodimo kot obiskovalci in ne kot prebivalci. Vendar je za vsem tem bliščem skrb za urejeno mesto postala dobičkonosen posel oblasti, ki investitorjem podarja vedno večje pravice na

račun skupnosti. Take preнове mesta služijo le peščici njegovih prebivalcev iz višjih družbenih slojev, medtem ko je običajen človek, ki ima v mestu svoj dom in mu to daje občutek domačnosti, dan za dnem vedno bolj izključen iz mesta. Novi regulativni sistemi različnih dovolilnic, prepustnic, kartic za smeti, javni promet, parkiranje itd. nakazujejo, da se bodo morali nižji družbeni sloji v bližji prihodnosti umakniti iz svojega doma. Enako se dogaja z avtonomnimi prostori, ki jih ustvarjalne družbene skupine potrebujejo za svoje ustvarjanje. Tu ne gre le za marginalne skupine družbe, ampak za vse mlade in ljudi, ki si želijo uspeti, vendar nimajo sredstev za uresničitev, zato jim taki prostori dajejo možnost za začetek njihove poti.

Kakšna pa bo prihodnost gentrifikacije? Če sem v članku predvidela, da se gentrifikacija in artwashing začneta, ko se opustijo stari industrijski kompleksi, se lahko vprašamo, kaj se bo zgodilo, ko bodo gentrificirana vsa taka območja. Ali se bo gentrifikacija začela znova in naselila »supersupergentrifikatorje« ter izselila zdajšnji srednji sloj ali bo družba videla napake, ki jih je storila do zdaj in se bo začela nova doba participativnega načrtovanja mest. Doba, ki bo vključevala umetnost in kulturo v proces preнове mesta, poslušala svoje prebivalce in njihove potrebe, gradila stanovanja, javno infrastrukturo, zdravstveno mrežo in javne površine, ki bodo enako dostopne vsem družbenim slojem.

Lara Korošec

Študentka Fakultete za arhitekturo Univerze v Ljubljani, Katedra za urbanizem, Ljubljana

E-pošta: korošec.lara@outlook.com

## Opombe

[1] Arhitektura flagship je pristop, pri katerem velika in ikonična prostorska struktura, objekt ali ureditev deluje kot veduta in generator javnega življenja. Kot taka pritegne ljudi v mesto in je orodje za njegovo revitalizacijo. Primer arhitekture flagship je opisani Guggenheimov muzej v Bilbao.

## Viri in literatura

Bain, A. (2003): Constructing contemporary artistic identities in Toronto neighborhoods. *The Canadian Geographer*, 47(3), str. 303–317.

Barr, A. (2007): *SoHo New York: Mixed use, density, and the power of myth*. Dostopno na: <https://sohomemory.org/node/5061> (sneto 31. 3. 2023).

Beth Betts, M. (2010): *SoHo – cast-iron historic district extension designation report*. New York, New York City Landmarks Preservation Commission.

Bibič, B., in Milohnič, A. (ur.) (2003): *Hrup z Metelkove: Tranzicije prostorov in kulture v Ljubljani*. Ljubljana, Mirovni inštitut, Inštitut za sodobne družbene in politične študije.

Billard, J. (2017): *Art & gentrification: What is "artwashing" and what are galleries doing to resist it?* Dostopno na: [https://www.artspace.com/magazine/art\\_101/in\\_depth/art-gentrification-what-is-artwashing-and-what-are-galleries-doing-to-resist-it-55124](https://www.artspace.com/magazine/art_101/in_depth/art-gentrification-what-is-artwashing-and-what-are-galleries-doing-to-resist-it-55124) (sneto 30. 11. 2022).

Briney, A. (2021): *Overview of gentrification*. Dostopno na: <https://www.thoughtco.com/gentrification-and-its-impact-on-urban-core-1435781> (sneto 18. 3. 2023).

Cameron, S., in Coaffee, J. (2005): Art, gentrification and regeneration – from artist as pioneer to public arts. *European Journal of Housing Policy*, 5(1), str. 39–58.

Carroll, R. (2015): *San Francisco's gritty Tenderloin pushes back against tech-led gentrification*. Dostopno na: <https://www.theguardian.com/us-news/2015/jul/20/san-francisco-tenderloin-district-gentrification-tech-companies> (sneto 1. 4. 2023).

Cortright, J. (2019): *Everything that causes gentrification, from A to Z*. Dostopno na: <https://cityobservatory.org/everything-that-causes-gentrification-from-a-to-z> (sneto 3. 12. 2022).

Dalley, J. (2018): *Why artwashing is a dirty word*. Dostopno na: <https://www.ft.com/content/479cb6b2-a0af-11e8-85da-eeb7a9ce36e4> (sneto 27. 11. 2022).

Gattupalli, A. (2022): *How public art shapes cities*. Dostopno na: <https://www.archdaily.com/988446/how-public-art-shapes-cities> (sneto 2. 12. 2022).

Glass, R. (1964): *London aspects of change*. London, MacGibbon & Kee.

Gould, E. I., Mertens Horn, K., in Schwartz, A. E. (2016): *Are »gentrification« and »displacement« always linked?* Washington, Urban Institute.

Inštitut za politike prostora (IPop) (2018): *Kratka pot od revitalizacije do gentrifikacije: primer Ljubljane*. Dostopno na: <https://ipop.si/2018/04/20/kratka-pot-od-revitalizacije-do-gentrifikacije-primer-ljubljane> (sneto 27. 11. 2022).

Internet 1: *Gentrification in America and around the world*. Dostopno na: <https://edition.cnn.com/2017/10/19/world/gallery/gentrification-around-the-world/index.html> (sneto 31. 3. 2023).

Internet 2: *Avtonomna tovarna Rog ni depo-odlagališče: Za dostop do javnih storitev – skupnostnega upravljanja z odpadki – za vse!* Dostopno na: <http://atrog.org/o-nas/izjave-za-javnost/483-avtonomna-tovarna-rog-ni-depo-odlagališče> (sneto 28. 11. 2022).

Jones, S. (2022): *Guggenheim effect: How the museum helped transform Bilbao*. Dostopno na: <https://www.theguardian.com/world/2022/oct/31/guggenheim-effect-how-the-museum-helped-transform-bilbao> (sneto 1. 4. 2023).

Jurečič, K. (2022): *O izgubi avtonomnih prostorov*. Dostopno na: <https://radiostudent.si/univerza/pod-katedrom/o-izgubi-avtonomnih-prostorov> (sneto 2. 4. 2023).

Mathews, V. (2010): Aestheticizing Space: Art, Gentrification and the City. *Geography Compass*, 4 (6), str. 660–675.

McIntosh, E. (2021): *An examination of artwashing in changing urban communities*. Dostopno na: [https://www.academia.edu/49308287/An\\_Examination\\_of\\_Artwashing\\_in\\_Changing\\_Urban\\_Communities](https://www.academia.edu/49308287/An_Examination_of_Artwashing_in_Changing_Urban_Communities) (sneto 27. 11. 2022).

Moskowitz, P. (2017): *What role do artists play in gentrification?* Dostopno na: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-role-artists-play-gentrification> (sneto 2. 4. 2023).

Pahor, P. (2023): *Koliko časa bo Tobačna še gradbena jama?* Dostopno na: <https://www.dnevnik.si/1043018333/lokalno/ljubljana/koliko-casa-bo-tobacna-se-gradbena-jama> (sneto 1. 4. 2023).

- Pelko, N. (2013): *Evidenca gentrifikacije*. Diplomsko delo. Ljubljana, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.
- Polson, E. (2022): From the tag to the #hashtag: Street art, instagram, and gentrification. *Space and Culture*. Dostopno na: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/12063312221090608> (sneto 3. 12. 2022).
- Ruiz, F. (2017): *Zoning Resolutions: The Soho Artists and the Making of Urban Policy, 1961 to 1971*. Dostopno na: <https://www.slideshare.net/Fruizsantana/zoning-resolutions-the-soho-artists-and-the-making-of-urban-policy-1961-to-1971> (sneto 1. 4. 2023).
- Savič, U. (2020): *Destilat tiskovke*. Dostopno na: <https://radiostudent.si/kultura/destilator/destilat-tiskovke> (sneto 1. 4. 2023).
- Sheldon, M. (2015): *Urban art and uneven development: The geography of »artwashing« in Miami and Philadelphia*. Magistrsko delo. Coral Gables, Florida, University of Miami.
- Szekely, B. (2018): *Downtown LA's 90014 heads the list of fastest-gentrifying ZIPs since the turn of the millennium*. Dostopno na: <https://www.rentcafe.com/blog/rental-market/real-estate-news/top-20-gentrified-zip-codes> (sneto 3. 12. 2022).
- Šenica, B. (2019): *Akademski kolegij*. Dostopno na: <https://outsider.si/akademski-kolegij> (sneto 31. 3. 2023).
- Šenica, B. (2020): *Nespretna gentrifikacija*. Dostopno na: <https://outsider.si/blaz-senica-nespretna-gentrifikacija> (sneto 4. 12. 2022).
- Uršič, M., in Medved, P. (2019): Pomen socialnih omrežij za revitalizacijo nekdanjih industrijskih mestnih območij – primer nekdanje Tobačne tovarne v Ljubljani. *Družboslovne razprave*, 35(92), str. 53–79.
- Wainwright, O. (2017): *»Everything is gentrification now«: But Richard Florida isn't sorry*. Dostopno na: <https://www.theguardian.com/cities/2017/oct/26/gentrification-richard-florida-interview-creative-class-new-urban-crisis> (sneto 3. 12. 2022).
- Yeon-Su, K. (2019): Public spending and gentrification: Evidence from parks and recreation. *Journal of Urban Affairs*, 41(2), str. 213–235.
- Zgrinskič, R. (2019): *Turistifikacija Ljubljane ter vpliv turizma in razvojnih politik na vsakdanje življenje v Ljubljani*. Magistrsko delo. Ljubljana, Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta.
- Zukin, S. (1982): *Loft living: Culture and capital in urban change*. Baltimore London, The Johns Hopkins University Press.